

Universidad Autónoma de Zacatecas

“Francisco García Salinas”

MAESTRÍA EN INVESTIGACIONES
HUMANÍSTICAS Y EDUCATIVAS
ORIENTACIÓN EN:
Filosofía e Historia de las Ideas

“Leviatán

Acercamiento filosófico a la comunicación posmoderna”

Tesis

Que para obtener el grado de

**Maestro en Investigaciones
Humanísticas y Educativas**

Presenta

Pablo Esparza Flores

Dirección de Tesis

Dra. Rita Vega Baeza

Zacatecas, Zac. México Noviembre 2019

Agradecimientos

El presente trabajo de investigación, representó, a nivel personal, un reto constante, un reto a mi manera de ver las cosas, a mis creencias, incluso, a aquello que había elegido como formación, por ello, el mismo representa un agradecimiento a todas aquellas personas que de alguna manera han puesto algo de sí mismos en su elaboración.

En primera instancia quiero agradecer a mi familia, a mi esposa, a mis padres y hermanos, quienes representan aquello que de alguna manera siempre he soñado, aquello que también he buscado. Esme, muchas gracias por tu apoyo, por tu manera tan práctica de ver la vida que muchas veces solucionabas el problema más filosófico que pudiera haber tenido, por creer en mí, por tu inmenso amor, por ser más que mi esposa, mi amiga, mi compañera, mi confidente, mi vida, gracias por todos los años que nos quedan por delante, muchas gracias a Charlotte, quien de alguna manera simboliza la alegría constante, al verla ahí, sentadita jugando con su dinosaurio mientras doy los últimos retoques a esta tesis. Muchas gracias Mamá, por siempre estar ahí, por tu apoyo constante, por escucharme y por dejar una huella indeleble en la persona que soy, por cada esfuerzo, y cada lágrima. Muchas gracias Papá por siempre saber que decir, por tratar de forjar en mi la calma que de alguna manera ha dejado una impronta tan profunda que forma parte del alma de ésta investigación, por tu inmenso apoyo. Muchas gracias Luis por ser mi amigo, mi hermano, mi compañero, por formar una parte tan importante de mi vida que se no alcanzaría el tiempo para agradecerte. Muchas gracias Gaby por llegar y “partir” nuestra vida en dos, en un antes y después de tu nacimiento, por tu cariño, por estar ahí en cada instante desde tu hermosa llegada.

De manera muy especial quiero agradecer a la Dra. Rita Vega sin quien esta investigación no hubiera tenido pies, ni cabeza, por saber encausar a un comunicólogo empedernido hacia el camino de la crítica filosófica y sobre todo, por

cada seminario que terminaba convertido en una interminable colección de preguntas, pero sobre todo, de lecciones. Muchas gracias a la Maestría en Investigaciones Humanísticas y Educativas por propiciar los espacios académicos que permitan un diálogo tan abierto, franco y crítico que desarrollan nuevas formas de pensar cual si fueran constelaciones. Muchas gracias a la Universidad Autónoma de Zacatecas por fortalecer, día a día el compromiso con el desarrollo de nuestra sociedad usando la educación como estrategia., de igual manera, quiero agradecer al Dr. Juan Carlos Orejudo por mostrarse siempre interesado y dispuesto en leer los avances que semestre a semestre tenia, muchas gracias por sus consejos y cada palabra. Es importante reconocer y agradecer la labor realizada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por impulsar el desarrollo académico mediante la implementación de programas de apoyo a la labor investigativa.

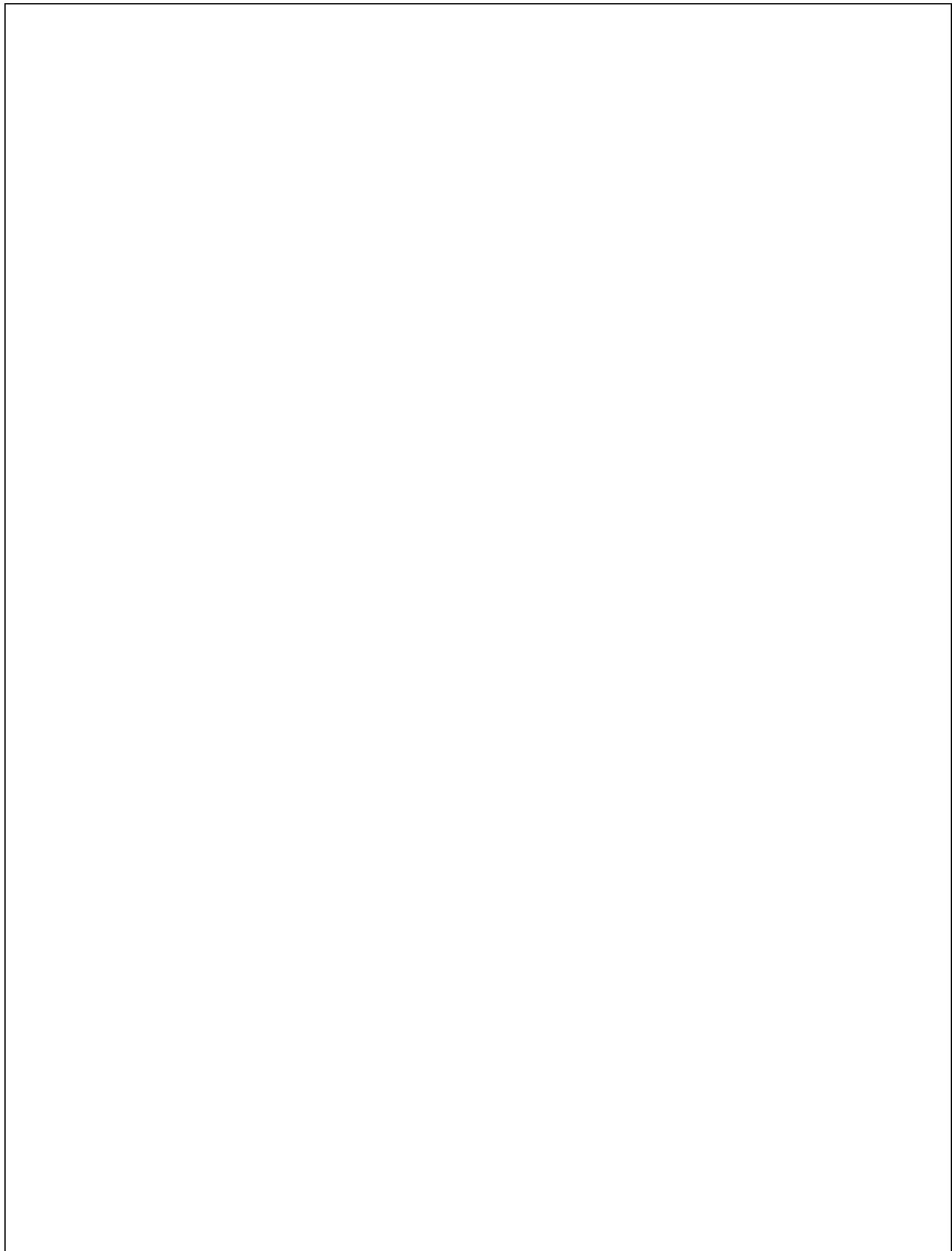
Gracias a mis amigos y colegas, quienes de alguna manera siempre han estado ahí, escuchando cada plática y cada disertación filosófica, o comunicacional que salga de mi boca.

Por último, pero que de alguna manera forma una parte medular en esta investigación, agradecer a esa energía cósmica que fluye a través de las cosas, a la energía radical y fundamental de universo, al silencio, al ruido, al orden, al caos, muchas gracias por permanecer ahí, de manera constante como un signo de interrogación que nunca ha podido cerrarse.

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo I.....	5
Introducción a la comunicación y al proceso comunicativo.....	5
Introducción a la comunicación.	6
Elementos del diagrama del proceso comunicativo.	13
Mensaje.	13
Ambiente	15
Emisor	17
Receptor	21
Código y contexto	24
Canal.	33
Retroalimentación.	45
Análisis del modelo de la comunicación.	54
Modelo Aristotélico	56
Modelo de Laswell	60
Modelo matemático de Elwood Shannon	60
Modelo de la comunicación de Osgood y Schramm	61
Modelo cultural de la comunicación de Bateson	62
Modelo de comunicación e influencia de Hovland	67
Modelo de Katz y Lazafeld	70
Modelo de la comunicación de Riley y Riley.	72
Modelo semiótico de la comunicación de Umberto Eco.	74
Capítulo II.....	77
Lecturas de la comunicación actual.	77
La sociedad de la información.	80
La información como un derecho.	82
Democratización de la información.	91
¿Democratización o control?	92
La comunicación en un mundo globalizado.	96
La sociedad red	102
La comunicación como revolución.	110
Capítulo III Comunicación: Ruido y canibalismo	116

La dificultad del “yo” posmoderno	117
Del vacío a la liquidez.	127
De la sociedad disciplinaria a la sociedad pornográfica.....	140
El encadenamiento de Eros (La lápida del Ágape).	154
El tiempo sin tiempo. (The Raccord).....	178
El desierto de lo real y el síndrome de París	188
El problema del lenguaje.....	201
Los neo lenguajes.....	207
De lo visual al <i>anonimato</i> (El poder de la máscara).....	212
Capítulo IV.....	219
Apología al silencio	219
 Del nuevo Soma.....	224
 Presente continuo.....	228
 La encrucijada de la libertad.....	237
 La flor, la sonrisa y el silencio.....	246
 El hereje	255
CONCLUSIONES.....	265
Bibliografía.....	268
Filmografía.....	270



Introducción

La presente tesis, titulada *Leviatán: Acercamiento Filosófico a la Comunicación Posmoderna*, resume el trabajo realizado a través de dos años de constante investigación y lectura sobre de un tema tan común, que parece cotidiano, **LA COMUNICACIÓN**, la investigación, me ha llevado a hurgar más allá del concepto tatuado a mano propia sobre mi piel de “comunicólogo”, de alguna manera, fue un trabajo arduo, pero por sobre todas las cosas, gratificante, ya que me ha ayudado a comprender de mejor manera ¿Qué es lo que estudié? ¿A dónde me lleva aquello a lo que me he dedicado? Y sobre todo ¿De qué manera aquello que produzco influencia a los demás? Las respuestas a lo largo de la investigación han sido volátiles, unas veces propositivas y diversas, otras tantas, críticas, reales y profundas, pero todas y cada una (al igual que las preguntas) han provocado un incansable deseo por seguir adelante en el conocimiento de una de las necesidades más humanas que podemos sentir y poseer, la necesidad de poner en común nuestros mundos.

A lo largo de la investigación, el lector encontrará muchos puntos en común consigo mismo y con otros autores que han abordado el complejo tema de la comunicación así como el estudio de la comunicación más allá de la comunicación misma, sino a través de una postura sensible y crítica al desarrollo de la comunicación contemporánea, pero sobre todo, una perspectiva de nuestra propia humanidad mediante el devenir de la comunicación a través de nuestra historia, pero sobre todo, revisada desde una perspectiva posmoderna e hipermoderna.

La presente investigación se compone de cuatro capítulos, cada uno de éstos abordando diferentes aspectos de la comunicación moderna, el primero, a manera de marco teórico busca exponer los elementos y principales teorías de la comunicación para poder comprender de una mejor manera como ésta se vuelve uno de los principales fenómenos que definen nuestra sociedad, nuestra cultura, y

nuestra humanidad, de ésta forma, partiendo desde teorías clásicas de comunicación, hasta teorías contemporáneas se hilvana el tejido que prepara el trabajo de investigación para poder comprender la comunicación desde una perspectiva más profunda, por lo tanto, el primer capítulo pretende volverse el cimiento teórico que sirva como referencia para comprender el resto de la investigación de una mejor manera.

El capítulo segundo, titulado *Lecturas de la comunicación actual*, pretende volverse el trampolín mediante el cual se impulse la tesis, ya que éste introduce al lector en un estudio de las dinámicas actuales de comunicación, y como éstas determinan la manera en la que vemos la cultura, la sociedad, la política, la moda y sobre todo, como los mecanismos de poder ejercen su influencia a través de los canales de comunicación para controlar a la población, por ello, partiendo desde la perspectiva global, impulsada por la Organización de las Naciones Unidas hasta una perspectiva semiótica se busca encontrar un punto de acuerdo entre las diferentes maneras de ver la comunicación en la actualidad, el filósofo español Manuel Castells brinda un amplio panorama teórico, incluso ideológico para desarrollar algunas de las perspectivas principales de la comunicación actual, a través del desarrollo de la “sociedad red” y de la búsqueda de una colectividad digital, otro tema importante es el surgimiento, establecimiento y relevancia de la aldea global, y como ésta determina o motiva el desarrollo de nuestra sociedad a través de los mensajes globales y la sensación de una ciudadanía mundial; además, con el surgimiento de la aldea global y de la sociedad red, también surgen nuevos mecanismos para ejercer la autonomía y la revolución, por lo que posturas como la de Julian Assange o Gene Sharp que establecen nuevas formas de “hacer revolución” se vuelven fundamentales para entender nuestra nueva realidad.

El capítulo tercero, titulado *Comunicación: Ruido y Canibalismo* se vuelve una crítica sobre la comunicación revisada desde la postura posmoderna, e hipermoderna, ésta, tratada desde diversos filósofos, pensadores, sociólogos y psicólogos que pueden mostrarnos con mayor claridad cuáles son las ventajas, los

efectos, las dificultades, pero sobre todo las implicaciones de vivir en un mundo constantemente comunicado, en este capítulo se tratan de abordar temas que tengan interés y relevancia precisamente en el desarrollo de la vida humana a través del uso de los diversos canales de comunicaciones que poseemos en la actualidad, tratando de explicar desde la complicación de entender y fundamentar el *YO* en la hipermodernidad, y sobre todo, mediante el tránsito por lo posmoderno, aquí se ha tratado de desarrollar una perspectiva amplia y crítica sobre la influencia de la comunicación en aspectos importantes para el desarrollo de nuestra colectividad, pero también en puntos medulares para entender nuestra subjetividad, partiendo desde la complicación del *yo* posmoderno, revisado a través de textos de Nietzsche, Foucault y Heidegger transitamos hacia autores contemporáneos como Byung-Chul Han o Gilles Lipovetsky con la finalidad de encontrar un asidero teórico, pero sobre todo filosófico e ideológico para explicar las repercusiones de vivir en un mundo altamente comunicado.

Por último, el capítulo cuarto *Apología al silencio* trata no de volverse una crítica frontal a la comunicación actual, sino más bien de explicar cómo, a través de las fórmulas establecidas de comunicación, encontrar un espacio que traiga consigo silencio y vacío se vuelve complicado, en el capítulo cuarto se tratan de abordar, desde un diferente punto de vista algunos temas que se vuelven relevantes para la concepción actual de comunicación, desde la perspectiva del tiempo como un *Tiempo atomizado* en Byung-Chul Han y como este modifica nuestra manera de entender y vivir la comunicación como traducción de la realidad, hasta una ejecución del *yo* en contraposición con el “nuevo *yo*” motivado por los recursos comunicacionales, por lo tanto, el último capítulo de la tesis pretende volverse a su vez una introducción para diversos temas de investigación que nacen siguiendo el hilo de Ariadna soltado desde el inicio de ésta.

La complicación y dificultad que la comunicación representa para el desarrollo de una humanidad contemporánea, digital y comunicativa vale la pena ser estudiado desde diferentes aspectos, por ello, la presente investigación se

vuelve más que un asidero teórico sobre algún aspecto de la comunicación en concreto, un cuadro lleno de pinceladas con el objetivo de dejarnos entre ver, entre colores y trazos el panorama completo de nuestra humanidad en la primera mitad del siglo XXI, una sociedad sobre informada, sobre estimulada, pero sobre todo, en búsqueda de explicarse a sí misma.

Capítulo I

Introducción a la comunicación y al proceso comunicativo.

Introducción a la comunicación.

¿Hacia dónde nos lleva la comunicación? ¿Cuáles son esas líneas invisibles que nos tiran hacia un vórtice cada vez más rápido y estrecho? ¿Cuáles son esos símbolos, esas señales, las hierofanías que vuelven nuestras cabezas, cada uno de nuestros sentidos a buscar sin encontrar? ¿Cuáles son las necesidades que dictan nuestra necesidad? ¿Cuáles son los códigos que nos ayuden a seguir el hilo de Ariadna que nos lleve a entender nuestra propia existencia?

De una manera sutil, la comunicación es casi como una impronta que se adquiere sin querer, como una cicatriz debajo del labio o en los nudillos de los dedos ha llevado al hombre a crear, crear el mundo que lo rodea, un mundo que es asequible para el mismo a través de los sentidos, esas antenas que permanecen constantemente abiertas al mundo sensible en el cual nos desarrollamos, como animales, como seres, como entes creadores, como habitantes, como extranjeros.

Al buscar la necesidad de poner en común el mundo interno, ese que nace con la chispa creadora, con la iluminación y comprensión del “Selbst”, el entendimiento de la intencionalidad y comprensión del “Si mismo” y sobre todo con la búsqueda de entender el papel, de la propia existencia en el lugar en el que ahora estamos; es aquí en donde la acción de “comunicar” adquiere un papel fundamental, al buscar el mecanismo mediante el cual, en una primer instancia se pueda liberar esa abrumadora necesidad creadora hacia el mundo exterior, ese, el de los sentidos, y a su vez, el mundo sensible pueda ponerse en común con el mundo interior, para de esta manera encontrar un faro que nos ayude a visualizar y comprender nuestro propio papel en el mundo.

Es en esta búsqueda, en este devenir, en el camino, en donde el hombre crea códigos para crear mundos, que a su vez, dividen al mundo para poder entenderlo, el lenguaje de esta manera busca explicar al mundo, segmentarlo, clasificarlo y dosificarlo conceptualmente para facilitar su comprensión, el lenguaje

nace como una necesidad, la necesidad, de nuevo, de poner en común, poner en común lo que siento, explicarme a mí mismo lo que obtuve de una manera sensible, lo que entró a través de mis sentidos ¿Cómo le explico a mi "Selbst" que lo que acaba de sentir es dolor, qué es placer? ¿Cómo le explico esa sensación al percibir tal o cual color, un sabor, un sonido? Es en este básico instinto en donde surge la necesidad de conceptualizar, de elegir significados para los significantes, de ponerle nombres a las cosas, de explicarnos las funciones primarias de nuestros sentidos, si, el lenguaje surge como respuesta, una respuesta a la necesidad de controlar el mundo que nos rodea...

En la actualidad, en la realidad de la digitalización y la virtualidad, comunicar adquiere características diferentes, características que vuelcan la acción de comunicar hacia diferentes canales,(medios interactivos, realidad virtual, etc.) y es ahí, en esos nuevos caminos de información, en esas nuevas herramientas en donde la comunicación evoluciona constantemente, muta, se vuelve hacia sí misma y se expande, implosiona únicamente para reinventarse, para cambiar la realidad y la manera en la que percibimos las cosas, si entendemos a la comunicación como una necesidad básica, como un engrane elemental para entender nuestra propia humanidad ¿Qué es lo que pasa cuando cambia la comunicación? ¿Cuándo evoluciona? ¿Cambian únicamente los mecanismos y herramientas mediante los cuales nos comunicamos? ¿Cambia también la realidad?

Los procesos de comunicación desde el origen de la codificación y del uso del lenguaje han ido ligados a la realidad, o a nuestra percepción de la misma, de esta manera, la realidad se convertía en el campo de juego, desarrollo y evolución de la comunicación, eran las sensaciones y la abstracción de éstas lo que "necesitaba" ser comunicado, nuestra percepción del mundo, nuestras necesidades era lo que se ponía en común, la comunicación servía de esta manera como la herramienta para crear esos códigos que eran comunes para todos, el nacimiento del lenguaje pues, fue de esta manera una forma de controlar la realidad, de explicar la realidad de una manera común, no trivial, pero si entendible para todos, la

realidad de esta forma permeaba en nuestra manera de pensar, en nuestro comportamiento, la comunicación determinaba nuestra cultura, la acción de comunicar se volvía el mecanismo mediante el cual explicábamos y entendíamos nuestra realidad, el código era lo que medía y pesaba el mundo en el que vivimos, de esta manera al codificar, al ponerle nombre a las cosas, al realizar esa relación entre significantes y significados nos adueñábamos de nuestra realidad y éramos capaces de evolucionar junto con ésta, la comunicación, la capacidad de comunicarse entonces nos ponía en cierta ventaja sobre la realidad, mediante la comunicación de la realidad podíamos controlarla, jugábamos de nuevo a ser dueños de las dinámicas que regían al mundo, entendíamos el comportamiento de la naturaleza y éramos capaces de explicarnos el procedimiento divino con el que sucedían las cosas.

Prometeo trajo con él el fuego, la luz, el conocimiento, el código, el hombre fue capaz de explicarse a sí mismo, de transmitir mediante símbolos de diversos tipos lo que ocurría dentro de sí, además era capaz de interpretar los signos con los que la naturaleza se comunicaba con él, el caos ahora era ordenado, impreso en tablas y podía ser etiquetado, esa incomprensible fuerza que lo azotaba ahora era controlada y entendida, el código le dio luz, el código le dio al hombre la posibilidad de comprender a los dioses, el código fue ese fuego que incendiariamente derrumbó la barrera que existía entre la naturaleza y él, el hombre ahora comprendía la naturaleza, el hombre tenía la posibilidad de ir más allá, de jugar a ser Dios.

El hombre, de acuerdo a su propia naturaleza ha relacionado de manera natural la realidad con códigos, y esto se daba o podía darse de una manera constante y sencilla al poder ligar un significante a un significado, al crear símbolos y signos que nos dieran la posibilidad de entender aquellos significados que carecían de un significante tangible, de interpretar los signos de la naturaleza a nuestro propio beneficio, el hombre ahora podía crear, era capaz de crear nuevos mundos utilizando el lenguaje y su interpretación como materia prima, pero eran el hombre y el lenguaje quienes creaban estas nuevas realidades, una virtualidad que

alejaba al hombre mismo de la realidad, lo sumergía en odas, historias, poemas, canciones, etc. El hombre más allá de explicar la realidad ahora es capaz de crear una nueva, una representación simbólica de la realidad que lo envuelve, el hombre se plasma a sí mismo en grafías, en acordes y en trazos, de esta manera teje constantemente códigos nuevos, los une y separa para poder entender y explicar su propia naturaleza, pero es esta necesidad de crear, de controlar y de cambiar la realidad lo que lleva a la propia naturaleza del hombre a explotar más allá de sus propios límites. Es la propia naturaleza del hombre lo que lo lleva de manera constante a modificar la realidad, a moldearla de acuerdo con su propia necesidad, quizás ese sea uno de los principales problemas en la actualidad.

Podemos entender en la actualidad a la comunicación de muchas maneras, pero la médula del concepto sigue siendo la misma “poner en común”, el hombre, durante la historia ha evolucionado de manera notable con respecto a las demás especies animales que habitan en el planeta, se ha separado de la naturaleza en cuanto a sus propias capacidades le han permitido, mamíferos, primates, animales, el hombre ha buscado y ha ido más allá, ha creado idílicas urbes de metal y cristal, ha pisado la luna, ha medido, dividido y controlado el planeta, ha volado, nadado y caminado la tierra, ha minado y explorado las entrañas del que ha sido nuestro hogar, ha puesto en evidencia los propios poderes divinos, ha mirado a las estrellas, las ha catalogado y una vez más, etiquetado, ha reducido las distancias, ha cambiado la propia percepción de sí mismo.

Los avances tecnológicos y científicos siempre han llevado detrás de sí una revolución intelectual e ideológica que cambia la propia realidad, en la actualidad la revolución digital surge como respuesta a dos preguntas ¿Hasta dónde podemos llegar? Y ¿Cómo somos capaces de vivir e interpretar esta nueva realidad? Los lenguajes cambian, los códigos evolucionan y con ello, nuestra propia percepción de la realidad, los nuevos canales de comunicación necesariamente llevan a la comunicación hacia un nuevo uso, hacia un nuevo nivel, la invención de la escritura le permitió al hombre dejar un registro de lo que naturalmente vivía, el uso

de símbolos gráficos le ha permitido transmitir y empapar de sensibilidad su mensajes, la invención de la imprenta acarreó consigo la invención de los medios masivos, ahora el mensaje llegaba a un número mayor de personas, la invención del telégrafo permitía el envío y recepción casi inmediato de un mensaje alrededor del mundo, el descubrimiento de las ondas electromagnéticas y radiales, le dio la posibilidad al hombre de enviar sonidos e imágenes a través del aire, la digitalización y programación le dio la oportunidad de eficientizar la energía, la era espacial le permitió estar en toda la tierra al mismo tiempo, la creación, uso y alcance de la red abierta a todo el mundo le mostró una nueva manera de entender la realidad, su propia humanidad, así nace la globalización, la aldea global, la inmediatez y la era digital, una nueva manera de entender el mundo, pero sobre todo, de entendernos como humanos.

La digitalización de la comunicación surgió debido a dos factores, el primero, el más obvio, el avance tecnológico que le permitió al hombre ponerse en contacto con una máquina, y permitirle a la máquina ponerse en contacto con nosotros; el segundo el propio nacimiento de los lenguajes digitales, la máquina, la creación, ahora era capaz de comunicarse con sigo misma a partir de nuevos códigos, básicos, sutiles y pequeños, pero de un enorme alcance, el código binario le permitía a una máquina definir si estaba encendida o apagada, si debía o no realizar tal o cual acción, si de acuerdo a su programación se le tenía permitido realizar determinada tarea, el hombre abrió de esta manera un nuevo canal de comunicación que gira en torno a diversas oportunidades: La primera, enviar mensajes de manera inmediata, lo que nos permite, que lo que yo quiero expresar sobre algún punto, acción o sentimiento, llegue en segundos a su receptor, a su vez, lo que sucede en alguna parte del orbe es visto en tiempo real y de manera inmediata por alguien más. La segunda, la capacidad de acortar las distancias, ahora el hombre es capaz de entender, empaparse y formar parte de una cultura que geográficamente le era imposible, esto, ha acarreado un abanico de nuevos fenómenos sociales, el primero y geopolíticamente más importante, la globalización, pero también ha permitido, que las culturas vayan más allá de las fronteras, las

ideas ahora son de nuevo mensajes mundiales, las relaciones entre personas de diferentes estados, países e incluso continentes son posibles, la percepción de distancia se ha disuelto en la inmediatez del mensaje. La tercera oportunidad es la de convertirse en productos y productores, la masificación de los medios ha logrado que el hombre se vuelva una masa y a su vez, sus mensajes, sus contenidos, son vistos por un público masivo de receptores. La cuarta, una nueva percepción de humanidad, y, por lo tanto, de realidad, la posibilidad de acortar distancias y de agilizar la comunicación, ha cambiado de manera radical la propia percepción de la realidad, de los símbolos que culturalmente permeaban en nosotros, simbólicamente emerge un nuevo hombre, un hombre digital que busca a través del código y del mensaje entender esta nueva realidad, una en la que se forma parte de un todo. Y la quinta, el cambio en la percepción de la propia identidad e individualidad, la masificación, la globalización y la inmediatez en los mensajes ha logrado en cierta medida crear una nueva percepción colectiva de la realidad y por lo tanto de nosotros mismos, la individualidad ha dado paso a nuevas colectividades, el nacimiento de tribus digitales en respuesta a las tribus urbanas, y la nueva vida “online” ha motivado un constante enfado con la individualidad, pero motiva también constantemente a la soledad, las tribus digitales y virtuales orillan al hombre a permanecer solo, pero constantemente acompañado, las redes sociales, como instrumento de producción de contenido mediáticos vuelcan el spot light hacia nuestra soledad, nuestra individualidad se vuelve de esta manera una proyección de nosotros mismos, un querer ser, un deber ser en aras de una nueva colectividad cada vez más alejada de las conexiones interpersonales directas, pero más ligada a un colectividad global.

El avance significativo en el desarrollo de nuevas y más rápidas maneras de comunicar convierte los canales de comunicación en herramientas efectivas en la transmisión de información, pero siguen siendo herramientas vacías en cuanto a la calidad de contenidos transmitidos, por lo que la realidad actual se cimienta en canales digitales y electrónicos de transmisión de la misma realidad, la realidad no pasa a través de pinturas en cavernas que dejarán un legado histórico, la realidad

no transita por acordes que mueven las fibras más elementales de nuestra existencia, la realidad ahora corre a través de hilos de fibra óptica, a través de complicados pulsos electromagnéticos que emulan una intrincada red neuronal, el hombre busca crear, seguir escalando en los hombros de los titanes por la escarpada pared de la nueva torre de Babel, una torre no creada por los hombres, una torre más bien erigida por los dioses para mantenernos alejados de su divinidad, el hombre hegemoniza los códigos, los vuelve suyos y los utiliza para dar un paso más, para subir un nuevo escalón, el hombre forja en el fuego de Prometeo nuevas armas, nuevas grafías, nuevos símbolos, crea una nueva semiótica, una nueva hermenéutica, una nueva religión, el hombre se eleva entre las deidades del Olimpo, el hombre es el rayo y el yunque, el hombre es el nuevo creador, buscando crear al nuevo hombre, a su imagen, conforme a su semejanza.

Elementos del diagrama del proceso comunicativo.

Mensaje

El mensaje es el objetivo y el objeto principal de la comunicación, es precisamente lo que le da sentido al proceso de “comunicar”, en este tenor, debemos de entender al mensaje antes que nada como información, información que viaja a través de un canal o medio específico para llegar a un destinatario y que éste tenga la capacidad de entender el mensaje enviado previamente, el mensaje puede estar estructurado de diversas formas y contener diferente tipo de información, en la comunicación humana, el hombre al ser un ser sensible está constantemente atado a los mensajes enviados por diversos puntos referenciales, es decir, ante estímulos diversos que provienen de diferentes canales de comunicación, los mensajes se reciben a través de estímulos que producen una reacción inmediata en el hombre mismo, por lo tanto, los mensajes transmitidos son constantes y perceptibles.

El mensaje, de alguna manera hace las veces de una cápsula, o un paquete en el que envolvemos diversos tipos de información y es puesta en común entre un emisor y un receptor, esta información va determinada obligatoriamente por un canal (por donde se transmite la información) y por un código,, éste, puede ser lingüístico o no, por lo tanto, al entrar en contacto con el receptor, a través de alguno de sus sentidos, (los cuales funcionan como elementos sensoriales para recibir el mensaje) producen un estímulo que a su vez, se convierte en parte de la estructura formal del receptor; el código con el que se estructura el mensaje va acompañado a su vez de nuevas estructuras, es decir, podemos utilizar un código lingüístico, kinestésico, visual, etc. Para transmitir el mensaje, esto determina de manera obligatoria tanto el estímulo como la respuesta por parte del receptor.

A pesar de que la comprensión de lo que es el mensaje pudiera parecer sencillo, en realidad el mensaje se estructura con base en elementos obligatorios y

formales, por lo que en el presente capítulo se buscará explicar y analizar cada elemento que toma parte dentro del propio proceso de la comunicación.

Ambiente

Quizá una de las preguntas que generalmente no nos hacemos porque al parecer tenemos la respuesta enfrente de nosotros es ¿Qué es la comunicación? La respuesta parece obvia, sencilla, enmarcada por el simple proceso de PODER comunicarse, intercambiar información, dar a conocer tal o cual pensamiento o circunstancia, poner en común, y si, al final y al principio, la comunicación es todo esto, es un flujo e intercambio constante de información, es dar a conocer a los otros que es lo que sentimos, que es lo que pensamos, es poner en común mi mundo con el mundo del otro, es, en palabras de Gadamer “Fusionar los horizontes”.¹ De igual manera, quizá una de las mayores desventajas de vivir inmersos en un mar de comunicación o de utilizar ésta como uno de nuestros principales mecanismos es que puede pasar desapercibida, de alguna manera sabemos que necesitamos oxígeno para poder vivir, pero no conocemos los complejos procesos que nuestro cuerpo realiza con el oxígeno que jalamos a nuestros pulmones, desconocemos cada mecanismo que el oxígeno mueve y motiva dentro de nosotros, de igual manera, algo como la comunicación, con la que estamos tan familiarizados entra a nuestro cuerpo, desconocemos los procesos que la han llevado hasta aquí, desconocemos que produce en cada uno de nosotros y sobre todo, la comunicación, al evolucionar nos lleva con ella, y el hombre parece ajeno, pasivo, montado en una balsa de canales de comunicación sin percatarse siquiera de a dónde está siendo llevado, si, la comunicación es un proceso, pero ¿Cuáles son los pasos que llevan a que este proceso se lleve a cabo? ¿Cuáles son las complicaciones que vuelven a este proceso tan familiar, tan complejo, tan humano?

Desde que se tiene registro, el hombre ha intentado desenmarañar el ovillo en donde se encuentra deambulando, ha buscado con todos sus medios la manera de entender y explicar cuál es su lugar dentro del universo, sin quererlo, tal vez sin saberlo, hace uso de una de las herramientas más elementales con las que cuenta

¹ GADAMER, Hans-Georg. *Verdad y Método*. España. Ed. Sígueme. 1991 p. 190.

la naturaleza, una herramienta tan sutil y tan gratificante que nos muestra de manera tajante el nicho en donde nos encontramos. De alguna manera, una de las principales características del hombre frente a la naturaleza es el soberbio espíritu de sentirse superior al resto de las criaturas, plantas, etc. Pero el principal elemento que creemos nos separa de ésta, es también aquello que nos vuelve uno con la misma, ¿Para qué nos sirve comunicarnos? ¿Qué es la comunicación? La comunicación es un instinto, es una respuesta al contexto en donde nos desenvolvemos, una defensa ante el ambiente donde nos desarrollamos, los procesos propios de la comunicación, al menos, en una comunicación básica no le son ajenos a al menos a ningún ser vivo sobre la tierra, un girasol, por ejemplo, tiene la capacidad de modificar su forma con respecto a la posición del sol con la finalidad de que sus pétalos absorban la mayor cantidad de luz para seguir creciendo, de alguna manera, este es el principio básico de la comunicación, una respuesta al medio en donde nos desarrollamos, el hombre, al igual que las plantas, desarrollan una respuesta al medio, a los estímulos que entran por nuestros canales receptores, y esto, obliga de alguna manera a la naturaleza a cambiar su forma, de la misma manera que lo hace un girasol, a evolucionar, esta metamorfosis es ya un intercambio de información y de alguna manera un respuesta del receptor al medio, el girasol gira, los árboles en la selva amazónica buscan crecer más allá de las ramas del resto de los árboles en busca de luz, las flores se enriquecen de colores para atraer aves e insectos y de esta manera reproducirse y seguir creciendo, de esta manera la comunicación nos ayuda a cubrir una primer necesidad, la supervivencia.

Emisor.

Dentro del proceso necesario para poder “comunicar” deben de existir dos elementos medulares, el primero, es aquel que a través de diversos mecanismos y mediante la estructuración adecuada de la información a comunicarse envía o transmite un mensaje, este “emisor” es quien lleva la pauta en un inicio en el ciclo de la comunicación, éste hace uso de los mecanismos que tiene a su disposición para estructurar y transmitir la información que cree relevante o necesaria, el emisor elige entre diferentes formas para poder enviar dicha información, las cuales están regidas por ciertos códigos específicos que identifican o estructuran el mensaje de una forma adecuada.

Es el emisor quien elige la forma en la que el proceso de comunicación se lleva a cabo, pues es precisamente éste quien determina los mecanismos mediante el cual el mensaje va a ser enviado, retroalimentado y codificado, esto, va a definir por donde viaja el mensaje, cuales canales tiene el receptor para poder decodificar y entender el mensaje y cuáles serán las barreras que pueden existir entre la transmisión y la recepción de la información.

Durante la evolución de la comunicación el emisor ha cambiado en el mismo sentido que ésta, determinándose tanto por el alcance del mensaje, el número de receptores, el medio por el que el mensaje se envía, la tecnología utilizada para transmitir el mensaje, etc. Dentro del ámbito de la comunicación interpersonal, el emisor se convierte en un solo individuo que envía información a través de un mensaje específico, utilizando un código en particular a otro individuo, pero en la actualidad el emisor se distribuye en diferentes áreas de acuerdo principalmente a su alcance, al medio, al interés y al uso que se le da tanto al medio como al mensaje, por lo tanto, de acuerdo a los avances dentro de las tecnologías de la información el emisor va más allá de una persona que envía un mensaje y se convierte también en un medio de transmisión de información, los medios impresos tomaban de esta manera el papel de transmisor y de medio, pero a pesar de poder pasar de mano

en mano varias veces dando la oportunidad de que un suceso fuera releído e interpretado de diversas maneras, el mensaje era recibido básicamente por un usuario de dicho medio, la radio brindo la oportunidad de que un mismo emisor ahora fuera capaz de enviar el mensaje a más de una persona, por lo que ahora, la elección del código y el canal de transmisión de la información cambiaban, cambiando al mismo tiempo al propio emisor, ahora, la codificación auditiva era medular para que el mensaje fuera entendido de una manera coherente, de esta forma, el alcance de un mismo emisor aumentaba y con ello la magnitud de la capacidad de enviar un mismo mensaje a una audiencia (receptor) mayor; la televisión trajo un sigo un cambio revolucionario en la manera en la que el emisor podía estructurar los mensajes y aumentó de manera descomunal el alcance del mensaje transmitido, ahora, los códigos visuales y auditivos estaban a la orden de un nuevo emisor, por lo que la decodificación de los mensajes por parte del receptor era facilitada por los estímulos presentados, el emisor televisivo tenía la “facilidad” de llegar a su receptor a través de sus ojos y oídos, pero esto trajo consigo un cambio radical en la manera de comunicar, pues acarreó al mismo tiempo una nueva manera de codificar los mensajes al ser enviados, cuestiones como la etiqueta, el ritmo visual, la imagología, la semiótica audiovisual, etc. Hicieron que enviar un mensaje a través de la televisión (o el cine) tuviera que llevar consigo mismo la previa revisión y codificación de lo que se estaba diciendo, la credibilidad, la veracidad del mensaje de esta manera estaba ligada a la credibilidad y congruencia que existía entre el mensaje y la imagen, por lo tanto, los medios audiovisuales le dieron al emisor una nueva manera de codificar lo que se transmitía.

El alcance que posee los medios multimedios le permiten al emisor una nueva manera de comunicarse y de estructurar sus mensajes, pero más allá de la capacidad de transmitir mediante diversos canales el principal paso de los dispositivos multimedia es que le permiten al emisor abrir canales de retroalimentación con los receptores, esto trajo consigo un cambio en la percepción de la comunicación y sobre todo en el propio emisor, ya que los canales de

comunicación multimedia permitían también que quienes habían sido receptores se convirtieran también en emisores al dar la oportunidad de autogestionarse y autoproducir contenidos nuevos de comunicación, más allá de conseguir una retroalimentación ahora el receptor podía codificar y estructurar sus propios mensajes, además de llegar a públicos específicos.

El cambio más significativo en la percepción del emisor es el que le ha permitido la creciente influencia del internet en las maneras de comunicar, ahora los mensajes codificados y estructurados por el emisor tienen la capacidad de poder ser vistos y escuchados por una audiencia global, lo que para el emisor significa un nuevo cambio en la manera de codificar los mensajes, el elaborar mensajes para una comunidad global re estructura la manera de crear mensajes, desde este punto de vista, la “aldea global” como la nombra Marshall McLuhan² conlleva una nueva manera de entender la comunicación, ya que los códigos pre establecidos para poder estructurar un mensaje son rebasados por el alcance mismo de la información transmitida, ahora el emisor debe de codificar y enviar un mensaje que pueda ser entendible para diferentes tipos de audiencias, y son precisamente estas nuevas audiencias sin quererlo un público cautivo capaz de consumir cualquier tipo de mensaje que esté a su disposición.

La complejidad de la comunicación en la era digital pareciera facilitar la labor comunicativa para un emisor que posee un mayor número de herramientas para poder comunicarse, ahora los canales comunicacionales abarcan un proceso diferente, las multimediaciones le permiten al emisor crear mensajes dirigidos a todos o a la mayoría de canales disponibles para el receptor para poder entender el mensaje, quizá la mayor dificultad que representa la red digital de información global en la que se encuentra la comunicación actual radique en el doble que el propio internet realiza sobre la comunicación tradicional, en un proceso que necesariamente llevaba una concepción de tiempo y espacio que iba ligada al canal de comunicación elegido para transmitir el mensaje, la inmediatez de los mensajes

² McLuhan, Marshall. Y POWERS, B.R. *La aldea global*. México. Ed. Gedisa. 1990 p.15

que permite el internet de alguna manera diluye esa “realidad” formando una nueva nube de comunicación, ahora una comunicación inmediata que va más allá del espacio permitiendo que lo que antes se estructuraba mediante complejos sistemas ahora esté al alcance de la mano, a tan sólo un clic de distancia, esto amplía el panorama para el emisor, ya que sus mensajes pueden ser vistos en cualquier lugar del orbe en tiempo real, por lo que el muestrario de contenidos informativos se enriquece segundo a segundo, y es así, en tiempos de la comunicación digital como la velocidad y el alcance del mensaje superan al mensaje mismo, la comunicación se reduce a la banda ancha, a poemas de 140 caracteres, a imágenes en alta definición y "likes".... En una realidad en donde la comunicación es efímera y vacía, el hombre está destinado a consumir productos audiovisuales como si se tratara de vitaminas..

Receptor.

El receptor es el elemento de la comunicación encargado de recibir el mensaje transmitido por el emisor, es quien lleva consigo la tarea de decodificar el mensaje enviado y reestructurarlo de acuerdo con sus propias estructuras lingüísticas, sociales, culturales, etc. El receptor de alguna manera se activa o despierta ante los estímulos enviados por el emisor, ya que es la información enviada por éste la que busca ser recibida, decodificada y entendida por el destinatario del mensaje.

La información recibida por el receptor requiere que tanto el emisor como el receptor manejen un código en específico que empate el mensaje enviado, esto, presupone que el emisor ya elaboró el mensaje de acuerdo a los requerimientos propios del receptor, ajustando el nivel de comunicación, el nivel lingüístico y el contexto con el de quien recibe el mensaje, por lo que podría parecer sencillo que ahora el receptor pueda entender la información de manera clara y hacer que ésta forme parte de su propio contexto, pero en realidad es un proceso complejo que requiere que el receptor tenga posea una concepción previa del código utilizado por el emisor, además, de una construcción subjetiva del contexto de su interlocutor o de quien envía el mensaje, de lo contrario, el mensaje carece de significado natural para el receptor, por lo que el mensaje puede no ser entendido o es rechazado de manera automática.

La función conativa del receptor es quizá la función principal del mismo, ya que el emisor en determinado momento dentro del proceso de comunicación busca una respuesta por parte éste, es precisamente, en esta búsqueda de respuesta en donde el emisor construye el mensaje, y aunque quien emite el mensaje desconoce tanto el canal como el tipo de respuesta tanto el mensaje como la información enviada se estructuran con base en la respuesta buscada, esto de manera natural obliga al receptor a buscar también un canal adecuado, un código específico y un mensaje particular para responder a la información transmitida, dicha respuesta puede o no ser bajo el mismo canal, ni el mismo código en el que el emisor envió la

información en un primer momento, pero de igual manera busca que la información transmitida sea clara para el emisor (ahora convertido en receptor).

De igual manera que el emisor, el receptor ha cambiado o evolucionado también conforme a los usos y tecnologías que definen a la comunicación, navegando una y otra vez entre un elemento pasivo y activo dentro del proceso de la comunicación, sobre todo en cuanto a la comunicación masiva, ya que el receptor ahora, forma parte de una audiencia, un concepto que le quita al receptor la capacidad de estructurar un mensaje y responder de manera inmediata a su interlocutor (o interlocutores), en la comunicación masiva la labor principal del receptor es (o sería) formar una audiencia activa con respecto a los mensajes transmitidos por los medios, en la actualidad, dicha actividad o respuesta por parte de la audiencia se determina a través de “tendencias”, éstas forman una respuesta contundente a los medios, ya que determinan las demandas de consumo mediático que la población, los usuarios tienen sobre los mensajes enviados, en la comunicación digital las tendencias marcan un reflejo sobre las capacidades intelectuales, sociales, culturales o económicas de una población en específico, y por lo tanto marcan el rumbo de los contenidos mediáticos.

Más allá de la comunicación de masas, el receptor en la actualidad tiene una capacidad más clara para poder responder hacia los contenidos, o hacia las tendencias mismas en las que se estructura el proceso comunicacional, ya que la inmediatez de los mensajes le proporciona a los receptores la capacidad para retroalimentar los mensajes recibidos en tiempo real, buscando desde luego un alcance mediático, es precisamente, en la actualidad en donde se motiva al receptor a convertirse en un emisor que forme parte de los mismos contenidos informativos de los que antes sólo era un receptor pasivo, ahora es común que podamos ver en cualquier tipo de producción o medio digital una respuesta inmediata por parte del emisor, que muestra su aprobación o desacuerdo con lo que se le está mostrando, de esta manera el contenido previamente estructurado obtiene la respuesta (o atención) que estaba buscando,

Código y contexto

De alguna manera, la comunicación ha determinado de una manera directa, biológica y evolutiva el desarrollo y comportamiento del hombre en y con la naturaleza, para tener una base contextual que le permita comunicarse con el otro, el contexto determina la manera en la que se da la comunicación, el canal que se elige para transmitir el mensaje está motivado en muchas ocasiones por el contexto que rodea al emisor y al receptor, de igual manera, el mensaje se estructura por parte del emisor para que de acuerdo al contexto del receptor pueda ser decodificado y entendido de la misma manera en la que el emisor lo había planeado, de esta forma, el contexto abarca dos mundos, el mundo exterior que rodea tanto al emisor como al receptor y un mundo interior en el que ambos elementos codifican y decodifican el mensaje transmitido de acuerdo a su riqueza intelectual, lingüística, etc. De esta manera si entendemos al contexto como ambos mundos a la vez es éste el que determina la estructura y el canal con el cual mensaje es transmitido, ya que para que el mensaje enviado sea decodificado y asimilado por el receptor debe de existir una similitud estructural en ambos elementos, en donde quien envía el mensaje asimila el mundo del otro para poder crear un canal de comunicación claro y adecuado para el receptor y a su vez, elige entre millones de opciones la que resulta más precisa al momento de comunicarse, si en una primera instancia el hombre, al igual que el resto de la naturaleza, decodifica, interioriza y reacciona de acuerdo al contexto ahora es el contexto el que busca empatar la información enviada de uno a otro y viceversa, ya que sin este equilibrio entre el mundo del emisor y el del receptor, el mensaje no puede ser entendido, desde el punto de vista de Gadamer sufriríamos un desequilibrio causado por la indisponibilidad del lenguaje y esto impediría la fusión de los horizontes en ambos elementos de la comunicación, ya que de acuerdo al propio Gadamer. *“El fenómeno de la comprensión debe de entenderse, no como la acción de una subjetividad, sino como un movimiento, una energeia propia de la tradición”*³ esto nos ayuda a entender que

³ GADDAMER, Hans-Georg. Op. Cit. p.75

para lograr la correcta comprensión del mensaje transmitido, éste debe de verse estructurado de tal manera que tanto el emisor como el receptor logren codificar y decodificar el mensaje, empatando los mundos, los “horizontes” Gadamerianos para evitar que el mensaje pueda ser entendido de otra manera, o potenciar el propio valor del mensaje, de esta manera el contexto se vuelve la parte inicial en el proceso de la comunicación, desde la perspectiva de ligar mi mundo interior con el mundo interior del otro y a su vez que este “mundo interior” sea enriquecido o devaluado por el propio contexto en su perspectiva de “mundo exterior”, por lo que la comprensión y análisis previo de ambos contextos determinan la manera en la que el mensaje se estructura y la forma en la que el mensaje se envía, por lo que podemos encontrar un cambio sustancial en la manera en la que percibimos la comunicación.

Gadamer de igual manera encuentra una dificultad importante en el propio proceso de la estructuración del mensaje a partir de la búsqueda de la fusión de horizontes, ya que es inmediatamente al buscar empatar los mundos de ambos elementos cuando surge la necesidad de un código que pueda poner en común ambos contextos, este código surge cuando se busca una forma adecuada de medir al mundo a través de los conceptos, Gadamer encuentra aquí un contenido normativo al momento de delimitar al mundo a través de las palabras, ya que al dar un paso significativo del “Ser para la muerte”⁴ de Heidegger al “Ser para el texto” de Gadamer encontramos tres conceptos fundamental es que nos muestran una marcada referencia a la tradición Gadameriana, para empezar, entendemos que para Gadamer, entre el pasado y el presente existe una mediación de comprensión o propia decodificación, por lo que para la propia comprensión del contexto y del lenguaje se requiere en un inicio una comprensión previa del propio lenguaje y sus alcances, esto le permite al emisor elegir entre todos los conceptos aquellos que de manera significativa puedan dar a entender lo que se quiere decir, en un segundo momento, el emisor tiene la capacidad o la posibilidad de prever la respuesta del receptor de acuerdo a la posibilidad de un empate entre ambos, de acuerdo de

⁴ HEIDEGGER, Martin. *Ser y Tiempo*. 6ta ed. México. Ed. Fondo de Cultura Económica. 1993 p.129

nuevo también a una percepción previa entre los dos elementos de la comunicación, esto le permite al emisor poder poseer una pretensión de la verdad, aunque esta sigue a la espera de la respuesta efectiva del receptor.

El código con el cual estructuramos nuestro mensaje es enriquecido en un primer momento por el mundo interno del emisor, éste, a su vez, elige entre diversos códigos aquel que le resulta más útil en respuesta al mundo exterior y al propio mensaje, entendiendo que el ser humano posee cinco receptores de estímulos externos el código a su vez se elige de acuerdo a la FORMA en la que será transmitido el mensaje, de esta manera el código busca representar de una manera adecuada el mundo interior que pretende ser transmitido, en una primera instancia surge la necesidad de la lengua como mediadora entre ambos elementos, de esta forma la lengua se convierte en el puente para exponer de una manera clara mi propia concepción del mundo de acuerdo a la propia necesidad y a la búsqueda de interpretación.

La expresión más evidente de aquello que podemos entender e interpretar como un código es el lenguaje, haciendo uso de éste en las diferentes esferas en donde se puede utilizar, es decir, podemos dividir al lenguaje (al menos desde el punto de vista de la concepción más básica de comunicación) en dos grupos principales, el lenguaje verbal y el lenguaje no verbal, para poder entender ambos hacemos uso de como el lenguaje es percibido por “el otro” a fin de que pueda identificarlo y comprenderlo, el lenguaje “verbal” como tal ingresa a nosotros a través de estímulos auditivos, para poder entender a su vez el lenguaje verbal tenemos que entender de donde nace esta concepción previa de la creación de un lenguaje, tanto necesario como equivalente entre una misma población, quizá, la creación del código lingüístico sea la parte más compleja de revisar dentro del diagrama moderno de la comunicación, ya que incluso revisado este bajo la escrupulosa mirada de los nuevos sistemas de comunicación deja en evidencia la complejidad para crear, establecer y compartir un sistema lingüístico codificado.

Wittgenstein en el *Tractatus*⁵ determina o crea una muy estrecha relación entre la filosofía y el lenguaje, al enunciar que toda la filosofía puede determinarse como una “crítica del lenguaje” ya que desde el punto de vista de Heidegger al estudiar el lenguaje se estudia a su vez la creación, la creación de mundos, de conceptos, de cosmovisiones e ideologías, ya que al igual que la filosofía el lenguaje busca, pretende y consigue explicar las cosas de acuerdo a sus causas últimas, entendiéndolo desde un diferente punto de vista, no podríamos entender la realidad si no pudiéramos explicarla, y para poder explicarla necesitamos delimitarla y encasillarla en moléculas que nos permitan establecer una relación directa con el mundo, el lenguaje lo consigue desde el momento en el que es a través de los códigos lingüísticos como conceptualizamos lo que percibimos, los instintos ahora pueden ser explicados como sensaciones y las sensaciones explicadas a su vez en síntomas o señales, el hombre poco a poco mediante la codificación del propio lenguaje fue formando un mundo que le fuera más sencillo y familiar de acuerdo a sus propias necesidades, es este proceso, el de otorgarles a las palabras un uso y un objeto como comienza la propia creación del código que le permitiría al hombre comprender su entorno de una mejor manera. El proceso de somatización de las palabras inicia precisamente en este momento, en el instante en el que se crea la relación entre un significante y un significado, es decir, a un objeto se le atribuyen características físicas evidentes y características abstractas que crean una relación directa con su función, pero ahora, al establecer esta relación de creación de palabras, y al lograr el conceso en el que las palabras significan lo mismo para todos aquellos que las usan se crea una primera relación entre pares, ahora poseemos un código común en el cual tengo la posibilidad de dar a conocer una cosa en sí y el otro tiene la capacidad de entenderla de la misma manera en la que fue emitida en una primera instancia.

En “Ser y tiempo”⁶ Heidegger maneja al lenguaje y al habla como algunas de las principales problemáticas al considerar al Ser, partiendo desde la concepción

⁵ WITTGENSTEIN, Ludwig. *Tractatus lógico-philosophicus*. España. Ed. Gredos. 2009.p.2

⁶ HEIDEGGER, Martin. Op. Cit. p.160

ontológica de que “la palabra es la casa del ser” entendemos como la manifestación propia del lenguaje llevaría a la propia manifestación y conceptualización del ser ¿Qué sería en este caso el ser sin lenguaje? Quizá navegaría eternamente en las tormentosas aguas de lo instintivo en una “primera comunicación” salvaje e instintiva, en donde el “Ser” como podríamos entenderlo a través de la postulación heideggeriana no logra conceptualizarse a sí mismo frente al mundo que lo rodea, el lenguaje de esta manera forma parte de la propia definición del Ser, el ser no es sin lenguaje, el lenguaje no es tal sin la capacidad de conceptualizar la realidad de medir el mundo, de crear mundos nuevos.

Desde el punto de vista de Heidegger la concepción del ser está ligada necesariamente al lenguaje, es en la creación del lenguaje como entendemos la propia creación del ser, el lenguaje, al formarse crea la percepción del ser en sí, ahora, la pregunta necesaria también sería: Si no existe el ser sin el lenguaje, ¿Existe el lenguaje sin el ser? Pues bien, de acuerdo a José Luis Arce Carrasco, en el pensamiento de Wittgenstein podemos encontrar una respuesta afirmativa, y poniendo cuidado en una afirmación en dos sentidos, el primero, en el sentido que el ser existe antes que la palabra, el ser en su expresión meramente física se antepone a la afirmación abstracta que la palabra le suscribe, el ser, sería de esta manera un significante, el carácter simbólico que le proporciona la palabra sería el significado que le permitiría al hombre introducir al objeto, al ser, dentro de su orden lógico y racional de pensamiento, de esta manera Wittgenstein busca devolver al lenguaje un uso ordenativo más que un uso abstracto, de esta manera el lenguaje vuelve a convertirse en un código que le permite al hombre ordenar el universo, entenderlo y controlarlo.

De alguna manera la percepción simbólica del lenguaje que Heidegger le proporciona al mismo nace de la creación abstracta del ser, precisamente de esta significación de las cosas, de agregar un “qué es y para qué sirve” al ser, además, de proporcionarle características abstractas superiores que tienen más que ver con la propia creación del lenguaje que con la significación propia del objeto,

Wittgenstein por otra parte busca la significación del objeto, un uso abstracto de la palabra llevaría necesariamente a un replanteamiento ontológico del propio lenguaje, y por lo tanto, del propio código que utilizamos ante todo, para “poner en común” para Wittgenstein la abstracción propia de la palabra eleva al lenguaje más allá de su propio “Ser”, más allá de la significación propia del código, la creación heideggeriana que el lenguaje lleva en sí mismo rebasa la terminología codificada que le hemos atribuido al propio lenguaje (sea verbal o no) de alguna manera el lenguaje en esta percepción hace uso del código, de la palabra para ir edificando precisamente “la casa del ser”, el código por lo tanto, desde el punto de vista de Wittgenstein sería la materia prima, el material de construcción con el que Heidegger construye el mundo con el que el ser va formándose a sí mismo y a su vez, definiendo y explicando el mundo que lo rodea, no a través de una concepción individual de las cosas, si no desde una perspectiva que engloba a las palabras, por lo tanto, mientras para Wittgenstein tendríamos “códigos” para Heidegger tenemos “lenguaje”, el lenguaje desde este punto de vista sería una visión de la “realidad” en la que vivimos, un conjunto de elementos simbólicos que nos llevan a habitar en una realidad igual de simbólica, por lo tanto, para Heidegger el “ser” es en este caso un ser simbólico que habita en una realidad simbólica y abstracta, en donde más allá de la codificación, de la significación del objeto, brindamos a este parte de la propia esencia del ser.

Entonces, dentro de la concepción que poseemos de comunicación ¿Qué es el código? El código es aquello que nos permite poner en común necesidades, pensamientos, sentimientos, etc. Es la significación propia de la realidad para poder ponerla en común con el otro, partiendo desde aquí, y conforme a lo revisado con anterioridad el código entendido de esta manera va ligado a lo propuesto por Wittgenstein, una significación propia de la realidad de acuerdo a su función y características, de esta manera podemos emitir un mensaje y asumir que el otro lo entenderá de la misma manera en la que yo pretendía hacer, así yo puedo decir la palabra “amarillo” haciendo alusión únicamente al color primario no intento otorgarle alguna característica referente a temperatura, raza, condición geográfica, estado de

ánimo, nada, únicamente hablar del color, Wittgenstein de esta manera crea una relación directa entre el código y el lenguaje, un uso cotidiano que le damos al código que previamente establecimos, ahora, ¿De qué manera se establece la relación entre el código con la realidad y la manera en la que la percibimos? Para poder responder a esta pregunta debemos de establecer necesariamente la manera en la que entendemos el código, ya que como en los nuevos lenguajes de programación digital, el código determina la forma y el porqué de tal o cual función informática, el código determina la manera en la que vemos y percibimos la realidad, quizá esta sea una de las mayores complicaciones al momento de definir y entender al código y por lo tanto al lenguaje, ya que la manera en la que utilizamos el lenguaje es la manera en la que vamos estructurando nuestra realidad, este escalón que puede parecer prácticamente imperceptible (entre la concepción del código como lenguaje y viceversa) y la relación entre el mundo abstracto y simbólico y el código acarrea consigo grandes cambios, por una parte el código nos permite entender y ordenar el mundo mientras que el lenguaje nos permite explorarlo, relacionarlo, desencadenarlo y superarlo para de esta manera formar lo que entendemos como realidad, de esta manera el código es el orden, lo esencial para poder entender el mundo en el que vivimos, mientras el lenguaje es una balsa que nos permite navegar en la propia realidad, de esta manera se crea una estrecha relación entre el código, el lenguaje y el contexto, por lo que podemos entender entonces que para poder establecer algún sistema de comunicación se necesita en primer lugar un código que nos permita relacionar los nombres, las funciones y los objetos, en segundo lugar, se requiere del lenguaje como medio para desarrollo de la realidad, se requiere del simbolismo abstracto que le proporcionamos a cada palabra para poder estructurar el mundo y la manera en la que lo habitamos y por último se requiere también de establecer un patrón de similitud entre los contextos de ambos (emisor y receptor) para lograr que el mensaje sea decodificado y comprendido de la misma manera por ambos, entonces, si entendemos a la realidad, al contexto como la creación abstracta con base en conceptos, ¿Qué es el contexto?

Para fines prácticos, al momento de explicar el diagrama de la comunicación moderno entendemos que el contexto es “el mundo que nos rodea” de esta manera, el mundo que nos rodea es la asimilación inmediata de los conceptos que forman nuestra realidad, es decir, aquello que entra por nuestros sentidos y es asimilado, decodificado e interpretado por nuestro cerebro, aun aquí, nuestro nivel comunicacional es meramente intuitivo, nuestro cerebro antepone los conceptos inmediatos a una “creación abstracta del mundo” cada pieza de información que recibimos a través de nuestros sentidos es interpretada de manera inmediata por nuestra capacidad de respuesta al entorno, si algo nos produce alguna sensación nuestro cuerpo responde al medio, esto forma un primer panorama de la “realidad”, del contexto, entonces la realidad es intuitiva y sensitiva en un primer momento, lo que el ambiente nos comunica somos capaces de responderlo, ahora, la realidad como tal no radica en la totalidad en el plano sensible e intuitivo, la realidad se enriquece (conforme se enriquece el ser) del lenguaje, el lenguaje forma las estructuras que forman nuestra realidad, al nombre, a las funciones de los objetos y sensaciones se les proporciona un valor, un valor racional, estético, espiritual, etc. Pero es precisamente este “valor” lo que le permite al ser desarrollarse y crear relaciones de concordancia con el ambiente, ahora más allá de simples sensaciones o de estímulos sensoriales tenemos redes de conceptos que se entrelazan en el complejo tejido de la realidad, la realidad como mundo en el cual nos desarrollamos, la realidad como contexto.

Para poder comprender el contexto o el mundo que nos rodea en este caso, primero debemos de entender la manera en la que comprendemos el mundo que habitamos, es decir, de qué manera percibimos, analizamos y precisamente, habitamos el mundo, desde el punto de vista de Gadamer, tenemos la capacidad de poder pre-comprender el mundo que habitamos, pero ¿De qué manera conseguimos esto? La comprensión del mundo o del contexto la realizamos de manera paulatina y sistemática al momento de entender en una primera instancia, el todo por sus partes, es decir, entender la realidad o al contexto por los conceptos que lo forman (tangibles, simples o simbólicos) esto nos permite ir estibando o

concatenando conceptos sobre los conceptos mismos, Gadamer busca de esta manera explicar de una manera más completa la manera en la que el todo es explicado en sus partes, si bien en la hermenéutica moderna podíamos entender de qué manera un texto se forma por las partes que lo estructuran y como cada parte se explicaba a través del texto, Gadamer busca explicar la manera en la que somos capaces también de entender la totalidad a través de las cosas que la conforman, ahora, la relación que tienen los conceptos individuales dentro de nuestra percepción de realidad tampoco podría ser entendida sin la simbiosis que existe entre el concepto y la totalidad, la forma en la que los conceptos se engarzan para ir enriqueciéndose uno a otro, de esta manera no resulta sencillo descubrir en donde se separa la totalidad de sus componentes parciales, ya que al ir formando la realidad lo hacemos de manera sistemática y automática entrelazando el contexto a una red de conceptos previamente establecidos, esto, de alguna manera es lo que nos ayuda a pre-conocer la realidad, ya que cada situación o concepto trae consigo una red de conceptos previamente organizados que nos permiten adicionar o quitar aquellos que la propia percepción de la realidad requiera, esto determina en cada ocasión la respuesta que será dada de acuerdo a nuestro propio esquema lo motive en ese momento. Entonces, si tenemos un mar de conceptos que nos ayudan a medir, entender y definir el mundo, al agregar a estos un concepto abstracto enriquecemos nuestra propia percepción de la realidad, del conocimiento que teníamos previamente de la misma, ahora el color amarillo puede ser relacionado directamente con el sol, y de esta manera vamos sumando eslabones para seguir creando relaciones, ahora el amarillo nos representa al sol, y por lo tanto con el calor, y de igual manera con la luz, y la luz con la alegría y la alegría con un olor o con un sonido, entonces ahora nuestro propio conocimiento de la realidad va más allá de la decodificación del mensaje transmitido, ahora somos capaces de agregar a la realidad características que nos permiten entenderla de una mejor manera, y por lo tanto entender mejor ese mundo que nos rodea.

Canal.

Quizá el que sea el elemento menos estudiado dentro del concepto de comunicación en la actualidad sea el canal, ya que de manera cotidiana el canal es utilizado por lo que parece evidenciamos tanto su definición como su uso, pero en realidad parte desde la función natural del cuerpo la expresión misma del canal, como seres humanos, como seres sensibles poseemos cinco maneras con las que entramos en contacto con el mundo que nos rodea, y por lo tanto con la realidad que se fija de manera sustancial en nuestro contexto, esto quiere decir que poseemos (en la mayoría de las ocasiones) cinco canales con los cuales podemos tanto recibir información como enviarla, cada mensaje enviado, cada célula de información transmitida, carga en sí misma un canal específico por donde viaja dicha información y cada elección que realiza el emisor en cuanto al canal se refiere excita diferentes maneras de percibir el mensaje, si, el canal por el que viaja la información determina de una manera radical la manera en la que percibimos y decodificamos el mismo, ya que un mismo mensaje puede ser estructurado para ser enviado a través de diferentes canales de manera simultánea lo que le otorga un valor agregado a la manera en la que el receptor podrá decodificar el mismo, de aquí nacen diferentes teorías, desde teorías modernas de la comunicación, hasta rituales místicos y religiosos que provocan que la información transmitida sea interpretada de manera tal que el receptor no tenga oportunidad de interpretar el mensaje de otra manera.

A saber, los canales naturales del ser humano para poder percibir, decodificar e interpretar un mensaje son los cinco sentidos, la vista, el olfato, el tacto, el gusto y el oído, de manera natural y evolutiva utilizamos algunos más que otros en diferente medida y bajo diferentes circunstancias, pero de alguna manera, estas cinco antenas de percepción funcionan a la par y al mismo tiempo para captar el mayor número de detalles que nos proporcione nuestro entorno para poder comprender que es lo que está sucediendo a nuestro alrededor, si, quizá nuestros sentidos no sean tan agudos como los de algunos otros animales en la naturaleza,

pero nuestra capacidad para crear “realidades” en un plano simbólico nos da la oportunidad de utilizar los sentidos con una mayor claridad-

En una primera instancia (y al igual que con el resto de las criaturas vivas en la naturaleza) los sentidos nos sirven para percibir, desarrollarnos y actuar de una mejor manera en nuestro entorno, los sentidos activan cada parte de nuestro sistema nervioso en respuesta al ambiente, con la finalidad de perpetuar nuestra especie y sobre todo buscar nuestra propia supervivencia, en este sentido, la percepción nos vuelve parte de la naturaleza, de una manera tan sencilla que se vuelve brutal y hasta cierto punto inocente, ahora, el complejo entramado que la percepción el propone a nuestra mente va más allá que nuestra mera empatía y similitud con el resto de los seres vivos, la percepción en nosotros crea conceptos empíricos que determinan nuestra manera de comprender el medio en el que nos desarrollamos, la experiencia de esta manera es una vez más un tejido de conceptos que nos permiten pre-conocer la realidad, el verdadero problema de la percepción radica precisamente en esta precognición que poseemos (o creemos poseer) del ambiente, del mundo y por lo tanto de la realidad, en cierta medida entendemos que los conceptos se entrelazan para crear experiencias, pero ¿De qué manera las experiencias previas determinan la manera en la que se decodifica y comprende la información?. De alguna manera, no existe una respuesta clara a este pregunta, el hombre, como lenguaje, se crea a sí mismo, pero se crea a sí mismo en razón de los conceptos que este construye a través de lo que percibe a través de los sentidos, se construye a sí mismo en un mundo simbólico y abstracto en virtud de la percepción que éste posee del mundo (y de la percepción que los demás tienen de él), esto determina de una manera directa la manera en la que vamos a recibir los mensajes que nos son transmitidos ya que las estructuras mentales, ese pre conocimiento del entorno, esas realidades, no son las mismas para cada individuo, cada hombre teje para sí mismo (al momento de crear su propia realidad) una manera de percibir las cosas que encaja de manera óptima con las estructuras mentales que éste posee, las experiencias individuales, la manera de

sentir y percibir la información enviada determina como comprendemos e interpretamos la realidad en la cual vivimos.

Para el proceso de la comunicación entonces, entender cómo funciona la percepción como elemento básico para poder comunicarse es elemental ya que no podríamos comunicarnos en este “plano” de otra manera más que a través de los sentidos, entonces, ¿Qué es la percepción? ¿Cómo y de qué manera determina nuestra capacidad para poder comunicarnos? De acuerdo con John McDowell⁷ la percepción es la “apertura al mundo” es decir, es la manera en la que nuestra mente observa detalladamente lo que nos rodea, la mente de esta manera recibe información independiente que cataloga con el fin de ordenarla, esta apertura le permite al hombre obtener información precisa que dé pie a crear conceptos en el “mundo de las ideas” y por lo tanto a ir desarrollando poco a poco una realidad subjetiva y funcional.

Ante nuestros sentidos se presentan de esta manera de forma cotidiana conceptos independientes en virtud de las características propias de lo que percibimos, si observamos un objeto la primera información que recibimos es su color, su tamaño y su forma, como objeto individual esto nos es suficiente para poder entender y determinar el objeto, así como comprender que es lo que estamos observando, en seguida notamos su posición dentro del espacio que determinamos nosotros mismos de acuerdo a su lugar espacial (arriba, abajo, dentro, fuera, cerca, lejos, etc.) esto nos ayuda a determinar la dimensión que el objeto ocupa con respecto a nuestro propio espacio, ahora, más allá de ser un objeto de tales características ocupa un lugar en específico, de esta manera, nuestra mente va bocetando una manera de percibir al objeto y en donde se encuentra dentro de nuestra realidad, pero para nuestra realidad al momento de percibir cada concepto le otorgamos al mismo características simbólicas que el concepto no contiene en sí, sino que son proporcionadas hasta el momento de crear mentalmente al objeto; si el objeto que tengo enfrente mío se encuentra a menos de un estiramiento de brazo

⁷ McDOWELL John. *Mente y mundo*. España. Ed. Sígueme. 2003. p.95

para poder tomarlo está cerca, si este objeto tiene forma cilíndrica, un asa y un líquido café dentro, esto lo convierte en una taza que contiene café, de esta manera acabamos de agregar un significado a un significante que hasta hace unos momentos era sólo un objeto ocupando un lugar en el espacio, y antes de eso, conceptos flotando en la estructura de nuestra mente, ¿Qué creó a la taza? Sin lugar a dudas dos factores, uno, las características propias del objeto y dos, la construcción mental que tuve que crear a partir de dichas características, este pensamiento estructuralista crea referentes mentales que nos ayudaran a reconocer a objetos de las mismas características posteriormente, y más complejo aun, aunque algunas características sean diferentes a las del objeto en sí, de esta manera la percepción nos ayuda a entender tanto el mundo físico, objetivo y medible en el que nos desarrollamos como el mundo simbólico que nos vamos creando.

Para Heidegger⁸ la percepción parte precisamente de la compleja red mental que despierta cada sensación, de acuerdo con el autor, el hombre percibe sensaciones en virtud de una totalidad no de manera independiente, de esta manera percibimos el olor y el sonido que produce un restaurante en virtud del olor de la comida recién servida, el olor de los platos de los comensales que nos rodean, del vino apenas abierto, estructuramos al restaurante de acuerdo al murmullo constante que emana de las demás mesas, del sonido de las cucharas y los vasos, de esta manera percibimos de manera natural e inmediata las experiencias muchas veces sin reparar en los detalles que la conforman, no olemos la albahaca que adorna nuestro plato, no distinguimos el olor a clavo y madera que brota de la botella de vino, no distinguimos el sonido metálico al chocar los cubiertos cuando son recogidos o el chirrido de una silla al moverse un comensal, esta “independencia” conceptual que los detalles nos aportan son percibidos de manera inmediata como una totalidad y esto a su vez va creando nuevos elementos simbólicos que también son percibidos, ahora bien, aquí nos enfrentamos con una complicación en cuanto a la percepción de experiencias ya que tenemos que definir y entender si el objeto

⁸ HEIDEGGER, Martin. *Los problemas fundamentales de la fenomenología*. España. Ed. Trotta. 2000. p.43

que es importante para nuestra percepción es percibido como tal, y la manera más sencilla para poder hacerlo es a través de la temporalidad, para que sea considerada percepción como tal tenemos que entender que el objeto tiene que “ser necesariamente en ese momento y no en ningún otro” para que el objeto pueda ser percibido tiene que encontrarse en un lugar en el espacio en específico y en un momento tal que nuestros sentidos sean capaces de percibirlo, en el momento presente, ya que si el objeto existiera en el pasado formaría parte de la experiencia, por otra parte, si existiera a futuro forma parte de la imaginación, podemos deducir de esta manera que la percepción determina de la misma forma nuestra temporalidad, esto conlleva de la misma manera que el objeto pueda ser recordado o imaginado, si yo tengo mi taza de café vacía puedo recordarla cuando se encontraba llena o pueda imaginarla llena de nuevo, esto crea una nueva manera de ver al objeto en sí y más aun dentro del marco simbólico en donde lo hemos puesto, pero de ninguna manera cambia la percepción objetiva del objeto, ya que en este preciso momento tiene las mismas características físicas (quizá no espaciales) que había deducido para poder definirlo.

Quizá la mayor complicación que pueda existir para la percepción sea la concepción de la “ilusión” y el ego, la primera, en virtud de que nuestra mente tiene la capacidad de crear realidades u objetos que van más allá del objeto real, la segunda determina totalmente la percepción en virtud que la manera en la que nos percibimos a nosotros mismos modifica la manera en la que vemos o percibimos al mundo, ambas complicaciones (o riquezas según se quiera ver) van de la mano del simbolismo que le otorgamos a los conceptos, a los objetos y a la realidad, la ilusión en cuanto a nuestra capacidad propia de imaginar, es decir, es una proyección de la propia sensación percibida en relación con algo que no se encuentra aquí, pero podría presentarse de esa manera y de manera automática nuestra mente representa esa nueva percepción como una opción de la realidad, el ego eleva a la percepción en un sentido aún más complejo, ya que a través de éste percibimos al mundo por medio de nuestras estructuras previas, esto influencia de una manera radical como decodificamos los conceptos y por lo tanto los objetos, ya que nuestra

percepción se ve predefinida por una red de objetos, conceptos y sensaciones previas que ejercen una muy importante influencia en la manera en la que percibimos las cosas en ese instante, por lo tanto la percepción hace uso de algo que ya sucedió para enriquecer simbólicamente lo que se percibe en ese instante y determina la reacción que esté por suceder, esta capacidad inconsciente de decodificar y responder de acuerdo a estas estructuras previas son las que determinan de manera tajante el propio proceso de la comunicación y como los estímulos externos determinan tanto en el emisor como el receptor la manera de entender tal o cual mensaje.

De manera natural el hombre antepone los nuevos estímulos ante una estructura de sensaciones previas, de esta forma, el contexto, la realidad, el mundo, determina aquellos canales que son más eficaces para trasmisir tal o cual mensaje, por lo tanto, esto define la manera en la que nos vamos a comunicar, entendiendo que no todas las personas son igual de perceptivas ante cual o tal estímulo estructuramos nuestro mensaje de acuerdo a nuestro receptor y su habilidad para percibirlo y entenderlo; y si a esto le sumamos que conocemos la manera en la que nuestros cinco sentidos pueden ser estimulados en cierta medida facilitaría el proceso de elaboración del mensaje, ahora bien, el hombre no percibe estímulos a través de un solo sentido en un solo momento, los sentidos se mantienen constantemente abiertos y ávidos de información, por lo que tenemos que entender que el mensaje enviado lleva consigo una percepción natural de la cual el emisor no dispone y esto complica de nuevo la propia estructuración del mensaje, ya que el mensaje enviado y la manera en la que este se transmite determina la propia percepción del receptor ya que cada mensaje va enriquecido de las características propias del emisor y esto a su vez, es un mensaje en sí.

Entendiendo al hombre como un animal social, entendemos que se mantiene en constante comunicación con su entorno y con los demás, debido a su propia estructura el hombre comunica constantemente, aun cuando no desea hacerlo, ya que al existir o desarrollarse en un plano simbólico el propio hombre se vuelve a su

vez un símbolo y este posee las características necesarias para ser interpretado, esto en si determina la forma en la que el otro, el receptor responda a los mensajes que son transmitidos ya que su propia capacidad de percepción y su propia realidad de obligan a tamizar los mensajes que recibe, la posición de nuestro cuerpo, la ropa que utilizamos, nuestro aroma, el volumen de nuestra voz, etc. Le otorgan al receptor material suficiente para definir cuál será la postura que tenga ante nuestro mensaje, ciencias y técnicas como la imagología y la imagen pública hacen uso de este tipo de conocimientos y características para de alguna manera poder pre definir la manera en la que el otro, o una audiencia responda ante tal o cual estímulo (el cual desde el momento en el que se emite se convierte en mensaje), de igual manera la semiótica y la hermenéutica nos ayudan a desentrañar los símbolos y los signos que determinan nuestra propia percepción de la realidad.

Durante el paso del hombre en el mundo éste ha hecho de los diferentes canales de comunicación para establecer una relación mental con el símbolo, la tradición oral utilizaba un canal auditivo para transmitir conocimientos, las pinturas rupestres utilizaban un canal visual y gráfico para dejar un vestigio de la vida de nuestros antepasados, los mensajes son objetos naturales de la estructuración normativa de los conceptos con los que los regimos, ya que de antemano, la información que va a ser emitida tiene que pasar por el aire, por la luz o por una superficie para que sea interpretado, de acuerdo con Guillermo Orozco⁹ el hombre es un “ser multimediatíco” si por que recibimos información a través de diferentes “medios”, pero más importante aún, porque es capaz de recibir información a través de diversos canales al mismo tiempo, esto vuelve al receptor muchas veces presa de la estructuración previa del mensaje ya que en diferentes experimentos sociales se ha demostrado la eficacia de estimular al receptor de un mensaje a través de más de un sentido al mismo tiempo, esto facilita dos cosas, la primera, la decodificación acertada y precisa de un mensaje y la segunda, la predisposición a una respuesta esperada por parte del receptor, esto ha sido utilizado a través de la

⁹ OROZCO, Guillermo. *La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias*. Comunicación y Sociedad. No, 10.. México. p. 109 – 128

historia mediante el uso de referentes simbólicos que lleven al receptor o a la audiencia a responder de tal o cual forma, ya que el referente simbólico de los elementos usados llevan de manera forzada a la mente a una experiencia previa sobre el objeto o el mensaje en sí, la psicología del color es un ejemplo de esto, como ya vimos con Wittgenstein¹⁰ los conceptos no poseen características simbólicas, son sólo señalamientos puntuales de lo que es el objeto en sí, más allá, la psicología del color le otorga a los colores características que van más allá de la percepción de la luz en nuestros ojos, de esta manera cada color produce sensaciones no solo sensitivas sino también emocionales, de esta manera los colores producen una respuesta en el receptor, pero ¿Es esto porque el color produzca necesariamente sensaciones en nosotros? De alguna manera lo es, ya que estamos estimulando físicamente a nuestro organismo a través de lo que nuestra mente percibe,

Entonces el color amarillo nos denota alegría, pero un constante estímulo a dicho color nos lleva a la euforia y a la ansiedad, por otra parte, quizá este referente simbólico que posee la psicología del color también lleve una estructura previa y cultural, ¿Por qué en los países asiáticos los colores son percibidos con un significado completamente diferente al de los países de occidente? Si la percepción fuera necesariamente sistémica, fisiológica y neurológica ¿No deberíamos de responder todos de la misma manera? Este es quizá el punto de partida para entender que la elección de un canal determinado tiene que estar relacionado de manera directa también con la empatía de contextos, con esa fusión de horizontes gadameriana, ya que a pesar de casi todos funcionar al menos fisiológica y neuronalmente de una manera similar, la percepción, la asimilación y decodificación de los símbolos se da de manera completamente diferente, esto obliga al receptor a buscar dentro de su realidad una manera de transmitir los mensajes de manera que lleguen de manera directa con la realidad de su receptor, esto lo podemos revisar en el arte de una manera clara, por ejemplo en las artes plásticas y por lo tanto en el cine, podemos ver como el símbolo se expresa de manera tan cultural

¹⁰ WITTGENSTEIN, Ludwig. Op. Cit.p.63

que muchas veces nos parece confuso, mientras por ejemplo en “Las dos torres”¹¹ la segunda película basada en la trilogía de libros de “El señor de los anillos” del director neo zelandés Peter Jackson vemos en los minutos finales como se lleva a cabo la carga de la caballería del ejército de Rohan contra el ejército de Uruk-Kais enviados desde Isengard, en una secuencia de planos que están estructurados de izquierda a derecha denotando sobre todo quienes son los héroes (a la derecha) y quienes son los villanos (a la izquierda) y escuchando con una voz en off –“Al inicio del tercer día volteo al sol saliendo del oeste”- (Cabe destacar también la referencia simbólica al tercer día de nacimiento del sol, quizá refiriéndose a Jesucristo); mientras en “Los siete samuráis”¹² de Akira Kurosawa vemos como Kanebi (el héroe) en su primer aparición entra de derecha a izquierda, podemos entender de esta manera como el referente cultural (y evidente posición geográfica), además de sistema de escritura, etc. Determinan la manera en la que percibimos las cosas.

De esta manera, la elección de un canal adecuado para transmitir un mensaje determina la manera en la que el receptor lo entienda de acuerdo a su contexto, sobre todo debido a las experiencias que este posea, recordemos que el carácter simbólico que le otorgamos a los signos y a las cosas motiva la respuesta del receptor, esto muchas veces se da a su vez por las características propias tanto del concepto como del objeto a comunicar, digamos que de alguna manera quisiéramos utilizar un signo que demuestre fuerza, podríamos crear un blasón que tenga la figura de un león y aquel que lo vea entenderá (de acuerdo a su percepción del león) el estandarte como nosotros lo planeamos, ahora, al elegir un canal debemos de entender que los símbolos, más allá de un carácter simbólico también poseen un carácter histórico que les otorga atributos característicos también, de esta manera, si queremos a través de alguna simbología elegir un signo que nos demuestre a través de la vista y su capacidad perceptiva la fuerza y grandeza en la mayoría de las ocasiones se utilizan símbolos heráldicos que nos llevan a pensar en ello, no en

¹¹ *The TWO TOWERS*. (Película) Prod. Peter Jackson. Dir. Peter Jackson. Nueva Zelanda/EUA. New Line Cinema. 2002

¹² *SHICHININ NO SAMURAI*. (Película) Prod. Toho. Dir. Akira Kurosawa. Toho. Japón. 1954

vano, el águila bicéfala, la esvástica y demás signos que poseen un carácter simbólico específico han sido utilizadas en numerosas ocasiones a lo largo de la historia.

Retomando a Orozco¹³ y su perspectiva multimedial de la comunicación podemos entender desde esta perspectiva que mientras usemos un mayor número de canales de comunicación el mensaje es mayormente aceptado, esto lo podemos ver por ejemplo en los Medios Masivos de Información, en donde el internet ha ganado un lugar preponderante sobre el resto de los medios sobre todo en las generaciones más jóvenes, si, debido a muchos factores como la velocidad y la facilidad a la que el usuario del medio puede obtener información de cualquier lugar y prácticamente sobre cualquier tema, pero lo es también por la interacción multimedial que la herramienta de comunicación representa, es decir, el internet es el mayor mar de información que poseemos en la actualidad, información de todo tipo, textual, ya que podemos revisar la prensa, blogs, etc. Auditiva, ya que a través de internet podemos consultar un sin número de audio tecas que contienen entrevistas, conciertos, etc. Además del uso de portales, aplicaciones y otros dispositivos en donde podemos llevar la música, podcast, o cualquier tipo de audio que nosotros elijamos a cualquier lugar; pero el internet también nos muestra videos y películas, entonces aquí, el internet comienza a convertirse (y por lo tanto a sus usuarios) en un motor multimedial como lo es también la televisión y el cine, ahora los mensajes los podemos ver y escuchar, entonces nuestros oídos y nuestros ojos están siendo estimulados, lo que al medio (audiovisual) le facilita provocar determinadas reacciones en el usuario, además, el oído y la vista le proporcionan al receptor una percepción de “seguridad y veracidad” pues están viendo los hechos conforme suceden, están escuchando las voces de quienes están ahí, esta es quizás la magia que nos producen medios como la televisión y en especial el cine, el envolver al receptor, al usuario de tal manera que viva de una u otra forma (al menos de manera fantástica) los hechos que están sucediendo ante sus ojos (y oídos).

¹³ OROZCO, Guillermo. Op. Cit. p.109 - 128

Es importante destacar el papel que el canal como forma en la que se transmite el mensaje tiene en el proceso comunicacional, ya que los sentidos en dicho proceso recorren dos vías, los sentidos funcionan como dispositivos de entrada de información, pero a su vez funcionan como dispositivos de salida, es por esto que el uso de la percepción (y por lo tanto de los canales de comunicación) funcionan para transmitir y convencer de ambas maneras, por un lado, tenemos a los sentidos en su función perceptiva, en cuanto al aprendizaje que podemos obtener de estos, por otro lado, tenemos la catarsis o el placer que nos producen los sentidos al ser explorados y explotados, una llama nos produce una sensación de calidez, de bienestar, pero a su vez puede producirnos dolor al quemar nuestra piel, es por esto que corrientes filosóficas, intelectuales, religiosas etc. Les han brindado a los sentidos características a veces místicas, a veces terroríficas. En el Budismo el ser humano se encuentra encarcelado en este plano existencial por medio del cuerpo, el cuerpo le funciona de cárcel y a su vez de premio y castigo, para el budista existen dos maneras de alcanzar la “iluminación”, a través de la negación de los sentidos y de lo que éstos producen o a través de la explotación de los mismos, a través del pleno conocimiento del cuerpo, de lo sensorial, de esta forma, los canales de comunicación quedan abiertos y a la expectativa de la naturaleza y ayuda a que el hombre se funda con ella, otro ejemplo que podemos encontrar del uso de los sentidos como canales directos de comunicación es en la corriente psicomágica propuesta por Alejandro Jorodowsky¹⁴, el dramaturgo, actor y escritor chileno busca en la relación contexto-sentidos (o canal) la somatización por parte del paciente (usuario) de aquello de que alguna manera lo aqueja, haciendo uso de corrientes y disciplinas como el psicoanálisis, el surrealismo, el teatro, el sensorama, etc. El usuario es capaz de lograr una catarsis que de otra manera no lo hubiera conseguido, de alguna manera, Jodorowsky utiliza los canales, esos epicentros de comunicación como propuesta para la cura.

El canal, entonces juega un rol fundamental para poder comunicarse de una manera adecuada, haciendo un especial énfasis en la relación que éste tiene con

¹⁴ JODOROWSKY, Alejandro. *Psicomagia*. España. Ed. Siruela. 1990. p.12

el lenguaje (especialmente al elegir un canal no verbal) y con el contexto, en realidad es aquí, en la elección de los canales adecuados de comunicación en donde radica la fusión de contextos, la fusión de horizontes.

Retroalimentación.

Comúnmente es muy fácil confundir la transmisión de información con el proceso de comunicación, ya que en la transmisión de la información entran en juego la mayoría de los elementos de la comunicación, en incluso cumple con la función obvia de comunicar, que es dar a conocer un mensaje entre una persona y otra, poner en común un mundo que de otra manera no podría darse, es aquí donde radica principalmente la problemática natural de la comunicación, en cuanto a la transmisión de información. En un mundo tan informado, en donde como ya vimos, de manera natural el hombre comunica constantemente y a su vez es objeto perceptivo de comunicación es sencillo entender al proceso de la comunicación como una mera transmisión de información, de hecho, la mayoría de los medios masivos, que nosotros creemos de “comunicación” no son tales, ya que los contenidos que de manera cotidiana llegan a nosotros a través de los diversos medios son herramientas producidas solamente para informar, no están planeados para comunicar, es por esto que los medios audiovisuales son medios masivos de información, no de comunicación, ya que en un principio carecían de un elemento fundamental para cerrar el proceso de la comunicación, y es cuando el receptor emite una respuesta directa al emisor, es decir, el receptor se convierte en emisor y el emisor en receptor, de alguna manera esto convierte a la propia transmisión de información en una comunicación activa, sobre todo tomando en cuenta la verdadera función de la comunicación, poner en común pensamientos, sentimientos, emociones, ya que de esta manera es como se consigue que los contextos de ambos elementos activos de la comunicación entren en contacto.

En un inicio cada medio masivo de información lo que pretende es (aunque suene obvio y repetitivo) es informar, es así como cada medio nace y se desarrolla en un principio, en la búsqueda de informar a una audiencia sobre acontecimientos o hechos que pueden ser de interés para la misma, como veremos más adelante, existen diversos canales de comunicación que pretenden llegar a diferentes públicos y audiencias, y a su vez, cada medio, de acuerdo a su alcance e impacto también se convierte en elemento indispensable del poder económico y político de

tal o cual población, pero más allá de los usos y gratificaciones que cada usuario deposite en un medio masivo, su función principal es informar, pero ¿Cuál sería entonces la diferencia principal entre informar y comunicar?

Para poder entender ambos conceptos y la manera en la que se fundamentan a sí mismos debemos comprender para que funcionan. El término información se desprende del prefijo latino *In* y del verbo también latino *Formare*, la traducción literal de esto sería *Dar forma*, por lo que podemos entender a la información como el proceso mediante el cual se le da forma a algo, y al igual que la creación, este es un proceso unilateral, al momento en el que estamos frente a un lienzo, una hoja en blanco o una pieza de mármol es la propia acción del autor quién ejerce su propio contexto e interés sobre éste para crear su obra, ni el lienzo y pinturas, ni la pluma o el papel, ni el mármol y el cincel protestan bajo la acción del artista en el momento en el que éste está dando forma a la obra en proceso de creación, la creación es un proceso que fluye en una sola dirección, el artista de alguna manera da a conocer, pone en forma su mundo para plasmarlo en su obra, de igual manera, un medio masivo da forma a la realidad para darla a conocer a una audiencia, el artista al momento de crear va más allá del mundo de los otros y busca dentro de sí mismo las herramientas necesarias para crear, en un medio masivo se busca entre la realidad y sus acontecimientos la información que de manera idealmente objetiva pueda ser de interés para los usuarios del mismo, insisto, más allá de la carga de poder que un medio posea, es por esto que la transmisión de información se da en la misma dirección que la creación artística, es un primer proceso que lleva al artista, al productor de contenidos a codificar, canalizar y emitir información sin buscar la respuesta del otro.

El verbo comunicar se desprende también de un vocablo latino, el verbo *Comunicare* que quiere decir poner en común, es aquí donde nace la principal diferencia entre informar y comunicar, informar va en un solo sentido, mientras comunicar se desarrolla en ambos. La transmisión de información fluye únicamente del emisor al receptor, como en un principio la información se daba únicamente del

ambiente a los instrumentos de percepción del receptor, de alguna manera esto cumple en una primera instancia con el objetivo de dar a conocer, de emitir, pero la mera información no busca o no pretende obtener una respuesta inmediata al mensaje transmitido, la comunicación por otra parte, se vuelve un ciclo, una respuesta constante entre información emitida y recibida, una constante retroalimentación entre emisor y receptor, la retroalimentación ‘por lo tanto cierra el ciclo, y es precisamente esto lo que le da sentido al proceso de comunicar, poner en común, ligar un contexto con otro para de esta manera empatar las diferentes perspectivas tanto del emisor como del receptor.

Para poder entender cómo funciona o como se usa la retroalimentación dentro del panorama de la comunicación debemos entender precisamente que tipo de comunicación lleva a cabo, por una parte, debemos de entender a la comunicación interpersonal como el tipo de comunicación que se lleva a cabo entre dos o más personas, de aquí podemos distinguir dos tipos, la comunicación que entendemos propiamente como comunicación personal o comunicación uno a uno, que se puede dar a través de diversos canales, ya sea frente a frente con nuestro receptor, a través de un canal o medio de comunicación directa como puede ser vía telefónica, a través de cartas, correo electrónico, mensajería instantánea, video llamada, etc.; y tenemos un segundo tipo de comunicación una proceso de comunicación que se puede dar de una persona (o un solo emisor o canal) a una audiencia, en este tipo de proceso comunicacional se busca que sea un solo emisor de contenidos informativos (entiéndase como cualquier tipo de contenido ya que más adelante analizaremos los tipos de contenidos que pueden ser transmitidos) el que llegue a dos o más personas, esta “audiencia” puede ser de dos manera, una audiencia pasiva que únicamente está atenta y a la expectativa de los contenidos o información que es transmitida o puede ser una audiencia activa, que interactúa de manera constante con el medio y su interlocutor.

En el concepto de la comunicación como lo entendemos en la actualidad se le imprime a la retroalimentación un valor hegemónico al momento de producir y

transmitir mensajes o al momento de crear contenidos mediáticos o artísticos que puedan servir como objetos propios de comunicación, esto va de la mano de diversos factores que van desde una respuesta encausada o buscada en el usuario de tal medio o destinatario de tal mensaje así como la influencia que cada medio tiene en la audiencia, siendo esto una parte fundamental para el funcionamiento de un medio.

Los medios masivos de información al ser objetos de influencia sobre determinadas poblaciones han utilizado mecanismos alternativos para medir la retroalimentación de sus usuarios, estas formas van necesariamente de la mano del tipo de medio que sea y de lo que el propio medio pretenda medir, esto, va acompañado de las necesidades particulares del medio, ya sea que busquen saber cuántas personas consumen sus contenidos, que tipo de contenidos son usados mayormente, el horario de mayor o menor consumo o el impacto que tales contenidos y la propia rentabilidad del medio. La manera de medir esta retroalimentación depende de los propios canales de comunicación del medio, por ejemplo, mientras en la prensa se puede medir el gusto que la audiencia tiene sobre tal o cual periódico o revista a través de la venta directa de sus ejemplares impresos en la televisión o el radio se mide la aceptación del medio a través del rating o de las ventas.

Los medios masivos de información en la mayoría de los casos se encuentran divididos en dos tipos de contenidos de acuerdo a su administración, éstos pueden ser públicos o privados de acuerdo a los medios por lo que obtiene el dinero para mantenerlos funcionando, mientras que los medios públicos obtienen sus recursos por parte del estado, los medios privados se auto gestionan, por lo que necesitan obligatoriamente de vender tanto sus contenidos como espacios de tiempo al aire para poder funcionar, esto determina muchas veces el tipo de retroalimentación que un medio busca para fijar el rumbo que tal o cual medio debe de seguir por lo que la retroalimentación mediática se mantiene también en una constante evolución para satisfacer las necesidades de los medios y del propio cambio que los medios

llevan, ya que es la propia audiencia quien en la actualidad define qué es lo que debe de ser transmitido, si bien es cierto que los usos y gratificaciones que los usuarios buscan en los medios son parecidos a nivel global, existen diferentes mecanismos o estructuras que determinan los usos que el usuario le da al medio.

Como ya se explicó, es el propio canal de comunicación del medio el que determina el tipo de retroalimentación del que provee al usuario, quizá la manera más sencilla en la que el medio puede retroalimentarse del alcance de su audiencia sea la que encontramos en los medios impresos (periódicos, revistas, libros, etc.) y es a través del consumo o venta directa de los mismos, ya que es a través de la venta de ejemplares o suscripciones como el medio puede darse cuenta del gusto de sus usuarios por sus contenidos, de manera sencilla, si un medio impreso se vende, funciona, si no se vende, no es aceptado por los usuarios entonces, no funciona, otra manera que un medio impreso tiene para retroalimentarse de su audiencia es abriendo canales de comunicación directa con el medio, esto tuvo un empuje muy importante principalmente entre las décadas de 1980 y 1990 cuando los medios impresos aceptaban y motivaban a sus usuarios a realizar comentarios a través de cartas, las cuales eran respondidas a través del propio medio, esto habría un nuevo canal de interacción con los usuarios, quienes pasaban de alguna manera de ser una audiencia pasiva a ser una audiencia activa y de cierta manera productores de sus propios contenidos, esto, sobre todo en revistas de giro social y de entretenimiento en donde los usuarios podían escribir sobre sus experiencias y temas de interés formando un tipo de “foros abiertos” en donde podían expresarse e intercambiar información entre el medio, pero también entre los usuarios. Cabe destacar que es precisamente en los medios impresos en donde los usos y las gratificaciones que los usuarios dan al mismo no muchas veces van de la mano de informarse e incluso de entretenerte, ya que el uso que se le puede dar a este tipo de contenidos (por el material con el que están hechos: el papel) empuja la venta del contenido también en otras funciones no necesariamente informativas.

Quizá la principal problemática que apareció para permitir y medir la retroalimentación de los medios auditivos y audiovisuales fue precisamente el carácter impersonal que los caracteriza ya que no es necesario que el usuario “compre” los contenidos transmitidos por medio de la herramienta tecnológica, basta con encender el aparato receptor para que el usuario reciba los contenidos transmitidos, pero en cada televisor se nos presenta un abanico de diferentes contenidos, que parten de diferentes medios, con diversas propuestas mediáticas, esto complica la medición de la elección y respuesta en el usuario, por lo que dichos medios hacen uso de diversos mecanismos para poder cuantificar cual es la influencia que tienen es la audiencia cautiva. En primer término tenemos el Rating, éste se ha utilizado como principal herramienta de televisión durante los últimos treinta años, éste se consigue a través de las mismas tecnologías informativas que permiten la transmisión de datos radiales hacia el aparato receptor, y convierte, nuestro televisor o radio en un emisor también, ya que son equipados con un equipo y sistema de medición en tiempo real del propio funcionamiento y uso que se está haciendo del aparato, ya que a través de los llamados “media-meters” envían a determinados organismos gubernamentales (en México a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes) quienes son los encargados de medir el uso que la audiencia hace sobre los contenidos mediáticos, cabe destacar que esto se hace con base en un muestreo de los propios media-meters, es decir, no todos los televisores y radios constan de un media-meter que le permitan transmitir datos referentes a los hábitos de consumo de los usuarios, entonces el rating se hace de acuerdo a un número específico de transmisores, en la actualidad y gracias al avance tecnológico en conjunto con la televisión digital, cada receptor de televisión está conectado directamente con un decodificador digital, esto facilita a las compañías particulares de cable el medir o conocer cuales canales y bajo qué circunstancias se consume tal o cual canal, y por lo tanto, que contenido.

Otra herramienta de medición de la retroalimentación para un canal audiovisual es la respuesta de los usuarios a la publicidad emitida. En un medio informativo privado lo que hace funcionar al propio medio es la venta del tiempo aire

en sus diferentes espacios, esto con la finalidad de ofertar productos o servicios para llegar a un número específico de usuarios quienes forman parte de la audiencia, por lo que la principal característica de estos es el gran volumen publicitario tanto en sus contenidos como en tiempo de transmisión. El alcance e influencia que un medio audiovisual tiene en la audiencia es definido por el número de personas que consumen los contenidos en diversos horarios y su capacidad para modificar los hábitos de consumo de dicha audiencia, por lo que buscan que los productos que son anunciados en sus espacios sean consumidos por un mayor número de personas, de esta manera, tanto sus anunciantes como el propio medio se ven beneficiados por la venta de los productos, esto determina dos cosas, que la audiencia se mantenga cautiva a la emisión constante de sus contenidos mediáticos y por lo tanto que los mensajes publicitarios y persuasivos lleguen a un mayor número de personas, durante un mayor lapso temporal y de manera más contundente, esto le proporciona al medio una manera directa de medir la influencia que representa en su audiencia y al usuario le da una visión global de productos que puede consumir, por lo tanto el medio (y sus anunciantes) se pueden dar cuenta del alcance directo de los mensajes persuasivos y de la relevancia que tuvieron en el consumo.

El avance en las herramientas de información y especialmente en las referentes a la transmisión digital de datos han cambiado de manera radical la forma en la que se da la retroalimentación en los medios masivos de información, además, de poner en jaque a los propios medios, al desarrollo que el internet ha tenido en la última década se debe precisamente a la velocidad con la que los mensajes pueden ser enviados y por lo tanto la facilidad con la que una respuesta u opinión puede ser emitida, además, al agilizar la velocidad en la transmisión de los datos las distancias geográficas de alguna manera se acortan, ya que no es necesario estar en determinado lugar para poder opinar sobre un tema que se desarrolle en esa latitud, esto le permite al usuario interactuar de manera directa con otros usuarios y también con los propios medios masivos de información, es esta propia capacidad de interacción lo que también le permite a los usuarios ya no ser únicamente

consumidores de contenidos mediáticos, sino que lo convierten en productores de contenidos, ya que las herramientas que en un momento fueron únicamente para recibir información ahora se vuelven transmisores de información también por lo que la información se transmite en tiempo real, de manera particular a una audiencia en específico, la revolución de la información digital trae consigo también una revolución en la manera en la que percibimos la información, ahora toda información puede ser vetada y puesta en duda ya que el usuario ahora se convierte en líder de opinión al emitir su propia información, por lo tanto, el avance en las tecnologías de la información facilitan el proceso retroalimentativo que antes parecía muy complicado, pues los medios “tradicionales” no permitían esa interacción inmediata con el medio y sus contenidos, en este momento somos capaces de opinar, de apoyar o disentir con lo que se está transmitiendo en ese preciso momento, ahora el usuario es capaz de reacción a los contenidos transmitidos a través de un clic o un simple toque sobre la pantalla, ésta es la manera como se miden en la actualidad los medios masivos y de alguna manera es como medimos nuestra realidad y sobre todo, la influencia que ejercemos sobre los demás, así nacen diferentes figuras mediáticas, lo que antes era un líder de opinión ahora se convierte en influencer, lo que hasta hace una década estaba destinado a los medios, que era la producción, transmisión y emisión de contenidos masivos, ahora lo tenemos disponible en nuestro bolsillo al alcance de un deslizamiento de pantalla.

La retroalimentación de cierta manera ha determinado el consumo de las audiencias, y a su vez, es esta retroalimentación por parte de los usuarios la que determina el tipo de contenido que debe de ser realizado por parte del medio para seguir en el interés del público, es por ello que en la actualidad los medios masivos tradicionales se encuentran en una profunda crisis tanto de audiencia como de credibilidad, ya que la tendencia del consumo mediático va encaminada hacia la autoproducción de contenidos y se ha dejado de lado la producción espectacular de contenidos cotidianos a través de medios pre establecidos, esta nueva retroalimentación inmediata convierte a los medios digitales en los nuevos contenidos favoritos de las audiencias, los periódicos, libros y revistas ahora son

empujados a convertirse en blogs donde los usuarios pueden dejar su opinión inmediata en la caja de comentarios, la radio está siendo arrastrada hacia la creación de podcast, la televisión y el cine hacia plataformas de streaming digital, todo esto ha arrinconado a los medios masivos de información a modificar tanto sus contenidos como su forma de establecer relaciones con la audiencia.

Análisis del modelo de la comunicación.

Para poder entender a la comunicación y al constante proceso evolutivo que ha tenido a lo largo de la historia debemos de entender las formas en la que la comunicación ha sido descrita e investigada durante los diferentes momentos en el desarrollo de la vida en sociedad, si bien es cierto que la comunicación siempre ha sido entendida como el proceso mediante el cual se ponen en común pensamientos, sentimientos, sensaciones, etc. La percepción propia de la comunicación ha variado de acuerdo a la necesidad y a las posibilidades de cada época y sobre todo de cada postura sobre la misma, por lo tanto para poder desgajar el concepto de comunicación debemos entender que a lo largo del desarrollo de la misma se han desarrollado varios modelos que han pretendido explicarla y estudiarla desde diferentes aristas y puntos de vista, sobre todo, en la búsqueda de explicar la importante influencia que ésta tiene para la vida en sociedad.

De acuerdo a la necesidad propia de la época y de la importancia que el proceso comunicativo ha tenido a lo largo de la historia se han propuesto diversos modelos que pretenden explicar el mismo proceso de comunicación, para poder de esta manera a partir de las partes, de los elementos propios de la comunicación como se lleva a cabo dicho mecanismo, estos modelos han variado de acuerdo a las posibilidades e intereses a lo largo de la historia, pero dejando claro de manera sistemática que dichos modelos pretenden entender a la comunicación como el mecanismo mediante el cual la transmisión de información se vuelve funcional. De acuerdo con Uriel Sánchez¹⁵, entendemos que:

“Los modelos de comunicación pretenden explicar la realidad de las interacciones comunicacionales, por supuesto, de un mundo ideal. Se propone el estudio y

¹⁵ SÁNCHEZ, Uriel. *Modelos y esquemas de comunicación*. Colombia. Universidad de Medellín. 2006. p.21

desarrollo de la comunicación humana en contextos delimitados y concretos.

Un modelo de comunicación es una preocupación por la interacción. El sentido de la comunicación, sus medios, la relación entre emisor y receptor, el ambiente en el cual se desarrolla y los ruidos que la afectan; la trascendencia de dichas interacciones comunicativas para los seres humanos, las sociedades y sus organizaciones, son la razón para modelar la comunicación”.

Es en este aspecto como podemos entender a cada modelo de la comunicación como una manera de explicar la vida en sociedad en determinada época y en cierto lugar, ya que desde el punto de vista evolutivo y humano, la interacción entre pares no se da de la misma manera, ni en todo el orbe de la misma forma durante todo el tiempo, es por esto, que una de las maneras más profundas y significativas de estudiar la vida del hombre en comunidad es estudiar la comunicación, ya que esta significa el estudio de complejos procesos y elementos que a su vez, explican una perspectiva de la realidad.

Modelo Aristotélico

Un modelo, como su nombre lo sugiere de alguna manera estipula el “deber ser” del objeto estudiado, busca plasmar de una manera fiel como formar tal o cual cosa o situación, es por esto, que un modelo de la comunicación busca representar de manera fidedigna el proceso necesario para que la comunicación pueda llevarse a cabo, es en este estudio de los modelos de comunicación como podemos determinar la forma precisamente de lo que se está estudiando, Aristóteles¹⁶, en la retórica introduce precisamente el término forma dentro de su modelo de comunicación, para Aristóteles el proceso propio de la comunicación estaba estructurado por cuatro elementos básicos para poder llevarse a cabo, el *emisor* era quien enviaba el *mensaje* a una audiencia específica y por lo tanto, en búsqueda que el mensaje fuera interpretado de manera óptima se adecuaba la *forma* en como el mensaje era transmitido, cabe destacar que en este primer modelo de comunicación es *la forma* lo que precisamente permite que el mensaje sea transmitido, es esta forma aristotélica la que hace las veces tanto de canal como de contexto, además, en esta primera revisión de la comunicación occidental vemos como para Aristóteles en una primera instancia la retroalimentación se daba de manera automática entre la audiencia y el emisor, ya que el emisor siempre se encontraba abierto y a la expectativa de la respuesta de su interlocutor, por lo que la expresión “todo comunica” pretende explicar cómo ante el más mínimo estímulo se está percibiendo una respuesta.

La concepción aristotélica de comunicación ha acompañado al hombre y a cualquier expresión comunicacional durante miles de años en la perspectiva de la importancia que la forma adquiere tanto para la estructuración como para la comprensión del mensaje, en la actualidad entendemos a la forma como el medio por el cual se envía la información y desde otra perspectiva aristotélica entonces la forma también sería el mundo que enriquece al mensaje transmitido.

¹⁶ ARISTÓTELES. *Retórica*. España. Ed. Gredos. 2005 p.95

El desarrollo de ciertos mecanismos de comunicación durante las diferentes épocas históricas ha determinado de qué manera percibimos a la comunicación y por lo tanto los modelos que pretenden explicarla, durante toda la historia han cambiado los canales mediante los cuales se puede transmitir un mensaje, además de las propias expresiones comunicacionales y sobre todo, los intereses que se han impreso en la propia comunicación como foco de influencia en la población, como ya vimos, para Aristóteles la forma enriquecía los mensajes, pero es precisamente el emisor el que elige como expresar el mensaje, para esto, el emisor requería de una concepción previa de cuál era la respuesta que el receptor podría dar, por lo tanto, los resultados de todo el proceso comunicacional dependían únicamente del emisor, esto de alguna manera determinó durante miles de años la manera en la que la comunicación se llevaba a cabo, otorgándole a la comunicación un carácter funcional en virtud de la respuesta que se pretendía, esto de alguna manera determinó la estructuración del arte y los propios canales de comunicación, no es en vano que durante el medievo el arte girara en torno a la figura de Dios como eje principal de objeto de comunicación, por lo tanto, el interés que en la edad media se le daba a la comunicación iba de la mano de la fidelidad de la audiencia tuviera para con el poder, ya sea divino, eclesiástico o gubernamental, más allá del poder que la comunicación y sus mecanismos tuviera sobre la población e interlocutores durante esta época, los canales de comunicación eran pocos y completamente encaminados hacia una servil obediencia, si el hombre quería comunicarse con Dios, tenía que hacerlo conforme a estructuras establecidas para poder ejercer su fe, a través de la oración o de algún intermediario, los libros como medios de información eran inalcanzables para la población común, por lo que los juglares, los sacerdotes, los comerciantes y aventureros se convertían en el principal foco de influencia comunicacional.

Es precisamente el renacimiento el que le abre un nuevo panorama a la propia comunicación, la imprenta cimenta el camino de los medios masivos de información, si bien es cierto que desde la época clásica se buscaban los mecanismos para hacer pública la información de interés colectivo es la invención

de la imprenta la que busca masificar los mensajes, hacerlos llegar a un mayor número de personas, esto pinta un panorama ideal para el conocimiento, pero a su vez, sustenta la hegemonía mediática.

El nacimiento de las primeras Gacetas modernas en la Italia del renacimiento dieron pie a el establecimiento de un nuevo modelo de medios masivos, ya que ahora, era la opinión de una sola persona o de un grupo de personas las que influenciaban de alguna manera a la población, al menos en el aspecto o desde el punto de vista en el que un acontecimiento que fuera relevante o de interés público ahora era revisado y descrito por alguien y dirigido a una audiencia cautiva de dicha información, de esta manera la información se vuelve necesariamente en una forma de poder al lograr posicionar a los informadores como líderes de opinión en ciertos aspectos y sobre ciertos temas, esto cambia de manera radical la forma en la que se percibía la comunicación, de alguna manera, en el renacimiento aún se llevaba el modelo de la comunicación de Aristóteles como el modelo más acertado con respecto a la percepción que se tenía de la comunicación en esa época, el nacimiento de los medios masivos de información modifica en cierta medida la forma aristotélica en la que se percibe la comunicación, ya que si bien, aun se posee cierto manejo sobre la información o el mensaje transmitido, también aumenta el número de receptores, por lo que la respuesta por parte de la audiencia se vuelve menos predecible, o al menos un poco más difícil de leer, en cierta medida ahora la forma estaba siendo relegada a segundo término, ahora se encontraba detrás de un nuevo mar de opciones, un nuevo mar de información que superaba a la propia forma de comunicar, de esta manera se establecen parámetros mediante los cuales la comunicación puede ser escrita con la finalidad de que la audiencia sea capaz de decodificarla de una manera acertada, así nace el periodismo, con esa nueva adarga utópica de poder “traducir la realidad” las formas ahora se vuelven parte del mensaje, ya no se ajusta el mensaje a las formas, ya que la forma absoluta de poder transmitir un mensaje de manera masiva (al menos en la época) era a través de la prensa, por lo que el medio impreso se convirtió en la forma hegemónica de poder comunicar, hasta este momento eran la prensa, la pluma y la carta los canales más

eficaces mediante los cuales se podía intercambiar información, los periódicos formaban una parte fundamental para esa necesidad informativa que la sociedad buscaba, pero de alguna manera todo estaba siendo “controlado” por el mensaje, su alcance, el canal de transmisión y sobre todo por la temporalidad, ya que la producción noticiosa debía realizarse para ser leída posteriormente al propio acontecimiento.

El carácter del mensaje como elemento fundamental para el proceso comunicacional en los medios impresos de alguna manera determina la manera en la que hemos percibido la comunicación a partir del nacimiento de los medios masivos ya que le otorga a los medios un carácter que hasta entonces no poseían, los posiciona en un lugar tal que ejerce una influencia importante en la vida cotidiana de quienes los buscaban, ahora convertidos en usuarios de los propios medios, una vez más encontramos en la forma la principal vertiente y complicación del proceso comunicacional, pero no es ahora ya la forma en la que el mensaje se transmite, sino la forma en la que éste se estructura, la forma ahora pasa a ser parte fundamental del mensaje, no del canal, esto respondiendo a la búsqueda de que el receptor pueda o responda de la manera que el emisor lo propone.

Modelo de Laswell

Fue hasta la década de 1920 cuando se comenzaron a realizar estudios más profundos sobre el proceso de la comunicación y es precisamente en el modelo de Laswell¹⁷ en donde podemos observar un cambio significativo en la cuestión de la forma, al expresar el proceso de la comunicación en cinco preguntas fundamentales que dan pie al proceso completo: *¿Quién dice que?* *¿Por qué canal?* *¿A quién se lo dice?* *¿Con que efecto?* de alguna manera el modelo de la comunicación de Laswell prepara el terreno para los modelos de la comunicación posteriores y sobre todo del modelo de la comunicación actual, al comprender que el mensaje de manera fundamental se cimenta en la forma antes de llegar al receptor y es precisamente la forma en la que el mensaje se estructura y la forma como este se emite la que determina la respuesta del propio receptor, dando pie de esta manera a la retroalimentación como parte fundamental del propio proceso.

Modelo matemático de Elwood Shannon

Una de las posturas que han servido de referencia constante en los modelos de comunicación posteriores es el “modelo matemático de la comunicación” de Claude Elwood Shannon¹⁸ que incorpora nuevos elementos que pretenden modificar la percepción lineal del proceso comunicacional, Shannon intentando explicar la manera en la que se comunicaban los dispositivos electrónicos crea un nuevo modelo de comunicación en donde aparecen nuevos elementos tales como el código, el ruido, los posibles errores, etc. Si bien es cierto que el modelo de comunicación propuesto por Shannon puede considerarse como un modelo basado únicamente en el emisor y en el receptor también es cierto que establece los parámetros de los elementos mínimamente indispensables para que la transmisión de información se lleve a cabo de un elemento o de un punto a otro, aunque en este

¹⁷ Cfr. MATTELARD, Michelé. Historia de las teorías de la comunicación. España. Ed. Paidos. 1996 p.28

¹⁸ MATTELARD, Michelé. Op. Cit. p.41

modelo no aparece la retroalimentación o feed-back o retroalimentación, por lo que el modelo de comunicación de Shannon puede estar más encaminado únicamente hacia la transmisión de datos e información que hacia la comunicación formal.

Modelo de la comunicación de Osgood y Schramm

Quizá el avance más significativo dentro de los modelos de la comunicación haya sido el dado por el modelo planteado por Osgood y Schramm¹⁹, este es el primer modelo que considera a la comunicación como un proceso no lineal ya que considera a la comunicación como un proceso cíclico de intercambio de información entre el emisor y el receptor. Osgood y Schramm consideraban que la comunicación, como proceso completo no podía iniciar en un elemento del proceso y terminar en otro, ya que esto supondría una ruptura en la propia función de la comunicación (poner en común), por lo que en el modelo de Osgood y Schramm son destacados dos nuevos elementos para que la comunicación pueda ser llevada a cabo, el primero es el proceso de codificación-decodificación que se lleva a cabo entre el emisor y el receptor, el segundo, es el interés que ambos investigadores tienen sobre el contexto como elemento estructural del mensaje que se envía entre ambos elementos. La retroalimentación, como ya hemos revisado es precisamente el proceso que cierra y formula el verdadero proceso comunicacional, ya que permite el intercambio de datos entre ambos elementos, por lo que el modelo comunicacional de Osgood y Schramm trae consigo un análisis aún más complejo de lo que es la propia comunicación.

¹⁹ MATTELARD. Michelé Op. Cit. p.46

Modelo cultural de la comunicación de Bateson

Como ya vimos, el intercambio de información entre un elemento y otro no se detiene o se queda dentro de un solo grupo o nivel comunicacional, la información se puede transmitir a un solo elemento comunicacional, es decir, de un emisor a un receptor, pero la comunicación de igual manera se transmite de manera diferente entre diversos niveles comunicacionales, por lo que Gregory Bateson²⁰ realiza un análisis sobre diversos niveles de comunicación, el cual abarca un estudio desde el nivel intra personal hasta un nivel cultural de comunicación. Bateson propone cuatro niveles efectivos de comunicación, el primero es la comunicación intrapersonal, que es aquel tipo de comunicación que se lleva a cabo consigo mismo, quizá pareciera sencillo realizar un análisis de la comunicación que se realiza dentro de los parámetros establecidos por sí mismo, pero en realidad la comunicación intrapersonal requiere de un ejercicio complicadísimo de estructuración que abarca muchas áreas de análisis que van desde la estructura lingüística hasta la comprensión total del contexto como creación cultural de la realidad, por lo que la comunicación intrapersonal más allá de tomarse como un complejo y constante soliloquio es más bien la constante decodificación de la realidad tal y como nuestras estructuras y percepciones nos lo permiten. El segundo nivel de comunicación para Bateson es la comunicación interpersonal, este nivel ha sido el más estudiado de acuerdo con sus efectos prácticos y funcionales, ya que es el que permite el verdadero “poner en común” entre dos emisores. El tercer nivel según Bateson es la comunicación grupal, la cual nos permite poder transmitir un mismo mensaje a un grupo de personas, ya no a un solo receptor, quizá este tipo de comunicación sea el que provoque un mayor número de estudios en la actualidad ya que la comunicación grupal forma la base de la comunicación masiva, es en este nivel en donde radica una nueva complicación para la comunicación, ya que este nivel dificulta la retroalimentación en el momento en el que pierde su carácter personal y por lo tanto minimiza los canales por los cuales el receptor puede emitir una respuesta, pero a su vez, el alcance del mensaje transmitido es mayor. Bateson en

²⁰ BATESON, Gregory. *Comunicación: La matriz social de la psiquiatría*. España. Ed. Paidos. 1984 p.89

su modelo de comunicación evidencia la dificultad para estructurar mensajes funcionales a un número de receptores cada vez mayor, en un primer momento por la dificultad de encontrar los canales adecuados para transmitir dicha información, pero más complicado aún, es la necesidad de un público heterogéneo para que el mensaje sea aceptado, decodificado y entendido de la misma manera, esto de alguna manera determina la forma en la que percibimos la comunicación y a los públicos en la actualidad, y es precisamente en este punto en donde radica la producción masiva de mensajes.

La comunicación grupal o comunicación de masas para Bateson requiere necesariamente de uniformidad en el público al cual se dirigen los mensajes, esto con la finalidad de que el mensaje sea entendido de la misma manera por el grupo, además, de conseguir el mismo nivel de respuesta entre el grupo receptor, este tercer nivel de comunicación requiere entonces de una producción selectiva de mensajes en búsqueda de un público receptivo que tenga la habilidad de decodificar el mensaje transmitido de acuerdo al propio nivel socio cultural del público meta, por lo tanto, es precisamente en este nivel en donde la comunicación pierde la capacidad de interlocución entre el emisor y el receptor y se produce una transmisión unilateral de mensajes; esto trajo consigo un cambio radical en la manera en la que percibimos el propio concepto de comunicación, si hasta antes de convertir la comunicación en un objeto masivo de transmisión de mensajes las principales problemáticas para el propio proceso comunicacional eran que el emisor y el receptor compartieran un mismo código, la elección de un canal adecuado de comunicación de acuerdo a las capacidades perceptivas de ambos elementos y la búsqueda de la empatía entre contextos a partir de la masificación de la comunicación la importancia medular para el proceso cayó directamente en el mensaje, esto es importante desde diferentes aspectos.

La comunicación grupal o masiva se sustenta en el hecho de que su público, sus receptores son necesariamente parecidos para poder producir mensajes que sean aceptados por la totalidad (o la mayoría) del público, esto requiere de un

proceso de uniformidad dentro del mismo público, de alguna manera esta ha sido una de las principales problemáticas para la comunicación actual, ya que el emisor masivo de información requiere necesariamente establecer una relación de poder con el público para que éste acepte los mensajes enviados como verdaderos y útiles, este fue precisamente uno de los principales objetos de estudios para la escuela de Frankfurt, la relación entre genealogía, posesión, materialidad y comunicación, si bien es cierto que en cierta medida encontramos que es precisamente tras la búsqueda de un “lenguaje libre” y a través de una “comunicación abierta” se pretende el enriquecimiento del propio proceso de comunicación, también es cierto que el análisis y el estudio de la comunicación de masas abre la puerta hacia un nuevo estudio del poder, de la influencia y del manejo masivo, esto lo encontramos precisamente en la “Teoría de la aguja hipodérmica” propuesta por los estudiosos de Frankfurt en donde (como revisaremos con más detalle) se pretendía que los mensajes fueran recibidos de manera inmediata y sin reproche por parte del receptor y estos consiguieran provocar una respuesta por parte del público, esto acarrea en sí mismo una compleja relación entre el emisor y el receptor, precisamente en términos de poder, esto, es analizado precisamente por Niklas Luhmann²¹ cuando considera precisamente al poder como un medio de comunicación, sobre todo en el sentido de que la comunicación (y sobre todo los productores de mensajes masivos de información) limitan la elección del público para poder decodificar y entender la realidad en la que se desenvuelve, esto plantea una nueva problemática, sobre todo si la revisamos desde la perspectiva de Michel Foucault²² en términos de poder/saber, ya que es precisamente en el intercambio discursivo de información (y sobre todo en las relaciones que se establecen entre ambos) como se genera una relación de poder entre “el que está informado”, el que “desea ser informado” y aquel que “carece de información”, los medios masivos de información evidencian precisamente la relación que existe entre el saber y el poder, ya que son éstos (los medios) los que poseen la información, por lo que de determinada manera ejercen una influencia vertical sobre el público cautivo de los

²¹ LUHMANN, Niklas. *Sociedad y sistema: La ambición de la teoría*. España. Ed. Paidos. 2016 p.77

²² FOUCAULT, Michel. *El poder, una bestia magnífica*. México. Ed. Siglo XXI. 2013.p.183

mismos, de esta manera se establece la relación entre el emisor de la información y el o los públicos de dicha información, esto, para Foucault lleva necesariamente un proceso disciplinadorio para el público, ya que un mismo mensaje (con una misma carga semántica y semiótica, además de una estructuración previa) es enviado a un grupo masivo de personas, por lo que la perspectiva particular queda disminuida y se crea una percepción colectiva de acuerdo a las propias necesidades del medio, es precisamente en esta relación entre el poder y el saber en dónde Foucault establece como necesario el proceso de unificación para conseguir que sea precisamente el poder el que se ejerza sobre los “cuerpos dóciles”²³, esto, en cierta medida, simplifica para el medio la producción de mensajes, ya que al poseer un público cautivo que tiene las mismas características culturales, sociales, económicas, políticas y sobre todo lúdicas es mucho más sencillo que acepten el mismo mensaje, esto a su vez resultó una de las mayores preocupaciones para Foucault, ya que en esta sed por disciplinar y unificar se pierde la propia individualidad y capacidad discursiva particular y se cae en una traducción sistemática de la realidad, y por lo tanto en la propia pérdida del sujeto como objetivo particular.

Es precisamente en esta pérdida de la identidad y el abrazo que se realiza a una identidad colectiva como Bateson²⁴ llega a un cuarto nivel de comunicación, uno que va más allá de la propia necesidad grupal de información, es precisamente en este nivel en donde la comunicación comienza a “poner en común” de nuevo, pero ahora pone en común para un grupo mayor de personas y se arraiga precisamente en la idiosincrasia general de una población, de alguna manera ahora los dispositivos de comunicación son capaces de insertar en la realidad colectiva una realidad nueva, moldeada de acuerdo a los valores y necesidades de dichos dispositivos, el poder, ahora se ejerce de una manera más directa y de alguna manera, como lo menciona Luhmann²⁵, el poder en sí mismo se vuelve un medio de comunicación, pues es ahora la comunicación, la información la que sirve como

²³ FOUCAULT, Michel. *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. México. Ed. Siglo XXI. 2009 p.124

²⁴ BATESON, Gregory. Op. Cit. p.39

²⁵ LUHMANN, Niklas. Op. Cit. p.201

mecanismo unificador y disciplinario y a su vez como la mayor influencia cultural de la población, las relaciones de poder se comienzan a dar entonces de manera automática entre el medio de información y su audiencia, pues la audiencia ha dejado de ceder su búsqueda de información al medio y ahora simplemente deja que sea el medio quien le eduque y forme, así nace un nuevo tipo de sociedad y a su vez, un nuevo tipo de poder, el poder mediático basado precisamente en la información y en los medios, para Luhmann entonces, la construcción de los tejidos sociales sólo puede llevarse a cabo por y gracias a la influencia de la comunicación en cuanto a la selectividad de contenidos que son comunicados, el principal problema radica en que estos contenidos se emiten y reciben en virtud de dos cosas, la primera, los propios intereses de aquellos que ejercen su influencia a través de dichos contenidos y la segunda, la virtual capacidad por parte de la audiencia de poder elegir cuales contenidos utilizar, esto quiere decir (como veremos más adelante) que le proceso cultural de comunicación siempre es controlado por el propio medio y por el estado, y en segundo término (quizá aún más peligroso) que la audiencia cree tener la capacidad de poder elegir entre un “amplio” abanico de posibilidades mediáticas cuando en realidad, cada contenido ha sido cuidadosamente producido y vigilado para producir respuestas en la audiencia.

Modelo de comunicación e influencia de Hovland

Es en la búsqueda de respuestas por parte de la audiencia como surge un nuevo modelo comunicacional, buscando explicar precisamente cuales son los mecanismos mediante los cuales tanto el estado como el medio influencian a la audiencia, el modelo de comunicación de Iver Hovland²⁶ realiza un análisis precisamente de esto, en palabras de Ixchel Castro²⁷:

“Lo importante para Hovland es descubrir cómo se logra el cambio de actitud mediante técnicas persuasivas, es decir, se preocupa en cómo hacer que la gente actúe de determinada manera, y ya no en saber qué opina, desde esta perspectiva la investigación se centra “en el análisis de cuatro factores: el comunicador que transmite; los símbolos transmitidos; los individuos que responden, y la respuesta del receptor”. En su modelo, Hovland otorga particular importancia al efecto que pueda tener el mensaje en el receptor y entiende que los cambios de actitud que se desprenden de un proceso de comunicación obedecen a las circunstancias que rodean tanto al emisor (credibilidad, naturaleza del mensaje y su capacidad comunicativa) como al receptor (afinidad/oposición hacia la fuente, nivel de información, etc.)”.

Para el modelo de comunicación de Hovland entonces lo más importante es la respuesta obtenida por parte de la audiencia, esto determina de manera total las relaciones de poder que se establecen entre el medio de información y sus usuarios, recordemos que en este nivel comunicacional el usuario ha confiado en el medio su necesidad de información , entonces ahora, de manera prácticamente ciega el

²⁶ MATTELARD, Michelé. Op. Cit. p.107

²⁷ CASTRO. Ixchel. *El modelo comunicativo: Teóricos y teorías relevantes*. México. Ed. Trillas. 2006 p.122

receptor acepta los mensajes transmitidos como reales, para de esta manera formar su manera de ver el mundo, por lo tanto la capacidad de influencia del medio se ve enriquecida o disminuida en virtud de cuatro factores, el primero, los estímulos de comunicación observables, estos pueden ser definidos por la característica del contenido, las características del emisor, las características del canal de transmisión y por el propio contexto; el segundo los factores de predisposición por parte de la audiencia, estos a su vez se pueden estar ligados al propio proceso comunicacional, ligados al contenido, ligados al emisor, ligados al canal o al contexto; el tercero radica en los propios procesos de mediación entre el emisor y el receptor, es decir, la atención, la comprensión y la aceptación por parte de la audiencia; y por último se obtienen los efectos observables del propio proceso de comunicación, estos pueden ser un cambio de actitud, un cambio de opinión, un cambio de percepción, un cambio en su manera de desear tal o cual cosa y por último una acción significativa con respecto a los estímulos enviados, estos cuatro aspectos fundamentales ejercen desde el emisor una influencia tal sobre el receptor (y sobre todo motivada por diversos contenidos) que el receptor en una primera instancia acepta el contenido como su realidad y en un segundo momento realiza una acción pensándola como propia, en Hovland esto significa una de las principales funciones de los medios masivos de información, ya que funcionan una vez más como influencia directa de poder, de esta manera podemos encontrar una vez más la perspectiva de Luhmann²⁸ del poder como medio de comunicación y a su vez, al medio de comunicación como fuente directa de poder, para Hovland esto coloca a la comunicación como eje central de la influencia de la población con respecto a los intereses del estado o de algún elemento de poder.

De alguna manera en el modelo de la comunicación de Hovland vemos y podemos entender algunas diferencias con respecto al modelo cultural de Bateson²⁹, ya que Hovland se basa precisamente en la percepción cultural de la comunicación como forjadora de la idiosincrasia para establecer canales de

²⁸ LUHMANN, Niklas. Op. Cit. p.231

²⁹ BATESON, Gregory. Op. Cit. p.72

influencia que el medio ejerce sobre la audiencia logrando de esta manera una acción efectiva de las relaciones de poder establecidas entre el estado, el medio y la población.

De acuerdo con los postulados de Luhmann, entonces para que exista precisamente la formación de la sociedad, así como las relaciones del poder en el mismo tejido social se requiere necesariamente la “centralidad” en los mecanismos de comunicación pública y masiva, sobre todo si comparamos la visión de Luhmann con el modelo comunicacional de Hovland, ya que para que exista un correcto ejercicio del poder como mecanismo de control se requiere que sean los medios capaces de influenciar a la población a manera de adoctrinamiento, en la búsqueda de una sustentabilidad del poder sobre la propia visión de la audiencia, de esta manera, el poder se ejerce bajo una legitimidad que ya no motivan y producen los medios sino más bien la propia creación cultural que la audiencia ha creado sobre sí misma, entonces, el poder se vuelve legítimo en cuanto a un orden ya parecido a la democracia, el poder se vuelve viable y capaz de ser ejercido en virtud de que la audiencia (o la mayoría de ésta) legitima al propio poder mediante la influencia que los procesos de comunicación han conseguido sobre los usuarios de los mismos, esto significa un paso adelante para el propio proceso comunicacional, ya que se consigue la unificación de realidades bajo el esquema de una realidad colectiva, y por lo tanto, se consigue que dichas realidades, ahora forjen una nueva realidad, ante los ojos de todos, más objetiva y veraz.

Modelo de Katz y Lazarsfeld

En respuesta a los estudios que se habían realizado con respecto a la avasalladora influencia que los medios tenían sobre la audiencia Elihu Katz y Paul Félix Lazarsfeld³⁰ (principales investigadores de la escuela estructural-funcionalista de la comunicación) propusieron un nuevo modelo de la comunicación en el cual sí, los medios masivos de información eran los principales proveedores de la información que recibían los usuarios de los propios medios, pero a su vez, entre los medios masivos de información y la audiencia existía un “nuevo grupo” de audiencias que servían como tamiz para la información emitida por los medios, este nuevo grupo se desprendía de la audiencia, pero al mismo tiempo se diferenciaba de ésta en razón de la preparación o falta de predisposición a los mensajes transmitidos por los medios, este nuevo grupo fue conocido como “líderes de opinión”, éstos, formaban un nuevo tipo de público, un nuevo tipo de audiencia, que aun que seguían siendo informados por los medios tradicionales de información también poseían la capacidad para enriquecerse de la información transmitida, consumían diversos contenidos masivos y podían también influenciar a ciertos círculos sociales.

En un primer momento, Lazarsfeld y Katz observaban en los líderes de opinión la oportunidad de la audiencia para desprenderse de la influencia que los medios tenían sobre ésta, ya que un público informado se convertía en una audiencia más complicada de convencer lo que motivaría a sus círculos de influencia a informarse de una mejor manera, o al menos a dudar de los contenidos emitidos por los medios lo cual ya significaba un avance importante en la capacidad de los usuarios para poder discernir entre la “verdad real” y la “realidad simulada” que le presentaban los medios, además, la capacidad contestataria de los líderes de opinión ante los medios masivos de información le mostraban a las audiencias, pero sobre todo a los medios, que el público también tenía la capacidad de ver más allá de la información transmitida, además de tener la capacidad de opinar y responder a los mensajes transmitidos, además, la audiencia también se dio cuenta

³⁰ LAZARFELD, Paul y KATZ, Elihu. *La influencia personal: El individuo en la comunicación de masas*. España. Ed. Hispano Europea. 1979 p.13

que existían maneras diferentes de informarse, más allá de los canales tradicionales de comunicación.

Las relaciones de poder que existen en torno a la información y a la capacidad de permanecer informados en el modelo de comunicación mostrado por Lazafeld y Katz crea un nuevo esquema o una nueva línea en la percepción de poder que va más allá del que el propio proceso de comunicación plantea, ya que ahora el proceso comunicacional se duplica, y al existir dos receptores y dos emisores también acarrean consigo dos contextos, dos nuevos mundos y dos nuevas realidades que permean en la realidad del receptor final del mensaje, éste mecanismo de influencia de los medios masivos de información más allá de buscar ser vetado por los medios tradicionales de información fue permitido e incluso motivado por los propios medios, pues este nuevo esquema de comunicación le brindaba a la información transmitida precisamente más veracidad, al ser reforzada por un líder que poseía los mismos criterios que la audiencia, de esta manera el poder más que disolverse entre nuevos niveles de comunicación se potenciaba con respecto a si misma, de esta manera, de acuerdo con el propio Lazafeld se le otorgo a los medios, y por lo tanto al poder una forma de mostrarle a la audiencia que lo que se comunicaba era completamente real, ahora el nivel de influencia iba más allá de las ondas radiales o del papel, la influencia se colocaba precisamente dentro de cada hogar, en donde aquel que pareciera más informado pudiera legitimizar lo que el medio mostraba, los líderes de opinión servían ya no como una manera de medir y de responder a los medios, los líderes de opinión eran y son utilizados por los medios mismos para amplificar el nivel de influencia que estos tienen sobre sus usuarios, al final, de acuerdo a los propios investigadores, gracias a los líderes de opinión se demuestra una vez más que la comunicación permite el engarce del complicado tejido social, ya que incluso a través de canales impersonales de comunicación como los medios masivos se permite que la información viaje a través de diversos niveles y estructuras sociales con la finalidad de crear (como vimos también con Bateson) una realidad de acuerdo a la unificación en los contenidos informativos transmitidos, de esta manera se crean nuevos esquemas y modelos de

la comunicación que se basan precisamente en la interacción social como principal forma de comunicar.

Modelo de la comunicación de Riley y Riley.

En el modelo de la comunicación propuesto por los hermanos Riley³¹ podemos darnos cuenta precisamente de la importancia que la comunicación tiene para el desarrollo de las estructuras sociales, además, de los grupos de influencia que existen dentro del mismo proceso de comunicación para lograr que un mensaje sea transmitido.

Para John y White Riley tanto el emisor como el receptor están dentro de un contexto establecido que les ayuda a formarse un propio concepto de realidad, pero a su vez, ambos elementos comunicacionales se ven influenciados por un grupo de líderes de opinión y por un contexto social (previamente informado) que más allá de permitir a la propia persona formarse una manera particular de entrar en contacto, comprender y definir la realidad le influencian de determinada manera que se crea una nueva realidad, un nuevo contexto a partir de la percepción que la sociedad tiene sobre éste y sobre todo, la creación estructural que la sociedad hace de la realidad del individuo, esto, de manera significativa influencia la manera en la que el individuo comunica, y sobre todo la manera en la que decodifica los mensajes transmitidos, ya que “su percepción” y “su realidad” se ve creada o influenciada por una nueva realidad que se antepone a la suya (Esto lo revisaremos más adelante en el capítulo dos cuando hable sobre la simulación de la realidad) esto de acuerdo a la percepción y a la contextualización de la realidad por parte del sujeto pasa desapercibido en la medida en la que sea precisamente el usuario del medio o el comunicador el que forme su realidad sustentada en la influencia de aquellos que crean su propio contexto.

³¹ MATTELARD. Michelé. Op. Cit. p.107

El modelo de Riley y Riley más allá de mostrar una reflexión sobre algún avance significativo en el proceso comunicacional muestra de que manera la sociedad influencia el propio proceso de la comunicación al brindar tanto al emisor como al receptor de esquemas previos de percepción y visualización de la realidad, para los hermanos Riley no podríamos entender la comunicación sin entender el contexto en el que el emisor y el receptor se desarrollan, ya que ambos forman parte de grupos de influencia que ejercen algún tipo de presión sobre el emisor y sobre el receptor para motivar una manera particular de ver y entender la realidad y por lo tanto, la manera particular de codificar y decodificar los mensajes transmitidos.

Dentro del sistema de influencia que tienen tanto los medios de información como el contexto sobre el emisor y el receptor se han desarrollado diversos modelos de comunicación, entre los más destacados se pueden encontrar el modelo desarrollado por el investigador mexicano José Carlos Lozano en el que propone (más allá de lo ya revisado) que el individuo, al pertenecer a grupos de influencia también cargan con estructuras que le llevan a decodificar los mensajes de cierta manera, estas influencias pueden ser culturales (desde el punto de vista de Bateson), sociales (como lo propone el modelo Riley y Riley), pero sobre todo de carácter personal y de elección propia ante la influencia de la sociedad, José Carlos Lozano (de manera similar a la manejada por Orozco) nos dice que el individuo tiene diversas maneras de “mediar la realidad comunicada”, ya que al ser objeto de la influencia de diversas estructuras sociales, tiene la capacidad de decodificar la realidad no sólo de acuerdo a un mero tipo de influencia, ya que el individuo dentro de su propia estructura y complejidad elige de qué manera, o bajo qué esquema comprender lo que se está informando, pudiendo ser a través de su capacidad de mediación social, religiosa, política, etc. Esto le brinda tanto al emisor como al receptor nuevas maneras y oportunidades de codificar y estructurar los mensajes provocando entonces nuevas burbujas de influencia.

Modelo semiótico de la comunicación de Umberto Eco³².

Como ya vimos, el hombre se desarrolla en parte y en sí mismo con un objeto simbólico en un mundo simbólico, en el que la estructuración propia del lenguaje le otorga características particulares a las palabras con las que definimos las cosas y sobre todo, el marco simbólico referencial con el que relacionamos cada palabra con un significado específico.

Es en esta concepción del mundo como conjunto de significaciones simbólicas en donde podemos comprender al proceso de la comunicación como un proceso constante de significación de los mensajes, ya que desde el punto de vista de Umberto Eco^{33 34 35} al transmitirse un mensaje, este sufre primero un proceso de codificación que va más allá de la simple significación semántica de las palabras o los mensajes, lleva en sí mismo un proceso de codificación que el emisor imprime sobre la información, de esta manera, la información transmitida se convierte a sí mismo en un significante, un código nuevo, un nuevo símbolo con características particulares que significan una sola cosa, pero a la vez, pueden significar muchas otras, para Eco, el proceso de comunicar va más allá del mero hecho de “poner en común” una idea, el comunicar de esta manera llevaría implícitamente el mundo del emisor codificado y simbolizado en el mensaje enviado, de esta manera, el mensaje en sí se vuelve un elemento simbólico que debe de ser decodificado, significado y semantizado por las estructuras conceptuales del receptor,

Para Eco la comunicación de masas representaba un dispositivo de análisis previo mediante el cual el emisor hacía uso de los significantes para evitar que el receptor decodificara los mensajes de manera errada o *aberrante*, por lo que los mecanismos de comunicación masiva llevan en sí mismos una codificación que el

³² Para comprender de una mejor manera las conclusiones semióticas a las que Eco llegó y en las que se basa la “Teoría semiótica de la comunicación se revisaron apuntes y textos de tres libros diferentes, los cuales se enumeran en las siguientes citas:

³³ ECO, Umberto. *Tratado de semiótica general*. EUA. Ed. Penguin Random House. 2015

³⁴ ECO, Umberto. *Obra abierta. España*. Ed. Ariel. 1990

³⁵ ECO, Umberto. *La estructura Ausente*. EUA. Ed. Penguin Random House. 2016

receptor pueda entender y aceptar. Para Eco, la comunicación significaba una manera de entender y de traducir la realidad mediante la codificación y significación de la misma, ya que el mero proceso de comunicar lleva en sí mismo la simbolización de las cosas en dos planos, el plano meramente semántico y conceptual y en el plano simbólico en el que una cosa es capaz de representarse a sí misma, pero a la vez tiene la capacidad de representar otras cosas, situaciones o pensamientos, de esta manera, para Eco, la realidad comunicada iba más allá de la propia realidad y creaba una nueva esfera simbólica, una nueva realidad existente en ese momento únicamente entre el receptor y el emisor, pero dicha realidad más allá de anteponerse a la “real” abre una nueva puerta, para una nueva realidad, una realidad que no supera a la anterior, pero la enriquece, es precisamente en este aspecto simbólico del concepto de comunicación que Eco encuentra la propia significación de la realidad, en la que la realidad (como lo menciona Heidegger³⁶) se crea al mismo tiempo en el que el lenguaje (o la conceptualización semántica y simbólica) la van estructurando, la comunicación, desde el punto de vista del modelo semiótico de Eco entonces forma parte del propio proceso de formación de la realidad, si, esa realidad nueva que ya no parte únicamente de los conceptos que el emisor o el receptor posee, sino una nueva realidad cimentada en la estructura simbólica y conceptual de ambas partes, de igual manera como explican Luhmann³⁷ y Bateson³⁸, la comunicación masiva permea en el fundamento simbólico individual y permite la edificación de una realidad grupal, masiva que se vuelve una estructura social que crea en un nuevo nivel, una realidad simbólica cultural que define lo que percibimos como realidad, y ésta, es lo que a través de nuestros propios símbolos, de nuestra propia estructura conceptual nos permite decodificar la realidad, y de nueva cuenta, hacerla parte de nosotros.

El modelo comunicacional de Eco parte precisamente de la capacidad significativa particular de la realidad, pero la transmisión del mensaje va en una sola

³⁶ Cfr. MOLINA, Diego. Realidad y ser: *Una lectura comparada de Zubiri y Heidegger*, *Thermata*, Revista de filosofía. No. 16. España. p.36

³⁷ LUHmann, Niklas. Op. Cit.p.239

³⁸ BATESON. Gregory. Op. Cit. p.93

vía (Emisor y significante, hacia el receptor y el significado), de alguna manera el modelo de Eco deja abierta la pregunta para el momento en que el proceso se vuelve a iniciar y cierra el inicio del primero, la retroalimentación, ya que esto enfrenta tanto de manera conceptual y semántica, como de manera simbólica la realidad previamente codificada y transmitida por parte del emisor, con la realidad entendida y reestructurada por parte del receptor, lo que de alguna manera crea el verdadero conflicto de la comunicación, (como se ha expuesto desde el inicio del capítulo) la fusión de contextos entre el emisor y el receptor, ya que más allá de buscar establecer un solo código en común (el lingüístico) también es necesario establecer una relación entre la multiplicidad de códigos que entran en el proceso de comunicar.

Capítulo II

Lecturas de la comunicación actual.

El cambio natural que ha tenido la comunicación a lo largo de la historia se ha dado de manera paulatina y a la par de las propias necesidades comunicacionales del hombre, de alguna manera ha sido esa propia “necesidad” la que ha impulsado y empujado a la comunicación a ir más allá en una búsqueda por los mecanismos oportunos y necesarios para optimizar el propio proceso comunicativo. Como ya pudimos desglosar en el capítulo anterior, la comunicación surge necesariamente como ese mecanismo que cumple con la necesidad de poner en común el mundo de dos o más interlocutores, que buscaban en “el comunicarse” poder entender, defenderse y controlar el medio hostil en donde se desarrollaban, la comunicación de esta manera, le brindó al hombre la capacidad de poder crear lazos que le permitieran establecer una manera de entender al mundo de la misma manera, bajo una misma forma de interpretarse y a la realidad que le rodeaba, la comunicación por lo tanto, se convirtió en el lazo mediante el cual poco a poco el hombre se fue adueñando del mundo conforme lo conocía, lo entendía, con conceptualizaba y lo hacía suyo, de alguna manera, la comunicación y la imperiosa necesidad de encerrar el mundo en palabras le facilitó al hombre el “controlar” el mundo que lo rodeaba ya que ahora el mundo se volvía asequible y medible en un código que era común para quienes así lo habían establecido, y fueron precisamente estos códigos lingüísticos los que de alguna manera establecerían la manera en la que se daría la comunicación.

Una de las principales problemáticas para la comunicación en la actualidad es precisamente el alcance y el significado que lleva la propia comunicación ya que en un mundo cada vez más informado y en donde los contenidos “informativos” y mediáticos llegan a un mayor número de personas y a una velocidad cada vez superior, el propio proceso comunicativo cae en una retroalimentación casi inmediata sobre si mismo, esto la mayoría de las veces deja a la comunicación dentro del papel exclusivo de un proceso, del desarrollo evolutivo y natural de la “capacidad” del hombre de poder codificar, interpretar y comunicarse, más aun dentro de la concepción actual que tenemos del propio avance tecnológico (del que

necesariamente hace uso la comunicación para desarrollarse y enriquecerse) como una "segunda revolución industrial", esto de alguna manera encierra a la comunicación precisamente en el concepto en el que ha venido encasillándose en la época actual, dentro del área de las ciencias exactas y de las técnicas, esto lamentablemente reduce al proceso comunicativo, ya que a pesar, de hacer uso de las ciencias humanas el sistema bajo el que se mide y se estudia el propio proceso comunicacional busca mostrar de manera cuantitativa a la comunicación, este ha sido un proceso natural en cuanto al propio desarrollo de los elementos que acompañan a la comunicación, como ya revisamos, la comunicación es si, un proceso, pero más allá de ser un proceso exacto y científicamente comprobable (que también lo es) es un proceso enriquecido por la propia cotidianeidad y la influencia de su usuario, el hombre, un ser cambiante, que aprende y se desarrolla en respuesta a la influencia que el medio ejerce sobre el mismo, que es capaz de crear realidades, de expresarse a través de cualquier medio, más allá entonces, de convertirse en una mera herramienta, la comunicación también se vuelve la necesidad primaria de poder expresarse, de crear.

La sociedad de la información.

Dentro de la propia percepción del hombre en la explosión tecnológica actual el hombre cae en dos categorías, en el hombre como creador e inventor de herramientas que faciliten la propia vida del hombre y a su vez como consumidor, si seguimos esta misma lógica para poder entender mejor al proceso comunicativo, la comunicación cae precisamente en un producto que necesariamente tiene que ser consumido. En el año 2003 se llevó en la ciudad de Ginebra la primer Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información³⁹ ⁴⁰, en esta, se pretendía que diversas sociedades, organismos y países dialogaran sobre los efectos que tenía la información en la población global, pretendiendo encontrar los nichos problemáticos en varios sentidos, el primero, el uso de los medios de información en aras de una sociedad mas equitativamente informada y en un segundo sentido, se pretendía buscar la manera en la que las brechas informativas se fueran disminuyendo de manera global, un tercer punto era búsqueda de las herramientas para satisfacer las necesidades globales de los usuarios de los medios de información y por último, y quizá a lo que se le ha dado una mayor relevancia al respecto de los derechos de los usuarios de dichos medios, esto, nos da a conocer en cierto sentido como se lleva a cabo el estudio de la comunicación actual, cuales son las principales directrices que lleva la comunicación a nivel global y sobre todo la relevancia que los medios adquieren en la sociedad actual.

Es precisamente este empuje que han tenido los medios lo que ha volteado las cabezas de los principales intelectuales y científicos en la implementación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como una de las principales herramientas actuales, es aquí precisamente en donde nace una nueva lectura de la comunicación, el uso de la comunicación como base para elaborar contenidos informativos que lleguen a un mayor número de personas, es aquí,

³⁹ Para los siguientes planteamientos se tomaron en cuenta los apuntes realizados por Valeria Betancourt durante la primer Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información a solicitud de la Asociación para el Proceso de la Comunicación (APC)

⁴⁰ BETANCOURT, Valeria. *La Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información: Temas debatidos*. Ginebra. Ed. APC. 2004

donde a pesar que parece se fusiona el proceso comunicativo con la capacidad de informar en realidad se debe de realizar un estudio a profundidad sobre la importancia de lograr un verdadero proceso comunicacional sobre la búsqueda de informar.

El nacimiento de la llamada sociedad de la información lleva consigo una nueva manera de percibir la comunicación, y por lo tanto una nueva manera en la que la sociedad percibe el propio proceso de comunicar ya que en la mayoría de las escuelas actuales de comunicación se enseña como producir contenidos mediáticos que sean capaces de informar de una manera clara y entendible para la propia audiencia, esto, buscando precisamente cubrir con los propios derechos que posee la sociedad de la información, buscando que la información sea asequible y fundamentada en todos, esto, de manera ideológica llevaría al nacimiento de una verdadera sociedad de la información, una sociedad equitativa, en donde todos tengan acceso al mismo nivel de contenidos mediáticos buscando la propia satisfacción de las necesidades propias del individuo, obviamente, todo esto alineado a la declaración universal de los derechos humanos esto, de alguna manera nos brinda la pauta para poder entender la perspectiva con la que se observan tanto los medios masivos de información como el propio proceso de comunicación, la comunicación de esta forma, más allá de volverse una necesidad de creatividad e intercambio, se vuelve una herramienta democrática y política, y es precisamente, en búsqueda de la democratización de la información, y por lo tanto de la comunicación como se persiguen una serie de derechos o de puntos que permitan la igualdad en el acceso a la información. Tener una base teórica que nos ayude a establecer un panorama sobre la perspectiva de la comunicación en la actualidad nos ayuda precisamente a comprender de una mejor manera la perspectiva que se tiene de la comunicación en la actualidad, por lo que en el presente capítulo revisaremos las diversas perspectivas sobre el proceso comunicativo y la concepción de la sociedad de la información.

La información como un derecho.

La información en la sociedad global actual es considerada como uno de los derechos primordiales de todo ser humano, esto trae consigo una serie de problemáticas o de focos de interés sobre la comunicación, para empezar, desde esta perspectiva lo más importante para la comunicación y para los procesos informativos es dar prioridad a la dignidad humana, esto de alguna manera sujeta al proceso comunicativo a una serie de perspectivas o barreras que predeterminan tanto a la información que se recibe, como al proceso de comunicación en pro del respeto a los derechos primordiales, más allá de la propia funcionalidad de la comunicación por si misma, es precisamente en la búsqueda del respeto a la dignidad informativa en donde nacen diferentes posturas y políticas sobre la comunicación.

El derecho a la información en la actualidad se mueve en dos vertiente, la primera es la búsqueda de la distribución equitativa de la información producida, lo que busca que los organismos internacionales y los gobiernos de los diversos países busquen que la población tenga acceso a través de algún medio masivo de información a los acontecimientos o información relevante para ésta, lo que provoca que tanto los corporativos mediáticos como el estado implementen programas que busquen que la población adquieran la tecnología necesaria para mantenerse informados; en un segundo término, los derechos de la comunicación en la actualidad también busca que la información producida, transmitida e inducida por parte de los medios a la población de determinada región geográfica vayan encaminados al respeto y a la protección de los derechos regionales, la búsqueda del respeto a las tradiciones de algún país o lugar trae consigo diversas problemáticas, en donde la mayoría de los estudios actuales son basados en la democratización de los medios, no en el correcto uso de los materiales comunicativos de determinadas poblaciones, por lo tanto, la principal problemática de los medios de transmisión de información en la actualidad giran en torno a la creación de contenidos que sean percibidos de la misma manera por una población

global, por lo que la creación de contenidos de interés particular o con diferentes puntos de vista se ve reducida, así crece una nueva sociedad, una sociedad más homogénea e igualmente perceptiva a los contenidos informativos transmitidos, y esto, a su vez, trae como consecuencia una sociedad que acepta los contenidos recibidos como cotidianos y veraces, por lo que de manera automática, los contenidos son aceptados por esa “mayoría” de la población, en donde si, todos pueden tener acceso a un medio, y por lo tanto a la información transmitida por el mismo, los medios de esta manera se han vuelto el principal medio de democratización de la población en general, de la sociedad global, ahora bien, por otra parte, como menciona Mario Vargas Llosa en su libro *La civilización del espectáculo* nace una nueva sociedad, una sociedad gobernada por los medios, una sociedad que permeada por la facilidad y la simpleza de información que le proporcionan los medios masivos se vuelve laxa en cuanto al análisis de la información recibida, además, de caer en la pereza de buscar contenidos que pretendan “elevar el espíritu humano con base en la alta cultura” en palabras del autor:

¿Qué quiere decir civilización del espectáculo? La de un mundo donde el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, y donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal. Este ideal de vida es perfectamente legítimo, sin duda. Sólo un puritano fanático podría reprochar a los miembros de una sociedad que quieran dar solaz, esparcimiento, humor y diversión a unas vidas encuadradas por lo general en rutinas deprimentes y a veces embrutecedoras. Pero convertir esa natural propensión a pasarlo bien en un valor supremo tiene consecuencias inesperadas: la banalización de la cultura, la generalización de la trivialidad y, en el campo de la

información, que prolifere el periodismo irresponsable de la chismografía y el escándalo.⁴¹

Es precisamente aquí en donde la comunicación entra en un constante debate, ¿Los medios masivos de información sirven para democratizar el proceso comunicativo? O por el contrario ¿Los contenidos transmitidos por los medios masivos de información mas allá de democratizar la información se vuelven herramientas de homogenización de ideologías y mentalidades? La problemática en la percepción de la comunicación actual, es que forma parte de ambas posturas, por un lado si, efectivamente el libre acceso a los procesos de información acercan a la población en general a un mayor conocimiento del mundo en el que se desarrollan, esto facilita que la población esté al tanto de las problemáticas sociales que acontecen en su entorno, pero por otro lado, el libre acceso a los medios masivos de información (y más aun en un país como el nuestro, en donde los medios masivos están controlados por empresas privadas o por el estado) facilitan la tarea de amaestramiento informativo por parte del medio o del poder, lo que difícilmente acerca a la comunicación al nivel de un derecho inalienable, más bien convierte a la información, a la comunicación y a los medios como la herramienta perfecta para poder mostrar a la audiencia una “realidad” sostenida por la propia creación y las necesidades del medio.

Una de las principales teorías y escuelas de la comunicación es la acuñada en un inicio por el psicólogo Kurt Lewin, quien explicaba como los alimentos antes de llegar a estar servidos en un plato pasaban por una serie de decisiones que obligaban al consumidor a comprar tales o cuales productos o cuales o tales marcas, en el área de la comunicación nos lleva al proceso mediante el cual los “hechos noticiosos” o “productos informativos” son analizados por los propios medios en búsqueda de que dichos contenidos o información cumplan con los requerimientos de las diversas esferas que tienen injerencia en éste, de alguna manera, la teoría del guardabarreras tuvo una influencia en la comunicación global a partir de los años

⁴¹ VARGAS Llosa, Mario. La civilización del espectáculo. España. Ed. Alfaguara. 2012 p.11

cuarentas y principalmente en los años cincuentas, cuando el uso de la propaganda como principal medio de difusión y sobre todo de persuasión de las audiencias y usuarios había caído en desuso principalmente en cuanto a los contenidos más comunes, (la propaganda pasó a ser usada completamente por otras áreas de la comunicación, la publicidad y la comunicación política) Ahora, sin la influencia que la propaganda tenía sobre las audiencias, los electores, consumidores, etc. Los medios necesitaban de otra manera de controlar los contenidos mediáticos para conseguir alguna finalidad específica, por lo tanto el “gate keeper” sirvió en un inicio como ese filtro informativo para tamizar los contenidos que eran transmitidos, sobre todo en América, en donde la influencia empresarial sobre las cadenas mediáticas era prácticamente ilimitada, de alguna manera el filtro por el que era pasado cada contenido mediático seguía haciendo referencia a una influencia propagandística, pero daba un paso más allá en el uso que se le daba al medio, pues ahora, dentro de cada contenido mediático se permeaban ideologías, posturas y publicidad, si bien es cierto que en un inicio la implementación de los filtros informativos permitieron que la audiencia fuera empapada de información que tenía que ser mas real, mas veraz, también es cierto que la relevancia que los medios masivos de información obtuvo por la influencia sobre los usuarios fue cada vez mayor, de esta manera, los medios se convirtieron en el cuarto poder, un poder que se manifestaba de una manera diferente al resto de los objetos de influencia de la población este nuevo cuarto poder tenía la capacidad de entrar donde el resto de los poderes no lo hacían, en cada rincón del hogar de los usuarios, de los consumidores, de los gobernados, este cuarto poder tenía la capacidad de motivar acciones, de mostrar realidades, de crear mundos. La información y su influencia en la población adquiere entonces un carácter predominante en la “forma” en la que se hace “comunicación”, el proceso comunicativo entonces se establece en si mismo en únicamente dos elementos del diagrama completo de la comunicación, ahora, todo gira en torno al mensaje y al receptor, esto más allá de simplificar el propio proceso comunicacional lo complica y lo vuelve o volvió en los medios masivos de información tradicionales en un proceso completamente unilateral, ahora, la audiencia recibe información de manera oportuna y constante, recibe información sobre hechos o acontecimientos, sobre el

clima, sobre el deporte, sobre la cultura, pero sobre todo, los medios masivos de información se convirtieron en objetos propagandísticos y publicitarios.

Durante la segunda y tercera década del siglo pasada, se estableció una teoría que hará las veces de la primer teoría de la comunicación, esta teoría fue bautizada de acuerdo al principal uso que se le daba a la comunicación en esa época, la teoría de la aguja hipodérmica o de la bala mágica, esta teoría, acuñada por el psicólogo Harold Laswell determina la influencia que la propaganda tiene sobre una audiencia específica, como los medios buscan obtener una respuesta de la audiencia basada en un estímulo creado y enviado con anterioridad, dicha teoría es criticada y puesta como obsoleta por la mayoría de los estudiosos de la comunicación posteriores a dicha época, quizá cargados un poco por la influencia que dicha teoría tuvo en la difusión de ideologías sobre todo en la Europa de antes de la segunda guerra mundial, pero más allá de superar o de lograr un avance significativo en dicha teoría, ésta se ha mantenido vigente en el resto de las escuelas de comunicación y en la mayoría de las teorías y posturas comunicacionales, el más claro ejemplo de esto lo podemos ver en la teoría que hemos estado revisando, cuando uno establece filtros a la información es porque se pretende o se elabora algún tipo de estímulo para obtener respuestas por parte de la audiencia, dichos filtros no son otra cosa mas que estudios de mercado, estudios estadísticos y psicológicos que buscan que la audiencia reaccione de tal o cual manera ante algún estímulo, de la misma manera en la que un galeno inyecta alguna sustancia en su paciente buscando que este reaccione al mismo, de esta forma, la tan añorada democratización de la información y de los procesos comunicativos actuales no es otra cosa que la búsqueda de hegemonía en el pensamiento de tal o cual medio, motivar en los usuarios respuestas similares en pro de una sociedad cada vez mas fácilmente adiestrable y crédula a los contenidos recibidos, de alguna manera, el avance en la comunicación pareciera obligar a los usuarios a informarse mas y a tener al menos un mayor número de fuentes alternativas de las cuales puede enriquecer tanto su opinión como su capacidad de análisis, pero contrario a lo que pudiera parecer, los usuarios de los medios masivos de comunicación, así como los de los medios multimediaísticos

pareciera ser que cada vez caen en un nicho en el que se busca simplemente mayor entretenimiento, mayor conectividad, mayor velocidad y menos conocimiento.

De alguna manera los usuarios, las audiencias aun siguen buscando un mecanismo de defensa para evitar caer en las feroces fauces del poder que los medios ejercen sobre ellos y su forma de vivir, así nace nuevos sistemas y nuevas organizaciones que buscan defender a las audiencias y pugnar por los derechos que las audiencias tienen sobre la información o los contenidos que le son enviados, a la larga, dichos mecanismos de defensa terminan convirtiéndose en una espada de dos filos, si , por una parte defienden a los usuarios del medio ante la información que le es transmitida, pero por otra parte, siguen alimentando la pereza y la ligereza informativa que las audiencias poseen ante la facilidad de la asequibilidad de la información por parte del usuario, quizá, de manera ideológica la Organización de Naciones Unidas, así como la Unión Internacional de Telecomunicaciones busquen de manera ideal que todos los individuos tengan el mismo acceso a la información, de igual manera que buscan que se elimine la hambruna y la falta de agua, pero de igual manera, la comunicación, como todo bien, como todo servicio que ejerce influencia, es política y económicamente controlable.

El acceso a la comunicación y a la información por parte del usuario se ha tratado desde finales de los años setentas como un eje rector para la vida democrática del hombre en sociedad, fue durante esta década cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la Cultura empezó a poner énfasis en la necesidad de democratizar la información en diversos sentidos y desde diversos ejes, la comunicación entonces se encontraba en el centro del huracán como mecanismo de acceso a un nivel de vida más educado, desde este punto de vista, la UNESCO descubrió en la comunicación una característica que más allá de ejercer influencia o poder sobre el usuario o sobre el medio determina la manera en la que al menos, desde el punto de vista democrático se pretende ver la comunicación, la comunicación como mecanismo de información y por lo tanto como

herramienta educativa y cultural para poder acceder a bienes y servicios, por lo tanto, la comunicación obtuvo un valor de cambio, importante, y sobre todo, lucrativo.

Como ya vimos, la considerada “sociedad de la información” es aquella que tiene acceso a la información producida por diversos medios con el objetivo (aunque pueda parecer o sonar bastante obvio es muy complejo) de mantenerse informado, es aquí en donde nace quizá la principal dificultad al estudiar la comunicación desde un aspecto general, la constante confusión que existe entre el término comunicación y el concepto de información, para las instituciones “democratizadoras” y de poder en el orbe la comunicación sirve (una vez más) meramente como el proceso para informar a una población o para mantenerla informada, la comunicación de esta manera se convierte en un mecanismo, una herramienta tácita para lograr un objetivo, esto, degenera la comunicación desde un estudio más profundo, pues le quita la que quizá sea la característica más importante en el procesos comunicacional, la capacidad del receptor de poder decodificar y reinterpretar los mensajes enviados por el emisor de acuerdo al contexto en el que se desarrolla el receptor, esto, obligatoriamente le quita al proceso comunicacional la capacidad de buscar empatar los mundos del emisor y el receptor (al menos en un primer momento) y nos convierte obligatoriamente en medios y usuarios, de alguna manera, el modelo matemático de Eldwood Shannon ya nos permitía visualizar un modelo comunicacional que funciona de esta manera, lo complejo aquí, es confundir precisamente el nacimiento del modelo matemático (la programación informática) con el proceso natural de la comunicación humana, si bien es cierto, que haciendo uso de mecanismos comunicacionales como la propaganda, la publicidad o las relaciones públicas (las cuales revisaremos después con mayor detalle) se puede obtener una respuesta en el usuario prevista por el emisor, también es cierto que la propia naturaleza del proceso comunicativo está dispuesta para que no se de de esta manera, ya que el proceso comunicativo es, al igual que la naturaleza humana, un proceso caótico.

Es entonces, en esta confusión entre “el proceso” y “el contenido” en donde nace la necesidad de convertir a la comunicación o revisar a ésta como un derecho inalienable al ser humano, ahora, entendamos bien, el ser humano (como ya lo revisamos en el primer capítulo) de acuerdo a sus aseguenes posee una carga significativa relevante precisamente en la propia capacidad de significarse a sí mismo, por lo tanto, es el hombre, en la búsqueda de conceptualizar a la “información” y por lo tanto a la comunicación el que busca definirse a sí mismo dentro del concepto social (que es donde se da principalmente la comunicación). Ahora, partiendo desde esta premisa, es importante entender que el hombre, desde que nace, inalienablemente tiene el derecho y sobre todo la capacidad para comunicarse, como ya vimos, la capacidad para comunicarse tampoco es exclusiva del hombre, por lo tanto se vuelve una capacidad y un derecho natural que nos empata con el resto de seres con los que compartimos el planeta, por lo que resulta importante, y medular ¿Cuál es entonces precisamente la importancia de establecer a la comunicación como un “derecho”? , ¿Cuál es y de donde nace la necesidad de que la información sea un derecho?, y sobre todo, ¿Cuál es la importancia de democratizar la información? Pues bien, para poder comprender de una mejor manera esta “necesidad” democratizadora, debemos entender también la forma en la que llega la comunicación a los diversos usuarios.

Si bien es cierto que la sociedad de la información como tal fue planteada por primera vez hasta el año 2003 también es cierto que la comunicación ya había encendido los focos rojos de las principales instituciones de poder a lo largo del orbe, esto, en la necesidad de entender precisamente como se daba el proceso comunicacional y cuáles eran los efectos que ésta podía tener en los llamados usuarios

Al igual que con el resto de las ciencias y estudios, la II Guerra Mundial fue un pivote avasallador en la manera de percibir y estudiar el mundo, la comunicación no fue la excepción, al igual que la explosión científica demostrada por la Alemania Nazi la comunicación quizá haya encontrado una plataforma de despegue enorme

también durante este episodio histórico, ya que el proceso comunicacional, la información y los mecanismos que la conforman fueron usados precisamente en la búsqueda de la legitimización del poder, para poder entender esta capacidad incendiaria de la comunicación debemos de remontarnos a su origen durante la revolución rusa en donde la propaganda ideológica y política permeó de manera tan contundente en el colectivo ideológico ruso que permitió el desarrollo de la URSS aun durante décadas posteriores; pero fue precisamente durante la segunda guerra mundial cuando la propaganda y la comunicación proselitista se conformaron como el cuarto poder y al igual que el énfasis que se empezó a poner en el uso desmedido de la ciencia y de la técnica, los mecanismos comunicacionales resultaron también preocupantes, sobre todo en el control que se volvió evidente se puede obtener.

Democratización de la información.

En la búsqueda de un mundo más desarrollado y globalizado la UNESCO ha pretendido de manera constante fomentar el libre acceso a la información mediante diversos programas y mecanismos que buscan acercar a la población mundial a las vías informativas, de esta manera, la comunicación se convierte también en una frontera que divide al mundo entre los “informados” y aquellos que no tienen acceso a la información, esto, nos deja ver entre persianas de manera frontal el papel tan elemental que la comunicación tiene en la vida contemporánea, ya que más allá de entender la comunicación y a la transmisión de información como el mecanismo para poner en común ideas o pensamientos, también la comunicación de esta manera obtiene una de sus características principales, el poder.

De esta manera, podemos preguntarnos en un aspecto quizá un poco más profundo, ¿Qué es la democracia? Pues bien, todos podemos entender a la democracia como la asequibilidad de los medios a la totalidad de la población, la capacidad que tiene el pueblo de verse representado y de hacer valer sus derechos en aras de su propio beneficio, desde un punto de vista general, y tomando la definición de la Real Academia de la Lengua Española la democracia sería entonces:

Forma de Gobierno en la que el poder es ejercido por los ciudadanos.⁴²

La definición, aunque escueta y obvia, nos deja ver la importancia de la pretensión del proceso de democratizar la información, en sí, puede parecer un proceso sencillo y necesario, una obligación para aquellos quienes ostentan el poder de retribuirnos a cada uno de los miembros de su población parte del poder cedido, y más, cuando se trata de mantenerse informados y al tanto de los quehaceres precisamente del mundo que nos rodea, por lo tanto, los medios se vuelven el canal idóneo para facilitarle a la población información democrática que todos puedan poseer, pero

⁴² Def. 1 Diccionario de la Lengua Española. Ed. 23 Madrid, España. 2014

como ya se expuso líneas arriba, la comunicación también tiene un valor de venta y por lo tanto se vuelve una moneda de intercambio, pero ¿En dónde radica el valor democrático, económico y político de algo intangible como la información? Precisamente de la intangibilidad misma, la comunicación, como peldaños, facilita el ascenso al poder, al poder económico, político y al poder de facto, y es aquí, en las expresiones del poder, en donde la comunicación adquiere un carácter simbólico relevante, incluso, en Michel Foucault podemos encontrar esa relación directa entre el “cuerpo político”, ideológico, intangible pero sobre todo simbólico y el proceso de comunicar⁴³ es de esta manera cómo podemos visualizar precisamente en donde radica la importancia de la supuesta “democratización” de la información, ya que cada país, cada mercado funciona gracias a su moneda, a su particular la información de alguna manera se convierte en una moneda corriente que tiene valor en todo el orbe.

¿Democratización o control?

Para poder entender mejor de alguna manera como se ejerce el poder de la comunicación para la vida del hombre, quizá podamos equipararlo con otro concepto, igualmente intangible, pero con un valor tácito innegable, la libertad, como seres humanos, creemos, y sobre todo estamos convencidos de que tenemos la libertad para elegir todo aquello que consideremos sea adecuado o necesario para nosotros pero de alguna manera, perdemos la perspectiva de que la libertad es también una construcción social, una ilusión tejida artesanalmente sobre la estructura social en la cual nos desarrollamos, de esta manera, la comunicación, el proceso comunicacional como lo tenemos entendido también forma parte de dicho tejido social, y de la misma manera que la libertad se nos planta enfrente haciéndonos creer que somos nosotros, quienes hacemos uso de la información para transmitir nuestras ideas, nuestros conceptos, pero como ya revisamos también en el capítulo anterior los mensajes que transmitimos vienen predefinidos por un mundo que los precede, por un contexto tan finamente hilvanado que todas las decisiones que tomamos (de

⁴³ FOUCAULT, Michel. Vigilar y Castigar: Nacimiento de la prisión. México. Siglo XXI. 2009 P.30

donde parte la libertad) y todos los mensajes que estructuramos y transmitimos están influidos y enriquecidos por éste, pretender que no es así es negar la propia naturaleza del ser humano como animal social, esta es una parte fundamental para poder entender cómo se desarrolla el poder de la comunicación.

Como ya se expuso una de las influencias principales para poder entender el alcance de la comunicación en la actualidad debemos de entender cómo surge dicho alcance y cuales han sido los mecanismos hegemónicamente utilizados para formular a la comunicación como uno de los ejes principales del poder, la propaganda, de acuerdo con el autor norteamericano Kimball Young podemos definir a la propaganda de la siguiente manera:

...La propagación de ideas, opiniones y actitudes cuyo propósito verdadero no se explica con claridad a quien lo escucha o lo lee”⁴⁴

Esta definición nos puede dejar ver, de alguna manera más clara, donde nace el verdadero poder de la comunicación en la actualidad.

De alguna manera, el quehacer de la UNESCO y de los países que forman parte de esta busca reducir la brecha informativa para acelerar el desarrollo de países o poblaciones con menos posibilidad de tener acceso a recursos, esto, sustentado en la tesis de que a mayor información se obtiene una mejor educación, y esto, propicia a que los individuos puedan tener acceso a un trabajo mejor remunerado y que pueda proporcionarles una calidad de vida óptima, eso, de alguna manera obliga a los países miembros de la ONU a esforzarse en una mayor medida para lograr que la población de cada país tenga una “mejor” calidad de vida.

Pareciera ser que de alguna manera las revoluciones humanas que le permitieran soñar sobre un futuro más equitativo estuvieran condenadas al fracaso,

⁴⁴ YOUNG, Kimball. Psicología Social de la Propaganda. España. Paidos. 1969 P. 13

de alguna manera lo podemos atestiguar con la revolución industrial este momento de ímpetu en el que pareciera el hombre era capaz de hacer uso de la naturaleza de una manera tan eficaz que al fin le permitiría que fueran precisamente las máquinas las que hicieran el trabajo por el mismo, caso contrario, por ejemplo a lo expuesto en *el capital* en donde se define precisamente a la revolución industrial como *el momento histórico en el que se dividen los productores de los medios de producción*⁴⁵ es decir, en donde el sueño utópico de un mundo equitativo con oportunidades económicas y de desarrollo para todos choca con la realidad del espíritu humano para quedar convertido en guijarros sueltos de lo que “pudo haber sido”, al final, la revolución industrial polarizó aún más la economía global permitiendo que aquellos que tenían más fueran precisamente los que tuvieran acceso a los medios de producción alejando a los productores de la bonanza añorada, algo parecido sucedió entonces con la revolución tecnológica, en donde los países con una mayor capacidad monetaria tenían la facilidad de explotar los recursos de países menos desarrollados con la finalidad de hacerse de nuevas tecnologías para seguir desarrollándose, es decir, aquellos que más tenían, podían producir más, por lo tanto, hacerse de más cosas, y a la larga, invertir más en el desarrollo tecnológico que le permitieran seguir obteniendo mayores recursos, de la misma manera, y siguiendo la misma línea la información forma parte del mercado como en su momento lo fueron los productores, posteriormente los recursos y la tecnología y en la actualidad, la información, ya que en el mundo digital e inmediato en el que vivimos, aquel que más información posee está mejor preparado para desarrollarse en un mundo completamente digital, al final, aquellos que más tienen pueden consumir un mayor número de tecnologías informativas que le permitan tener todo ese mar de información en la palma de su mano, por lo tanto, los recursos, la balanza de la educación, la preparación, la salud, el tan nombrado progreso cae del lado de aquellos que tienen la capacidad para hacerlo, por lo tanto, la democratización de la información, de alguna manera busca reducir la brecha abierta en la revolución industrial, busca volver a encauzar el camino que ya llevamos recorrido gracias a la revolución tecnológica haciendo uso de lo que tiene a mano, la

⁴⁵ MARX, Karl. *El capital*, Tomo I, Vol. III. México. Ed. Siglo XXI 2009 p.893

información, por lo tanto, el postulado de la UNESCO en el que se busca implementar los mecanismos para que aquellos que no tienen acceso a la información puedan tenerlo se vuelve aún mucho más difícil, y el espiral de la utopía sigue girando sobre el mismo eje.

Resulta complicado y triste a la vez darse cuenta de que precisamente los esfuerzos sumados de los gobiernos y sus representantes se vuelvan si no inútiles sí, insuficientes para lograr que la propia necesidad informativa sea satisfecha, ya no hablamos de esa necesidad de información de la manera en la que pretendemos sean satisfechas las necesidades básicas, a pesar de que de alguna manera la comunicación lo sea, sino más bien una satisfacción o un “cumplimiento” comunicacional como requisito para poder seguir avanzando en un mundo en desarrollo, una vez más, la comunicación es desvirtuada y convertida en una mera herramienta de consumo, un mecanismo con el cual debes de cumplir para poder acceder a una manera “óptima” de vivir, la comunicación entonces es una palomita verde junto a algún checklist para poder seguir avanzando en la vida en sociedad, por lo tanto y de manera contundente, la comunicación se convierte en eso, precisamente en el conjunto de técnicas y de ciencias que le permitan al hombre mantenerse puntual y correctamente informado, es aquí en donde nace una de las dificultades más sobresalientes de la comunicación, precisamente en que la comunicación no puede ser reducida a eso, la comunicación no puede ser encasillada en un conjunto de ciencias frías y avasalladoras, ya la comunicación permea en la vida del hombre en sociedad, reptá, debajo de lo establecido buscando una manera de seguir adelante, de fluir más allá de los cánones establecidos, por lo tanto, el proceso democrático de la comunicación va más allá que la propia capacidad de informar, la comunicación entonces se vuelve subversiva, revolucionaria.

La comunicación en un mundo globalizado.

Una de las principales problemáticas de y para la comunicación en la actualidad es aquella que precisamente representa la globalización, ¿Cómo afecta ésta a la transmisión de información? Y sobre todo ¿Cómo la globalización afecta al proceso comunicacional? De alguna manera, entender la comunicación en la globalización es entender cómo se lleva a cabo la globalización misma, encontrar en el uso propio de la comunicación aquello que nos ha llevado a buscar más allá de fronteras ideológicas, de las fronteras físicas y de alguna manera, las imaginarias.

De manera bastante parcial, entender la comunicación en la actualidad es entender la gigantesca carrera tecnológica y científica que nos han llevado a la concepción actual de comunicación, aquellos pasos técnicos que poco a poco han difuminado las distancias y el tiempo, hablar de ambos términos parece complicado, sobre todo al intentar conceptualizar un mecanismo completamente natural y humano como el comunicar, como ya vimos, el pretender que el avance tecnológico que ha empujado a la comunicación a su concepción actual sea únicamente dado en un periodo relativamente contemporáneo es negar el propio camino que la comunicación ha recorrido, no olvidemos que la imprenta sirvió como el primer medio de difusión masiva (podemos revisar la teoría de usos y gratificaciones, sobre todo en el alcance) que acerca un solo mensaje a un mayor número de personas, la imprenta desde esta perspectiva, se volvió el uso de la ‘técnica con la finalidad de acercar un mensaje a la población, de una manera más “eficiente”, por lo tanto, la revolución comunicativa la podemos encontrar en este sentido desde el invento de Gutenberg.

Por otra parte, McLuhan en “La Galaxia Gutenberg” ya visualizaba una de las problemáticas principales que atañen a la comunicación actual debido a la invención de la imprenta, la centralización de la información, en palabras del propio McLuhan

El papel representado por la imprenta en la institución de nuevos modos de cultura no es insólito. Pero una consecuencia natural de la acción especializante de las nuevas formas de conocimiento fue que todas las formas de poder adquirieron un carácter acusadamente centralizados en tanto que la función del monarca feudal había sido inclusiva, pues que en realidad el rey incluía en sí mismo a todos sus súbditos, el príncipe del Renacimiento tendió a constituirse en un centro exclusivo de poder, rodeado de sus súbditos individuales. Y el resultado de tal centralismo, resultante a su vez de muchos adelantos nuevos en las comunicaciones y el comercio, fue la costumbre de delegar poderes y la especialización de muchas funciones en áreas e individuos distintos.⁴⁶

Las palabras de McLuhan de alguna manera ya nos dejan ver el peligro que representa la especialización de los canales comunicativos para acercar la información a las audiencias, usuarios o públicos, es decir, para el autor a pesar de que la imprenta pretende democratizar la información o volverla accesible a las diversas instancias, al final, caemos en dos complicaciones que son relevantes aun en nuestro día, el primero, el poco o nulo acceso que se tiene a las herramientas y mecanismos para producir contenidos y el segundo la inaccesibilidad de la población al código comunicativo, ambas problemáticas marcan un paradigma entonces para la comunicación moderna y contemporánea, la dificultad para entender, decodificar y reestructurar la información que se recibe y la monopolización de la información, desde esta perspectiva, McLuhan entiende la invención de la imprenta como la técnica que le permite a las masas tener acceso a la información, aun y cuando esta no puede ser entendida por quien tiene acceso a esta, es aquí, en donde la comunicación, la información y la comprensión del mundo moderno y

⁴⁶ McLUHAN, Marshall. La galaxia Gutenberg. España. Ed. Círculo de Lectores. 1998. P.25

consecuentemente el contemporáneo entra en una nueva crisis, en la incapacidad de comprender al mundo, en palabras de Gadamer:

Todo entendimiento (Verständigung) es un problema del lenguaje y se logra o se malogra en el medio de la lingüisticidad. Todos los fenómenos del entendimiento, del comprender y el malentender, que forman el objeto de la llamada <<hermenéutica>> manifiestan una forma de aparecer lingüística. No sólo el procedimiento interhumano de entendimiento, sino que el proceso del comprender mismo representa también un acontecer lingüístico cuando se dirige hacia un objeto extralingüístico o escucha la voz en sordina de las letras escritas, un acontecer lingüístico de la misma índole de la conversación del alma consigo misma, tal y como caracterizó Platón la esencia del pensamiento.⁴⁷

Entramos aquí en un nuevo dilema, más allá de la dificultad que representa la centralización de la información, la incapacidad de los usuarios para poder comprender el contenido al que se tiene acceso, cambia por completo la percepción de la realidad del usuario mismo, por lo tanto, recuperamos una de las principales problemáticas revisadas en temas anteriores, la comunicación, también se convierte en un mecanismo para dividir a las clases, aquellos, quienes tienen acceso a la información y son capaces de comprenderla, desde el punto de vista de Gadamer entonces tenderían a comprender mejor al mundo, de tener una perspectiva, mayor, debido a la cantidad de información que tiene a la mano, y por otra parte, aquellos quienes no tienen acceso a los contenidos informativos y su incapacidad de comprender o de asumir la realidad, la concepción del mundo de aquellos que si la tienen, ahora bien, podemos entender y revisar esta problemática de igual manera desde dos perspectivas, por una parte, la forma en la que aquellos que tienen acceso a la información entienden al mundo, pudiera parecernos que al tener acceso a una

⁴⁷ GADAMER, Hans-Georg. *Verdad y Método*. España. Ed. Sigueme. 1991 p. 184

cantidad mayor de información tienen una mayor capacidad de comprender el mundo en el que viven y se desarrollan, por otra parte, de qué manera, quienes producen la información tienen una influencia radical en la manera de comprender el mundo de aquellos que tienen acceso a la misma, esto, de alguna manera supera la dificultad técnica de ser incapaces de comprender el código con el que la información se estructura, por lo tanto, la preocupación de McLuhan se vuelve pertinente en la medida de comprender que la información es producida por un grupo reducido de elementos cuya influencia, de nuevo, gracias a la imprenta ahora recae en un grupo cada vez mayor, la pregunta pertinente en este punto entonces puede ser también, ¿La información transmitida por un emisor masivo, realmente informa de manera real a la población? Pregunta que resulta relevante sobre todo en la perspectiva actual de comunicación, en donde el propio concepto de la comunicación va de la mano de la capacidad de informar a un grupo cada vez más numeroso de personas.

McLuhan sin duda se vuelve el referente obligatorio en la comprensión de la comunicación en la actualidad, sobre todo en la necesidad de dilucidar cuales son los objetivos y los peligros de la comunicación en un mundo globalizado, por una parte, McLuhan hace un estudio crítico sobre la forma en la que se venían desarrollando los medios masivos de información en la primera mitad del siglo XX, ahora bien, la postura del sociólogo y comunicólogo canadiense se ve limitada precisamente en la vigencia de su teoría, sobre todo en el uso de los medios digitales y de la mensajería instantánea, pero aun así, muerta un panorama importante y vigente en referencia la globalización de la información, McLuhan al comprender la relevancia y el alcance de los medios electrónicos, es capaz de ver más allá de los medios convencionales, en “La Aldea Global” precisamente el autor nos muestra un mundo abierto, al menos informativamente hablando en el que la información tiene la capacidad de fluir sin fronteras y atravesando únicamente vías de impulsos electrónicos digitales, esto, desde el punto de vista de McLuhan tiene una consecuencia radical, y es el cambio de la perspectiva que el usuario, es decir, en el diagrama de la comunicación, el emisor y el receptor tienen sobre la comunicación misma, revisando “La galaxia Gutenberg” podemos entrever en McLuhan una

sensación en la que puede leer al nuevo proceso comunicativo a través de la nueva tecnología (la imprenta) en el que la sociedad a través de dicha tecnología ya lleva una marcada tendencia a la individualización, es decir, antes de la imprenta la información se movía (como lo había pensado Aristóteles) de un emisor, a un receptor, (individual o colectivo) pero traía consigo una carga necesariamente social, es decir, el común de las personas (aquellas que no eran capaces de tener acceso a un código lingüístico gráfico, es decir, no sabían leer) tenían acceso a la información en grupo gracias a un personaje que hacía de orador, veamos por ejemplo en la iglesia, en donde un sacerdote tiene la capacidad de llevar la “palabra de Dios” a un grupo de feligreses, para Aristóteles esta es la manera natural de producir comunicación y sobre todo de poder comunicarse, para McLuhan la invención de la imprenta rompe con el curso natural de la información, (O al menos natural como lo habíamos entendido hasta entonces), al omitir algún canal directo para poder comunicarse, la imprenta permite al lector, al usuario obtener información de manera directa, sin intermediarios por lo tanto, la comunicación se vuelve individual, en un carácter menos social, pero tal vez más informativo, más eficiente para objetivos comunicacionales.

Es importante también comprender que sin el desarrollo de los medios electrónicos de información sería imposible pensar en un mundo globalizado, la globalización se da, precisamente, por el avance de los medios de información electrónicos, si bien, las cartas, el correo ya permitía a los hombres de algún punto geográfico conocer los sucesos relevantes en alguna otra latitud, los canales digitales de comunicación permitieron que la información viajara más lejos, de manera más rápida, el telégrafo ya permitía enviar y recibir mensajes de manera casi inmediata en ambos lados del Atlántico, la radio permitía que lo que una persona dijera detrás del micrófono llegara a millones a través de los parlantes de su aparato receptor, el cine le permitió al hombre poder dejar en el celuloide los acontecimientos más relevantes, la televisión nos dio las llaves para legitimizar los contenidos a los cuales teníamos acceso, el teléfono nos llevó a poder hablar por horas con personas lejanas, etc. Es decir, la comunicación electrónica, los mecanismos electrónicos para

transmitir información dieron pie, de manera necesaria a la globalización, ahora, si entendemos a la globalización como la apertura de mercados, información y cultura entre países, de la misma manera, la información no hizo más que lo que ha venido haciendo el devenir constante de la historia, fluir, mediante cualquier contenido, cualquier tecnología, pero fluir, dejar entrever en sí misma la propia naturaleza de la comunicación, como un ente inherente al ser humano, que fluye y se desarrolla a la par que él.

Comprendiendo las principales problemáticas de la comunicación en la actualidad, podemos partir de estas en el estudio del proceso comunicacional global como un mecanismo de mercado, por una parte, tenemos medios masivos de información que poseen la capacidad de culturizar e informar a un grupo de personas, esto, parece ser sencillo cuando se intenta, o se comunica a un grupo de personas que poseen características específicas familiares, es decir, los medios masivos mexicanos producen contenidos mediáticos para la cultura mexicana, en donde poseemos características parecidas, ahora bien, una creciente complicación en la globalización actual de la comunicación es precisamente buscar o pretender que las características propias de un público meta se vuelvan las características generales de un público global, cuestiones como los estereotipos propios de un país, de algún lugar; ideas propias de alguna región geográfica; las posturas políticas, económicas, religiosas, filosóficas y culturales de diversas latitudes, etc. De esta manera, la globalización de la comunicación trae consigo varias problemáticas muy relevantes en diversas áreas de estudio en la actualidad, ¿De qué manera globalizar la comunicación vuelve tan transparentes las diferencias entre los hombres que nos vuelve completamente diferentes? Totalmente opuesto ¿Cómo el comunicar características propias de un pueblo (identidad) hace que estas sean absorbidas o mimetizadas por otro pueblo? En este tenor ¿Es lo mismo la globalización de la comunicación y la colonización cultural? Y muy importante ¿De qué manera la globalización de la información hace que se pierdan precisamente los conceptos de pertenencia e identidad? Todas las preguntas anteriores poseen un carácter por sobre todo relevante en un mundo cada vez más accesible e informativamente ágil.

La sociedad red

La globalización, la apertura del mundo en cuestiones informativas ha permitido que surjan nuevos paradigmas y formas de comunicarse, la comunicación interpersonal parece relegada y dejada como última opción o solamente en temas oficiales, académicos y familiares, la interacción que antes se daba de una manera persona a persona ahora se ve como algo complicado hasta cierto punto, la apertura significativa que tenemos mediante redes virtuales de socialización han modificado e impulsan nuevas maneras de socializar, de desarrollar lazos personales, etc. La sociedad red sería en este sentido el nuevo escalón en el desarrollo comunicativo, una sociedad global interconectada, que en vías de desarrollo se fundamenta a sí misma como la posibilidad más concreta en nuestra manera de percibir el mundo.

Irónicamente, uno de los aspectos relevantes al momento de la comunicación, y sobre todo de la comunicación contemporánea es hablar del poder, del poder que se ejerce en y sobre las personas en nombre de los procesos comunicativos, incluso de la democratización de la información, en palabras de Manuel Castells:

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad. La capacidad relacional del poder está condicionada, pero no determinada, por la capacidad estructural de dominación. Las instituciones pueden mantener

*relaciones de poder que se basan en la dominación que ejercen sobre sus sujetos.*⁴⁸

El poder en términos comunicativos actuales, y principalmente digitales pareciera ser una cuestión compleja que requiere de una estructura elaborada para poder ejercerse, la realidad es que en la actualidad, mediante el uso y la pertinencia de las redes comunicativas electrónicas, ejercer el poder o ceder el poder se vuelve una materia tan latente como particularmente sencilla, en esta situación entran en juegos diversos factores, los cuales determinan como como se dan los flujos de poder e información en un mundo cada vez más informado y electrónicamente conectado, resulta entonces pertinente analizar de qué manera la influencia del poder es ejercida entre pares que al parecer, desde la distancia poseen características completamente diferentes, al parecer no los une cultura alguna, se comunican a través de códigos completamente diferentes y se encuentran en latitudes opuestas del mundo, en una primera instancia, entonces puede parecernos complejo e inverosímil que ambas personas, ambos individuos puedan unirse (mediante canales digitales) en redes cada vez más elaboradas, sobre todo resulta sobrecogedor como estas redes digitales de socialización y comunicación son capaces de realizar campañas políticas y sociales tan complejas que de alguna manera parecen desarticular el complejo tejido social, es por esto que es cada vez más común encontrarnos con movimientos digitales en pro de los derechos humanos, en pro del aborto, de la vida, de los bosques, no es extraño encontrar movimientos ecologistas que inician en lo más oscuro de los foros y blogs y terminan convirtiéndose en un fenómeno global, esta es precisamente una de las características más importantes de la sociedad actual para Castells, el empuje que las redes, la comunicación digital y sobre todo la capacidad para aglutinar tantas personas e ideales distintos en pro de una lucha social significativa, ¿De qué manera hemos llegado a este punto? ¿Cuál ha sido el detonante para que dentro de nuestra realidad comunicativa actual podamos realizar movimientos sociales y culturales a nivel planetario? La respuesta no es sencilla, de nueva cuenta, el

⁴⁸ CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. España. Ed. Alianza. 2009. P.39

avance tecnológico ha permitido de manera significativa el avance en los mecanismos de comunicación, el despertar en una era digital nos ha proporcionado canales digitales, veloces y “efectivos” de “comunicación”.

Pensar y poder dilucidar en donde se da el nacimiento de la sociedad red, esa sociedad interconectada a un nivel mundial, de manera inmediata que virtualmente tira los hilos de la nueva comunicación, es estudiar tres cosas, la primera, el avance técnico que nos ha llevado a entender la comunicación como la entendemos en la actualidad (aunque se ha mencionado a lo largo de la tesis, no nos atañe), la segunda, la manera en la que se ejerce la influencia y como esta se traslada de una figura a otra para lograr una cohesión efectiva entre los miembros de determinado grupo y la tercera, como se ejerce la influencia del poder en la sociedad red. Ahora bien, tratando de entender cómo funciona la sociedad red, también debemos de entender dos cosas, la primera y de nueva cuenta, el abandono en el que nos dejó el discurso posmoderno y la entrada de la civilización contemporánea a un mundo globalizado y cada vez más hipermoderno (desde el punto de vista de Lipovetsky) lo cual revisaremos más adelante.

Para entender de manera más clara de qué forma se da la comunicación entre los individuos que forman una red de interconexión informativa electrónica, debemos de entender cómo se desarrolla cada una de las redes, la interacción digital, no se da de la misma manera que se dan las interacciones análogas, las cuales, se ven influenciadas de manera directa por factores sutiles, los cuales son apenas perceptibles para alguno de los componentes de la interacción de alguna manera, esto se ve mimetizado al momento de pretender establecer alguna relación de interacción y comunicación entre usuarios de una red, pero los factores determinantes para que la red funcione y se de de una manera óptima son diferentes, por ejemplo, una red de información tradicional se da cuando la información pasa de un emisor a un receptor, pero el receptor en este caso se recibe estímulos que serían imposibles de percibir a través de un texto o de una pantalla, la influencia ejercida por el foco de atención, por este líder de opinión en palabras del sociólogo austriaco

Paul Lazarsfeld es una influencia que se da en dos pasos⁴⁹ y principalmente en la búsqueda de encontrar los puntos de influencia y de pérdida de información en el flujo constante de información, Lazarsfeld y Katz lo que presentan es quizá entonces el primer eslabón en una cadena de sucesos para construir una red de comunicación, el primer paso sería entonces el origen de la información a transmitirse, cuales son los suceso relevantes que buscan ser informados, esto, lleva ya en sí mismo una carga sustancial para poder entender cuál es el efecto que se pretende tener con la información, ésta, puede partir desde una acción concreta, un suceso noticioso que puede ser o parecer relevante a la sociedad, como un accidente aéreo, algún evento deportivo, etc. O puede definirse desde un primer momento como un hecho aislado que pretenda crear u obtener algún tipo de reacción en la audiencia (no olvidemos que la teoría de los dos pasos de Katz y Lazarsfeld, al igual que la teoría matemática de la comunicación de Bateson pertenecen a la escuela funcionalista de la comunicación) esto nos ayudará a entender de una manera más precisa hacia donde van ambas teorías, pero Lazarsfeld y Katz ven un poco más allá que la mera respuesta de la audiencia, como habíamos visto, esto ya lo podíamos resolver gracias a la propaganda (que también resulta de mucho interés para Lazarsfeld) pero ellos ven un mecanismo agregado que quizá Bateson no contempla en su teoría y es la acción de una figura significativa que hace de intermediario entre la información transmitida y precisamente la audiencia, el Líder de Opinión, éste, resulta una figura por sobre todo interesante y sobresaliente para ambos investigadores, pues es en quien recae la complicada tarea de legitimizar lo dicho por el medio, de darle una credibilidad tangible para la audiencia, el líder de opinión es aquel encargado de llevar el suceso informativo a su comunidad, a aquellas personas con las que comparte un territorio, ideales, una cultura, de alguna manera, este primer “nodo” es retomado por Castells para poder interpretar la forma en la que se forma la sociedad red.

⁴⁹ LAZARFELD, Paul, y Elihu KATZ. *La influencia personal: El individuo en la comunicación de masas*. España: Hispano Europea, 1979.

Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red, de forma que los especialmente importantes se denominan «centros» en algunas versiones de la teoría de redes. En todo caso, cualquier componente de una red (incluidos los «centros») es un nodo, y su función y significado dependen de los programas de la red y de su interacción con otros nodos de ésta. Los nodos aumentan en importancia para la red cuando absorben más información importante y la procesan más eficientemente. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a la eficacia de la red para lograr sus objetivos, definidos por los valores e intereses programados en las redes. No obstante, todos los nodos de la red son necesarios para el funcionamiento de la propia red, aunque las redes permiten cierta redundancia como salvaguarda para su propio funcionamiento.⁵⁰

Si bien lo dicho por Lazarsfeld y Katz nos da una idea de cómo surgen las burbujas de influencia en el proceso comunicativo también es cierto que esto sólo tendría validez en la concepción tradicional de comunicación, es por ello, que en la sociedad red, el objeto de influencia tiene que hacer uso de diferentes mecanismos para ejercer tanto la influencia como el poder en el resto de los miembros de la misma.

Como ya lo vimos, en la sociedad red, el poder no se otorga o se arrebata de manera unilateral, el poder es concedido y ejercido bilateralmente por cada uno de los nodos que forman parte de dicha red, es aquí en donde radica el verdadero ejercicio del poder en una red social, en la virtualidad de las sociedades contemporáneas, el poder de influencia y el poder tácito que obtienen las figuras públicas, estos nuevos líderes de opinión no fue dado a ellos desde el inicio de la

⁵⁰ CASTELLS, Op Cit. p. 45

sociedad virtual, tampoco fue arrebatado del resto de los nodos para poder ejercerse sobre sí mismos, el poder, en este caso es dado de manera constante por el resto de los nodos de dicha red, como menciona Castells, la importancia de los nodos es igual y recíproca en la propia funcionalidad de la red, ya que cada uno sirve como trampolín de influencia para los nodos consiguientes, y esto, en una sociedad mediáticamente democratizada quiere decir, que aquel que tiene una mayor influencia sobre el resto de la red es precisamente porque los miembros de dicha red le posicionaron ahí, ahora bien, pudiera parecerse mucho al ejercicio electoral y democrático mediante el cual elegimos a nuestros gobernantes y parecerse en cierta medida al contrato social ya expuesto por Rousseau, pero la formación y desarrollo de una sociedad red no se fundamenta en el mero ejercicio del poder, sino en volverse únicamente figuras de influencia dentro de la misma sociedad, ya que éstas, las redes se forman a partir de afinidades y características que van más allá de la soberanía, la representatividad y la ciudadanía, la formación de las sociedades red se da precisamente en la búsqueda de una complementariedad con el otro, pero ese otro debe de poseer características afines a las mías y debe de verse influenciado por figuras que se muevan de manera constante en dichos focos de interés.

Entonces, si de alguna manera el ejercicio democrático en una red de información se da por afinidad, más que por el ejercicio del poder, los mecanismos de influencia y el alcance de ésta se vuelven elementales para mantener a esta nueva sociedad digital. De alguna manera, cada partícula, cada individuo que forma parte de una red, se asume como parte de la misma en función del depósito de sus ideas y funciones en pro de la red misma, aun que de alguna manera, podemos entender que la cadena informativa surge de un elemento transmisor específico, es la información y su alcance lo que define la complejidad y el valor formal de la red, entonces la sociedad red se fundamenta y se valoriza tanto por su tamaño como por su interacción entre sus miembros, la interacción, por su parte se vuelve el mecanismo normal de replicación de la información transmitida por uno de los nodos, este sistema resulta muy eficaz al permitir que la información se divida en

diversos canales de comunicación, y a la vez se enriquece con cada una de las posturas de los nodos por los que ésta pasa.

Para poder entender la relevancia de las sociedades red, debemos de entender cuál es el canal principal por el que se transmite la información de dichas redes, ese mecanismo técnico que abre todo un nuevo panorama de posibilidades comunicativas una nueva carretera informativa que ha permitido que tanto la comunicación como los procesos sociales cambien de manera radical, sobre este canal, el Internet, Castells menciona lo siguiente:

(...)Internet es una creación cultural: refleja los principios y valores de sus inventores, que también fueron sus primeros usuarios y experimentadores. Es más, al ser una tecnología de comunicación interactiva con fuerte capacidad de retroacción, los usos de Internet se plasman en su desarrollo como red y en el tipo de aplicaciones tecnológicas que van surgiendo. Los valores libertarios de quienes crearon y desarrollaron Internet, a saber, los investigadores académicos informáticos, los hackers, las redes comunitarias contraculturales y los emprendedores de la nueva economía, determinaron una arquitectura abierta y de difícil control.⁵¹

Desde una perspectiva muy amplia, Castells nos deja ver la virtual simplicidad con la que se forman y se desarrollan las sociedades en red, por un lado, responden a un espíritu libertario, casi revolucionario que va más allá de los medios de información tradicionales, para Castells, el

⁵¹ CASTELLS, Manuel. *Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica*. En la Universitat Oberta de Catalunya. Lección inaugural del curso académico 2001-2002 Barcelona, España.

internet se vuelve de esta manera el terreno propicio para que este tipo de sociedades germinen y se desarrolle de una manera óptima, como mencionamos anteriormente, es precisamente la afinidad lo que hace que las personas se cohesionen en una sociedad digital, ésta va más allá de valores como ciudadanía o pertenencia geográfica, ya que son ellos mismos, los usuarios los que poseen el poder de elegir con quien establecer una relación comunicativa, es entonces y de esta manera como la sociedad red se vuelve el eje principal de las sociedades, inclusive dentro de los mismos espacios urbanos, por otra parte, resulta preocupante para Castells el uso, las formas y los fines que se le da al internet, para el autor resulta preocupante el hecho de que muchas de las veces, aquellas personas que exigen y protestan por sus derechos sean personas *iletradas* que se dejen llevar por la corriente de algún tema que esté en boga, para Castells la turba que se puede formar a través de las redes es igual o más peligrosa que aquella que se formaría de manera tradicional, una masa desinformada, violenta, irracional e irascible.

La comunicación como revolución.

Quizá una de las lecturas más comunes que podemos tener de la comunicación en la actualidad sea precisamente aquella que nace de la percepción rebelde y contestataria de las redes comunicacionales en la actualidad, por un lado, tenemos la expresión, que en cierta medida puede ser considerada libre, y anónima expresada a través de las vías digitales de comunicación brindadas por el internet, por otra parte, como revisamos en el punto anterior, la cohesión que las sociedades red logra crear con sus miembros, ya que estas, al estructurarse se crean por afinidad, y esto, a su vez, crea lazos profundos en cada uno de sus miembros, lo que desencadena en redes muy activas y de alcances muy importantes.

Como se ha intentado explicar en esta investigación desde el inicio, la comunicación no únicamente se lleva a cabo a través de las nuevas tecnologías, o a través de dispositivos electrónicos y digitales, la comunicación posee un enorme abanico de posibilidades para poder llevarse a cabo, en este sentido ¿Quién podría negar que el Ludismo fuera una muestra comunicativa de rebeldía? ¿Las vanguardias artísticas del siglo XX no son también una forma de revolución? De alguna forma, la comunicación siempre lleva en si misma ese estigma rebelde que acompaña al espíritu humano, la comunicación, como válvula de escape para las emociones, ideas, sentimientos, sensaciones, etc. Sirve como ese desfogue catárquico mediante el cual, durante su propio desarrollo, el hombre ha reflejado su descontento con muchos aspectos que se desarrollan alrededor de su vida. Cabe destacar, que es precisamente este punto en donde se genera una gran confusión alrededor de la posición “rebelde” o “revolucionaria” del quehacer comunicativo, ya que al parecer olvidamos que la comunicación siempre ha poseído este talante, lo cual, resulta de suma importancia para la comprensión y desarrollo de la comunicación actual.

Como se ha demostrado a lo largo de la historia, no puede existir, o no ha sido el caso hasta el momento en el que un movimiento revolucionario no responda

también a algún momento comunicativo e intelectual, se han mencionado aquí algunos ejemplos, como el Ludismo, movimiento que surge como fenómeno rebelde ante el naciente maquinismo de la revolución industrial, en un inicio, podría parecer que es precisamente la falta de comunicación o la falta de comprensión por parte de los elementos comunicativos lo que origina una movimiento irascible y violento como fue el terminar aporreando los telares mecánicos con palos con el fin de que los trabajadores ingleses no perdieran su trabajo frente a la máquina, (fenómeno que resulta sobrecogedor y de suma importancia en la actualidad, en donde la carrera tecnológica y el avance de la robótica encienden nuevas luces de alarma ante una de las finalidades del hombre, el trabajo, pero ese es tema de otra investigación), si bien es cierto, que el avance de la sociedad inglesa del siglo XIX a las circunstancias de la sociedad global actual ha sido gigantesco, también es cierto que al final las preocupaciones y los quehaceres son similares, por lo que el Ludismo, frente a la dinámica tecnológica y tecnócrata actual se plantea como un referente de suma importancia, ahora, dicho movimiento respondía a una necesidad temporal y efectiva de comunicación, en un principio podría parecernos un movimiento que responde, de manera violenta por una falta de entendimiento por parte de los trabajadores de los telares, pero ¿De qué manera podrían haber respondido los artesanos y esquiladores de Londres? De nueva cuenta, podemos entender una de las principales dificultades que representa el fenómeno comunicativo, la incapacidad para poder entenderse más allá de poseer un código en común, es aquí, en donde la fusión de horizontes, hermenéuticos, comunicativos, intelectuales, etc. Se vuelve importantísimo, acción, que dicho sea de paso quizá represente la mayor de las problemáticas para la resolución de conflictos aun en nuestros días, es por ello, que entender, de qué manera, el tiempo en el que vivimos, así como tener la capacidad, o el mero deseo por escuchar y empatarnos con el otro se vuelve fundamental, en palabras del propio Gadamer.

Todo presente finito tiene sus límites. El concepto de la situación se determina justamente en que representa una posición que limita las posibilidades de ver. Al concepto de la

*situación le pertenece esencialmente el concepto del horizonte. Horizonte es el ámbito de visión que abarca y encierra todo lo que es visible desde un determinado punto. Aplicándolo a la conciencia pensante hablamos entonces de la estrechez del horizonte, de la posibilidad de ampliar el horizonte, de la apertura de nuevos horizontes.*⁵²

Desde la perspectiva de Gadamer, podemos entender entonces, que la propia incapacidad del ser humano para comunicarse de manera efectiva y funcional, pende de un delgado hilo, sujeto en sus dos puntas, por un lado, la empatía o esa capacidad de poder ampliar nuestro *horizonte* por parte de los interlocutores y por otro, la temporalidad, de alguna manera, la comunicación queda sujeta al tiempo presente, ya que el mensaje, al transmitirse hace uso de un canal en el instante mismo en el que este es enviado, por lo que la comunicación o la transmisión del mensaje queda atada, por decirlo de alguna manera al instante en el que el proceso sucede, lo complejo, al menos desde el punto de vista comunicacional, es que no podemos aislar al proceso comunicativo de las consecuencias que la comunicación acarrea, sean éstas, del nivel que sean, partiendo, desde una percepción personal, individual y subjetiva, hasta lograr una cohesión comunicativa masiva, e inclusive global, por lo que no es de sorprendernos, que los mecanismos comunicacionales sean usados también como herramientas salvíficas, o como armas de destrucción masiva, quitarle (o pretender hacerlo) a la comunicación la profundidad del alcance que el mensaje posee es quitarle su propia naturaleza avasalladora, por lo que más allá, del propio proceso de comunicación debemos de tener en cuenta la importancia que cada uno de los elementos del propio proceso posee para sí misma, de esta manera, la comunicación más allá de sujetarse en un plano temporal, sobrevuela nuestras cabezas empujando, y buscando su propia libertad.

Desde esta perspectiva, entonces la comunicación posee dos vertientes, o dos fuentes capaces de enriquecer al quehacer comunicacional, en la actualidad, por

⁵² GADAMER, Hans Georg. *Verdad y Método*. España. Sígueme. 1991 P. 181

una parte, la característica intrínseca de la propia comunicación a servir como herramienta de rebeldía, y por otra parte, el alcance que dicha perspectiva puede alcanzar, esto, enriquecido por el alcance propio de las herramientas y tecnologías informativas y comunicacionales nos deja ver un panorama bastante amplio.

Entender el proceso informativo y comunicacional actual para entender cómo se gestan movimientos sociales, es medular para poder comprender como, en la comunicación posmoderna se mueve o se puede lograr mover la conciencia colectiva, incluso, la capacidad racional individual dentro del mismo colectivismo, entonces bien, si de alguna manera, entender que los movimientos sociales responden a la opresión, violencia, vejación, etc., entender que los mecanismos actuales para levantarse (sea cual sea el medio, o el movimiento) funcionan de manera parecida, es entonces cuando nace la pregunta ¿De qué manera, los canales y los mecanismos actuales impulsan incluso a la misma necesidad de rebelarse? En cierta medida, entendemos que algunos movimientos sociales hubieran sido imposibles, o muy complejos si no se hubieran tenido a la mano mecanismos comunicacionales, publicitarios o propagandísticos suficientes para proyectar dicho movimiento más allá de las fronteras geográficas, ideológicas o tecnológicas, revoluciones como las llevadas a cabo en el norte de África o en Oriente medio demostraron de manera directa y sin intermediarios que la comunicación, las redes sociales y la apertura de la sociedad red formaban el grueso de las nuevas posturas rebeldes, la Eurimaidan (serie de levantamientos ucranianos llevados a cabo de noviembre del 2013 a marzo del 2014) hubiera sido prácticamente imposible sin la constante comunicación e impulso que permitieron las redes sociales, los levantamientos en el Tíbet, las manifestaciones brasileñas, el nuevo auge del movimiento a favor del aborto en Argentina y España, etc. Se vuelven ejemplos claros del alcance rebelde de la comunicación actual, quizá el ejemplo más puntual e incendiario sea el pautado por Julian Assange quien a través del portal “Wikileaks” dejó entrever la importancia que los medios digitales y la sociedad red tendrían para poder comprender las revoluciones del siglo XXI.

Es entonces, como precisamente a partir de la perspectiva de Assange la comunicación debe ser revisada desde dos artistas diferentes, pero que forman parte del mismo panorama, como si la sociedad actual caminara sobre una espada de dos filos, Assange, por un lado, evidenció que los canales de comunicación global son sujetos o pueden ser sujetos a robos y hackeos, pero además, logró poner en perspectiva de gobiernos internacionales, públicos diversos y diferentes audiencias que más allá del alcance propio que la comunicación digital posee para transmitir datos de forma inmediata desde un polo del mundo hasta el otro, la comunicación y el proceso comunicacional siguen siendo parte fundamental de la revolución, y de la rebeldía. Por otra parte, y quizás la mayor preocupación para Assange es el alcance mismo del internet, ya que al volverse un elemento, aun incapaz de ser regulado en su totalidad es aun difícil comprender quién y cómo se usa.

El mundo no se desliza sino que galopa sin tregua hacia una nueva distopía transnacional. Esta evolución no se ha reconocido adecuadamente fuera de los círculos de seguridad nacionales. Se oculta tras el secretismo, la complejidad y la magnitud que esta evolución comporta.

Internet, nuestra mayor herramienta de emancipación, se ha transformado en la facilitadora más peligrosa del totalitarismo jamás vista. Internet es una amenaza para la civilización humana.⁵³

De alguna manera, Julian Assange busca crear un revulsivo en la percepción de los usuarios sobre el alcance que la red internacional de información digital tiene sobre el control mismo de las formas de vivir, y sobre todo, de la percepción que el

⁵³ ASSANGE, Julian, APPELBAUM, Jacob, *Cyberpunks: Freedom and Future of the Internet*. USA. Ed. Or Books. 2012 p.15

usuario, los creadores de contenidos mediáticos, los medios y los gobiernos tienen sobre el internet, por lo que no es de asombrarse que el hombre que utilizó el internet como principal plataforma de información subversiva, rebelde, contestataria, revolucionaria, y en cierta medida violenta, ahora se mantenga a la distancia (refugiado desde hace seis años en la embajada de Perú en Londres) y expectante de lo que para él, es la otra cara de la moneda en la mayor vía de información de la actualidad, en cierta medida, podemos dilucidar en Assange quizá algún velo de arrepentimiento, no por las acciones realizadas al publicar contenido altamente sensible para diversos gobiernos a través de todo el mundo, quizá por haberse vuelto el petardo que le explotó en la cara al mayor monstruo de control actual, ese Leviatán bíblico que ahora devora ideologías, revoluciones y hombres para convertirlos en productos de sí mismo, productos de capital, con valor de intercambio, materia prima para nuevas torres de babel, quizá parezca exagerada, (o forzada) la comparación, sobre todo en tiempos digitales, pero de alguna manera Assange se convirtió en un nuevo Prometeo, quizá una continuación del Frankenstein de Shelley, demostrándole una vez más, que el fuego también tiene su aspecto negativo, el conocimiento, trae consigo, la peor de las calamidades, el intenso dolor al ver que de alguna manera, el arma prometida, capaz de liberarnos de las ataduras, es usada de manera violenta y lacerante en nuestra contra, es aquí, como para Assange, como para otros muchos pensadores de la comunicación nace la más preocupante de las perspectivas de la comunicación en la actualidad, la comunicación como mecanismo de control.

Capítulo III

Comunicación: Ruido y

canibalismo

La dificultad del “yo” posmoderno

*A Ezra le arrastraron por las calles
en una jaula de madera.
Blake creía en Dios.
Villon fue un ladrón.
Lorca chupaba pollas.
T. S. Eliot trabajaba de cajero en una ventanilla,
la mayoría de los poetas son cisnes,
son garzas.⁵⁴*

De alguna manera, pensar en la posmodernidad, en el posmodernismo, puede llevarnos a pensar en el desmembramiento, no en algún tipo de desmembramiento sangriento, violento, gore; más bien a un desmembramiento de la razón, de la propia capacidad del hombre de asirse con manos y pies a un terreno que de alguna manera pudiera otorgarle un salvoconducto al propio autoconocimiento, la posmodernidad, desde esta perspectiva, deja al hombre sumido en dudas que lo hacen volver a dudar, incluso, de que se encuentra dudando, la posmodernidad, de alguna forma, surge haciendo las veces de un estertor, un espasmo que sacude el polvo dejado por la modernidad después de siglos de soplar sobre la conciencia del hombre, incluso sobre la misma percepción que éste posee, o poseía de sí mismo, la posmodernidad, vuelve evidentes las faltas de los discursos que hasta entonces ejercían una presión y una presencia preponderante en la propia definición del hombre, el hombre posmoderno, entonces, carece de definición, carece de forma, se vuelve una masa amorfa, des centrada y sin ningún concepto real, (o irreal) capaz de definirlo, quizá, del alguna manera aquí radique la principal dificultad y la medular importancia del discurso posmoderno, en esa búsqueda de nuevas salientes de las cuales pueda sostenerse el propio hombre.

⁵⁴ BUKOWSKI, Charles. *Antología*. Colombia. Ed. Arquitrave. 2013. p.37

La muerte, o la caída de esas estructuras discursivas que provocó la posmodernidad, una vez más deja en evidencia la fragilidad de la propia concepción del hombre, y por lo tanto, la propia capacidad para medir, conocer, incluso la incapacidad de ser, la posmodernidad desgaja el propio espíritu del hombre para dejarlo abandonado y hecho añicos, dentro de su propia (y ahora irreconocible) existencia.

Resulta complejo y hasta cierto punto desalentador caer en cuenta, que la propia percepción del ser, del hombre, de nuestros milenios en el planeta pueden, en cierta medida, carecer de significado, es aquí, en donde de alguna manera nace una de las principales columnas de las que se sostiene el pensamiento posmoderno, la concepción trágica del hombre, esto, de alguna manera lograría fundamentar el pensamiento si no negativista, si de alguna manera hacer las veces de un pesimismo activo en la propia percepción del hombre en el nuevo lugar en donde pretendía erigirse, la posmodernidad entonces, vista más allá del vacío existencial y conceptual en el que nos dejó varados e inválidos, se vuelve un nuevo terreno fértil en un lienzo en blanco, el hombre posmoderno, comienza entonces (o lo pretende) a formarse a sí mismo del barro, de la nada, quizá no en un principio con una sensación de evolución o progreso (conceptos y discursos que caen de alguna manera necesariamente en el devenir moderno e imperante de la razón), sino más bien en una búsqueda interna y externa de la propia percepción del hombre, en una lenta, compleja, pero sobre todo necesaria auto afirmación, el hombre, entonces, sabiéndose desmembrado y finito encuentra precisamente en su misma finitud y en su propia naturaleza incompleta las primeras rocas salientes en la pendiente del autoconocimiento.

La caída de los relatos estructurados y sostenibles a través de la razón, sumada a la orfandad previa en la que nos dejó la propia modernidad deja al hombre entonces en la incapacidad de definirse, de comprenderse y por lo tanto de encontrar su lugar en donde quiera que este se encuentre, es precisamente, en esta búsqueda por sí mismo, como el hombre pretende autodefinirse, en la soledad

dentro de la vida colectiva, dentro del vacío mismo en el que se encuentra, Nietzsche, de alguna forma, encuentra esta dificultad, y busca indagar un poco más en ella, al comprender la propia tragedia del hombre, busca estimar en la soledad, una manera auto consciente de concebirse a sí mismo, pero al mismo tiempo, deja entre ver que es la necesidad la que lleva al hombre a buscar la socialización, quizá sí, alguna necesidad física, de complementariedad, o la mera necesidad natural por entender la propia existencia.

Todo hombre selecto aspira instintivamente a tener un castillo y un escondite propios donde quedar redimido de la multitud, de los muchos, de la mayoría, donde tener derecho a olvidar, puesto que él es una excepción de ella, la regla «hombre»: - a excepción únicamente del caso en que un instinto aún más fuerte lo empuje derechamente hacia esa regla, como hombre de conocimiento en el sentido grande y excepcional de la expresión.⁵⁵

En algún sentido, es el propio Nietzsche quien desde un primer punto de vista, nos deja ver, como entre cortinas, una de las principales características de la percepción del hombre posmoderno, la individualidad, esta “necesidad” de buscar permanecer a la distancia, de buscarse aún, dentro de sí mismo, esto, a la vez que busca permanecer en sociedad, en palabra del propio Nietzsche:

... Quien en el trato con los hombres no aparezca revestido, según las ocasiones, con todos los cambiantes colores de la necesidad, quien no se ponga verde y gris de náusea, de fastidio, de compasión, de melancolía, de aislamiento, ése no es ciertamente un hombre de gusto superior; mas suponiendo que no cargue voluntariamente con todo ese peso y placer, que lo esquive constantemente y, como hemos dicho,

⁵⁵ NIETZSCHE, Friedrich. *Más allá del bien y del mal*. Argentina. Ed. Lea. 2015 p. 12

*permanezca escondido, silencioso y orgulloso, en su castillo, entonces una cosa es cierta: no está hecho, no está predestinado para el conocimiento.*⁵⁶

Es aquí, en donde el mismo Nietzsche busca y encuentra la concepción de la necesidad, la necesidad de poder socializar, de poder entenderse a sí mismo en cuanto a su vida en sociedad, esto, desde cierto punto de vista le facilita al hombre posmoderno a poder comprenderse, a comprender su existencia, pero de alguna forma, vuelve el proceso menos personal, menos responsable, pero si, desde un punto de vista, más sencillo, lo importante entonces es entender el concepto de “necesidad” la necesidad como motor, como revolución una vez más como movimiento convulso de la propia percepción del hombre hacia sí mismo.

El hombre posmoderno, al adolecer de discursos que le ayuden, o le permitan comprenderse, y explicarse a sí mismo permanece ciego, perdido e insensible a los discursos que hasta antes de la percepción posmoderna poseía, como se explica en el capítulo anterior, una de las principales características del propio espíritu del hombre, y por lo tanto, de la comunicación como herramienta y mecanismo humano es la rebeldía, la posmodernidad, quizá no haya pretendido revolucionar como lo hizo (Resulta complejo imaginar a Adorno, Horkheimer, Blanchot o Lyotard ataviados en anarquistas chaquetas punk) pero lo cierto es que el pensamiento posmoderno resultó una explosión atómica en la realidad, en la percepción intelectual, en la propia naturaleza del hombre.

La posmodernidad, diluye las plataformas y construcciones pre existente para de alguna manera permear en la propia concepción del hombre, y por lo tanto de la realidad, el hombre ahora, más allá de ser la medida de todas las cosas, el origen y el fin de LA historia se vuelve un concepto más, un observador cauteloso de los fenómenos que se desarrollan a su alrededor, desde el punto de vista del

⁵⁶ NIETZCHE. Op.Cit. p.12

fenomenólogo francés Francois Lyotard, al caer los grandes metarrelatos⁵⁷ debido al desarrollo mismo de las ciencias, puede traer consigo la liberación del hombre a las formas de comprender el mundo y sobre todo de verse a sí mismo, sobre todo en la dificultad comunicativa y conceptual que esto acarrea.

La función narrativa pierde sus funciones, el gran héroe, los grandes peligros, los grandes periplos y el gran propósito. Se dispersa en nubes de elementos lingüísticos narrativos, etc., cada uno de ellos vehiculando consigo valencias pragmáticas sui generis. Cada uno de nosotros vive en la encrucijada de muchas de ellas. No formamos combinaciones lingüísticas necesariamente estables, y las propiedades de las que formamos no son necesariamente comunicables...⁵⁸

Podemos asumir entonces, que para Lyotard, la caída de las estructuras previas de pensamiento, trae consigo, (además de una sensación de liberación ante los discursos hegemónicos y anteriormente estructurados) una sensación de vacío, el hombre, sin la virtual seguridad que pudieran brindarle dichas estructuras se encuentra a si mismo perdido e incapaz de comunicar cómo se siente, que es lo que piensa, que es aquella que percibe a través de sus sentidos, entonces, el hombre más allá de encontrarse perdido se encuentra también incomunicado y sin la capacidad de comunicarse (vaya sensación), ciego, sordo, mudo e insensible en medio de la oscuridad, caminando a tientas tratando de entender que es aquello que lo rodea, esta perspectiva puede parecer descorazonadora e insensible, cruel y violenta ante las propias posibilidades del hombre, pero es aquí, para el autor, en este punto de desencuentro en donde nace la primera y radical diferencia con la percepción absoluta de la modernidad, en el empuje racionalmente lingüístico que los discursos anteriores usan para deslegitimar el carácter libertario de la posmodernidad y de aquí parte precisamente para plantearse el mismo la pregunta

⁵⁷ LYOTARD, Francois. *La condición posmoderna*. Argentina, Ed. R.E.I. 1991 p. 4

⁵⁸ LYOTARD, Francois, Op.Cit. p. 4

¿Es legítimo un nuevo modelo de pensamiento ante las estructuras racionales previas? ¡Desde luego! ¿De qué manera, y bajo qué circunstancias? Bajo las que sean necesarias y pertinentes, la sensación de libertad, novedad y el vértigo mismo que traía la caída, también presupone la mejor de las salidas, el hombre trágico, fragmentado y finito ahora es capaz de reinventarse, deemerger entre la oscuridad y el vacío hacia una nueva perspectiva del mundo, uno, visto ahora desde puntos de vista diversos, en donde los categóricos universales se vuelven insostenibles ante lo heterogéneo.

Pero, ¿Qué es aquello que llevó al hombre a buscar más allá de lo que parecía absoluto? Y ¿Cuáles son esas sombras que como oscuras serpientes parecían caminar junto con la posmodernidad? Sería bastante inocente creer que la modernidad, y el pensamiento absoluto de la razón han quedado relegadas de manera contundente (aun en países desarrollados) cuando los mecanismos que la científicidad y sobre todo, nuevos mecanismos económicos y de estado mantienen latente una vertiginosa carrera, es entonces imperante rescatar la que es la principal problemática de esta tesis, la comunicación, como ya se intentó develar en los capítulos anteriores, la comunicación no es un mecanismo sencillo, ni es exclusivo de la humanidad, pero de alguna manera, la comunicación nos ha permitido (como especie) alcanzar o llegar a donde ninguna otra especie en nuestro planeta, esto, nos puede plantear a nosotros mismos como la raza dominante, de la fuerza de los elementos, de los animales, de todo, como humanos, asumimos y presumimos del uso de la comunicación como elemento también dominante, aun la posmodernidad basa alguno de sus elementos en esto, en la hegemonía de la comunicación sobre muchas otras cosas, el conocimiento, para Lyotard, es lo que lleva a su vez a la acumulación de poder, y por consiguiente, a una mayor facilidad para acceder a nuevas percepciones de la realidad a través de nuevos procesos de pensamiento⁵⁹, esta forma de percibir la posmodernidad, en cierto sentido parece someterse a los viejos criterios europeocentristas en donde los países

⁵⁹ FEINMANN, José Pablo. *Filosofía aquí y ahora, Encuentro 13 - Los posmodernos*. Argentina. 2015. Canal Encuentro. Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos de la Argentina. Temporada 2. Capítulo 13. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=pnofX60WP4k>.

desarrollados (Europeos esencialmente) tienen la capacidad de imponerse como hegemónicos sobre el resto del orbe, en cierta medida, el colonialismo intelectual, artístico y cultural a pesar del avance que la posmodernidad significó (si es que así lo fuese) se plantea a sí mismo más voraz, violento y vertiginoso que antes, esto, plantea una dificultad radical para el posmodernismo mismo, pues éste, no se hubiera dado sin la aplastante influencia de la modernidad.

Entender la posmodernidad lleva, de la mano, y de forma latente entender la comunicación, la comunicación como proceso, como ser ontológico, como plataforma, pero sobre todo como cómplice y confidente del mismo quehacer posmoderno, a pesar, de que tal percepción y quehacer intelectual (la posmodernidad) es estudiada como tal, ya hacia finales del siglo XX, el quehacer comunicativo que define a la posmodernidad podemos encontrarlo en antecedentes variados, desde la primera guerra mundial (1914 – 1918) hasta la revolución Rusa (1917).en donde la comunicación adquiere gran relevancia al volverse además de un mecanismo para poner en común un mensaje en específico, la comunicación hace uso de todo su valor connotativo para ayudar a modificar la conciencia y mentalidades de pueblos enteros, aun vez más encontramos ya en pleno siglo XX el poder que un emisor (o grupo político) tiene sobre una audiencia cautiva.

...Las actitudes colectivas son susceptibles de sufrir todo tipo de alteraciones. Pueden romperse ante un ataque intimidatorio violento o desintegrarse debido a la coerción económica. Pueden reafirmarse en la musculosa regulación del taladro. Sin embargo, su realineación y su reordenamiento se producen principalmente bajo el impulso de símbolos significativos; y la técnica de utilizar símbolos significativos para este propósito es la propaganda.⁶⁰

⁶⁰ LASSWELL, Harold. Propaganda Technique in the World War. USA. Ed. Martin Publishing. 2013 p. 112

Harold Lasswell, desde 1927 ya realizaba un estudio sobre la relevancia de la comunicación, y las técnicas de propaganda en el control, dominio y modificación de las actitudes de un pueblo, conceptos que aun en nuestro día, casi un siglo después parecen tan relevantes y vigentes, sobre todo en el constante dominio de los medios, de acuerdo con Lasswell el estado, o los organismos políticos con acceso a la producción masiva de elementos simbólicos y mediáticos tiene la capacidad de ejercer presión sobre los usuarios, pasivos o cautivos que lo lleven o motiven a tomar determinadas decisiones que recaen en su forma de vivir, elecciones de gobernantes o hábitos de consumo, de alguna manera, el boom que tuvieron los medios y diversos canales de comunicación ya, desde el siglo pasado le permitió al estado hacer uso de nuevos mecanismos de control sobre las masas, esto, acompañado además de la incansable sed neoliberal por potenciar el mercado, y alimentado por la naciente globalización, más allá de los batientes tambores de la posmodernidad llevaron a dotar a los medios de un poder hegemónico sobre las conciencias de todo el mundo (o al menos de aquellos quienes tuvieran acceso a la información transmitida por éstos), de nueva cuenta, podemos entender, que de alguna manera la posmodernidad, es y hubiera sido imposible sin el impulso de los medios masivos de información, ya que como la propia posmodernidad pretendía, los medios ayudaron a evidenciar la propia caída de los meta relatos que acompañaban a la humanidad, ahora, los televidentes o el auditorio radiofónico podían escuchar el terror causado por el nazismo a través de sus pantallas o de sus parlantes, tenían la capacidad de darse cuenta, a través de su pantalla de la catástrofe causada por las bombas atómicas de Hiroshima y de Nagasaki, y esto, una vez más motivó al mundo entero a cambiar su manera de ver las cosas, el mundo ya no era gigantesco, era aterrador, era violento, ¿La ventaja? Teníamos la opción de cambiarlo a través de un mando a control remoto.

Los medios entonces, y una vez más se volvieron cómplices de las nuevas formas de pensar, de las nuevas estéticas, y sobre todo, de las nuevas dominaciones culturales, en palabras del pensador norteamericano Fredric Jameson:

No obstante, es precisamente por esto por lo que me parece esencial entender el posmodernismo no como un estilo, sino como una dominante cultural, concepto que incluye la presencia y la coexistencia de una gran cantidad de rasgos muy diversos, pero subordinados.⁶¹

Interpretando a Jameson, quizá podamos entender o dilucidar dos de las principales características de la posmodernidad, por una parte, el fin de los discursos absolutos, y el nacimiento de la multiplicidad de discursos que acompañan a la sociedad contemporánea, por otra parte una concepción que de alguna manera marca la percepción de posmodernidad, tomando ésta no como un movimiento, sino como una respuesta radical y tajante ante la perspectiva científica de la razón en la modernidad, entonces, visto desde esta perspectiva, resulta complejo, pero también evidente entender a la posmodernidad como el “dominante cultural” que impera en los medios (y en la forma de pensar, actuar y consumir por parte de la población) desde la segunda mitad del siglo pasado, para Jameson (Quizá más en su carácter de crítico literario que con algún interés filosófico, o académico) La posmodernidad responde a la aceptación y al alcance que la cultura tiene dentro de la sociedad, entonces, si de alguna manera la posición de la posmodernidad hace que se derrumben los relatos absolutos también potencia el nacimiento de nuevos meta relatos, pero ahora, tomados desde una perspectiva que responde precisamente a la aceptación de las nuevas influencias culturales y de manera preponderante a aquellas expresiones que van en contra de los valores representativos de la modernidad, ahora, en la posmodernidad lo que antes resultaba ofensivo se rescata y restituye, esto tiene un peso dominante en las artes, en donde lo que hasta antes del discurso posmoderno era tomado como lascivo o violento se muestra y evidencia a través de los medios ante los ojos de todas las personas. Los medios entonces se vuelven la plataforma perfecta para mostrar precisamente estos nuevos discursos, como lo diría el propio Jameson:

⁶¹ JAMESON, Fredric. *Ensayos sobre posmodernismo*. Argentina. Ed. Imago Mundi. 1991. p.19

(...) la frenética urgencia económica por producir nuevas líneas de productos de apariencia cada vez más novedosa (desde ropa hasta aviones) a ritmos de renovación cada vez más rápidos, le asigna ahora una función y una posición estructurales esenciales cada vez mayores a la innovación y la experimentación estéticas.⁶²

Es precisamente aquí en donde resuena una de las principales dificultades de la posmodernidad, ya no como discurso, sino como aplicación de dicha forma de pensamiento en la cotidianeidad, los medios, en su propia búsqueda por llamar la atención de las audiencias, hacen propio el discurso posmoderno y lo convierten en material de venta, en aras del desarrollo económico empresarial de los corporativos mediáticos, si, la posmodernidad restituye el valor de las minorías y de los valores que éstas tienen en la propia sociedad, pero a su vez, la posmodernidad, al volverse parte del dominio cultural pre establecido por los medios, catapulta dichas minorías para convertirse en referentes culturales, sociales y desde algún punto de vista valorales sobre la sociedad actual entonces las minorías (que eran descartadas ante la hegemonía de los absolutos) ahora son mostradas en elegantes y luminosos aparadores como objeto de venta.

De acuerdo al propio impulso mediático que la posmodernidad ha alcanzado entonces no nos resulta sorpresivo encontrar en barras programáticas contenidos que normalizan a la misma posmodernidad,

⁶² JAMESON, Fredric. Op. Cit. P. 15

Del vacío a la liquidez.

*¿Cuáles son las raíces que arraigan, qué ramas crecen
en estos pétreos desperdicios? Oh hijo del hombre,
no puedes decirlo ni adivinarlo; tu sólo conoces
un montón de imágenes rotas, donde el sol bate,
y el árbol muerto no cobija, el grillo no consuela
y la piedra seca no da agua rumorosa.*⁶³

De alguna manera, resulta significativo, pero a la vez complejo pensar en Jean-François Lyotard imaginando todo lo que el simple hecho de pensar la “caída de los meta relatos” supondría para la percepción misma del hombre, si bien, la caída de los relatos presupone una nueva concepción de la realidad como se tenía contemplada, ésta, la realidad trae consigo un amplio espectro de posibilidades, para ello, primero debemos de contemplar aquello que Lyotard consideraba como un meta relato, Lyotard en “La condición posmoderna” realiza una dura crítica a la deslegitimación de aquello que supondría la “modernidad” como verdadero, absoluto e irrefutable, el “orden y el progreso” prometidos por la modernidad en realidad nunca se vieron alcanzados, quizá allá algo de eso en la propia naturaleza humana, pero interpretando el propio pensamiento de Lyotard, la modernidad estaba condenada al fracaso, no en un primer momento pensado en el uso de la técnica, sino más bien, por la propia búsqueda del hombre por aquello que aun le hace falta, de alguna manera, la modernidad consolidó el pensamiento antropocentrista absoluto al colocar al hombre en el centro de cualquier conocimiento por causa de la “divina razón”, el hombre, de esta manera fue capaz (ya desde ese entonces) de echar por tierra viejos relatos que ayudaban a explicar la propia realidad, relatos que al menos desde la antigüedad le daban forma al mundo en el que vivimos.

⁶³ ELIOT, T.S. *The waste land*. España. Ed. Círculo de lectores. 2012 p.3

Puede resultar complejo o incluso pretencioso que es la propia modernidad la que sustenta o provoca la caída de la percepción absoluta de la razón, pero al menos, desde el punto de vista perceptual, la modernidad se fue encerrando a sí misma en una pequeña caja de la que le fue imposible salir, de alguna forma, al poner en evidencia a los relatos antiguos (religión, naturalismo, antiguas formas de gobierno) se pone a sí misma dentro de la misma interrogante y dentro de la misma problemática en la que puso al pensamiento fantástico y religioso, al final al hombre siempre le hace falta algo, esto, trae consigo el desgaste de la propia percepción del mundo, como lo menciona el propio Lyotard apenas en la introducción a *La condición posmoderna*:

*En origen, la ciencia está en conflicto con los relatos.*⁶⁴

Pero, resulta interesante (Quizá poco productivo, pero sí muy interesante) preguntarse, ¿Por qué la ciencia está en conflicto con los relatos? ¿Es quizá el hecho de que ambas (los relatos antiguos y la ciencia) busquen las mismas respuestas a través de diferentes métodos? La respuesta quizá en un primer momento sea un rotundo SI, la ciencia descarta por anotonmasia todo aquello que no sea sujeto a comprobarse a través del método científico, es por esto, que todo conocimiento (partiendo desde aquí, ya no cabe lo fantástico) todo lo tiene que medir, medir, comparar, para ajustarse a un modelo esquemático de conocimiento, pero entonces, y una vez más ¿Por qué la ciencia entra en conflicto con los relatos si desde el momento de descartar estos como “conocimiento” dejan de ser importantes para la ciencia misma? Al final, considero que la ciencia no entró en conflicto con los antiguos relatos por el hecho de que no fuera comprobables, sino porque se oponían de manera rotunda a la razón, la razón, no permite el uso de la fe, de las coronadas, de los sentimientos para explicar la realidad, la razón, hace uso de lo comprobable para ajustarse a la realidad, entonces, la razón deja de creer y empieza a comprobar a separar, a dividir con escalpelo a la realidad misma, esta de manera tajante desecha y omite cualquier tipo de situación que vaya más allá

⁶⁴ LYOTARD, Jean-François. *La condición posmoderna*. Argentina. 1991 Ed. R.E.I. p.4

de una perspectiva rígida racional, entonces, la realidad deja de ser realidad y se convierte (una vez más) en una perspectiva, para el mismo Lyotard:

*No es preciso, por tanto, concederle un valor provisional con respecto a la realidad, sino estratégico con respecto a la cuestión planteada.*⁶⁵

Desde esta perspectiva, la realidad entonces deja de ser real, y se convierte en una medida, por lo tanto, la realidad “debe de ser” objetiva, igual, absoluta y sobre todo, irrefutable, lo cual, ya no es poco, esto, por lo tanto anula cualquier vestigio de percepción individual ante la tajante irrefutabilidad de la realidad científica y por lo tanto de la razón, por esto, las construcciones particulares de la realidad son descartadas inclusive antes de ser gestadas.

Dentro, de esta realidad, resulta importante para Lyotard, (al igual que lo fue para Heidegger) la estructura y capacidad del “lenguaje” para estructurar la realidad, mientras para el autor alemán el lenguaje (una acepción que después retomaría Eco al explicar “el símbolo”) la propia nominación de las cosas lleva un ejercicio de apropiación del objeto mismo, pero a la vez, de creación del objeto de acuerdo a su capacidad estructural, para Lyotard, el objeto lingüístico lleva en sí mismo también un aspecto dicotómico, una capacidad connotativa que demuestra la ejecución funcional del objeto en si (para que es, y para que sirve), y un ejercicio denotativo que le permite a los particulares abstraer de dicho objeto aquello que sea requerido para la propia elaboración de su discurso, (más adelante regresaremos a esto) ahora bien, si tanto para Heidegger como Lyotard la propia concepción de la realidad parte de la estructuración lingüística, la realidad se compromete a sí misma en una suerte de “discurso”, de “relato”, lo que momento, tras momento se crea, se destruye y se vuelve a construir en lo que el francés nomina como “Los juegos del lenguaje”, esto resulta relevante desde el momento mismo de la estructuración (al menos discursiva) del mundo, por una parte, el

⁶⁵ LYOTARD. Jean-François. OpCit. P.9

nacimiento de los relatos antiguos que le sirvieron al hombre para poder comprender el mundo que los rodeaba, (las creaciones divinas, las criaturas y figuras fantásticas, las catástrofes naturales como castigo de algún Dios colérico) al llegar la “modernidad” lo que surge entonces es la destrucción o el atentado por destruir aquellos viejos relatos que no pudieran ser explicados por la propia soberbia antropocéntrica, el hombre y su razón, como medida de todas las cosas, debían de ser capaces de explicar, cortar, romper, violar el mundo que los rodea, entonces caen los mitos, las figuras, las divinidades, si Nietzsche ya lo evidenciaba con el “*Dios ha muerto*”, pero de la misma manera en la que el hombre atestaba el golpe final sobre aquellos discursos que explicaban el mundo, también se encontraba a sí mismo divisible y finito, fragmentado, trágico, de alguna manera, 8y una vez más) la concepción y aceptación del “Yo” finito y fragmentado, más allá de la propia capacidad de la razón, deja al hombre en un nuevo estado de búsqueda y resurgimiento.

Si los antiguos relatos le servían al hombre para poder explicar el mundo en el que este se desarrollaba, el relato, el discurso de la modernidad le obligaba a negar dichos relatos para empoderarse sobre todas las cosas del mundo (incluso de las imperceptibles, que al no poder ser comprobadas, eran, simplemente, desechadas), pero a la par, el hombre reduce el mundo, la expansión colonialista de las grandes potencias a partir del siglo XV evidencian el deseo del hombre por conocer, medir y comprobar todo, ahora, los asideros del hombre iban más allá de sus creencias en un alcance que era fruto de sus propias fuerzas, de su propio esfuerzo, esto, de alguna manera provocó que el hombre occidental (europeo en esencia) se enalteciere a sí mismo como el “ser superior” entre el resto de los seres, incluido los “nuevos” y “recién descubiertos” indios, pero ¿Qué permitió la expansión colonial? Quizá principalmente cuatro cosas, la primera, el enriquecimiento de las potencias europeas; la segunda, la mezcla de “discursos” religiosos, la tercera, el resquebrajamiento de la percepción unitaria europea ante la “irrefutable verdad” de que éramos más y por último, algún naciente tipo de globalización, si desde el punto de vista de Jameson.

*¿Cuánto más, entonces, no se verá transformada la subjetividad cuando se abra a las vicisitudes de ese paisaje, más vasto incluso, en que consiste la propia globalización? Ya no estará protegida ni por la familia ni por la región, ni tampoco por la propia nación o identidad nacional, la emergencia del sujeto vulnerable en un mundo de miles de millones de iguales anónimos provocará la llegada de cambios aún más importantes en la nueva realidad humana.*⁶⁶

Si bien, Jameson ubica este pensamiento en el posmodernismo de la década de los sesenta, y sobre todo (apoyándose en Lyotard) en los países desarrollados ¿Acaso al menos este juicio no sería también pertinente para el hombre del siglo XV? El encontrarse a sí mismo ya no único, ya capaz de ser sorprendido por la “inmensidad” del mundo ¿No resquebrajaría también la percepción “moderna” de sí mismo? ¿La solución? Controlarlo o destruirlo todo, volver o convertir a aquellos “nuevos” en aquello en lo que podían parecerse más, animales de trabajo, esclavos, objetos... si bien, la colonización de los territorios americanos por parte de las potencias europeas le permitió a los estados enriquecerse gracias a las materias primas encontradas también es cierto que el europeo se encontró a si mismo enfrentado con la nueva realidad, ya no eran los únicos, nunca habían estado solos, esta pugna, entre el pensamiento subjetivo de autoridad y superioridad empezaría a verse estrellado por la realidad propia de las cosas, nuevos discursos nacerían nuevos relatos.

Siguiendo esta perspectiva, si bien, la colonización enfrenta al europeo del siglo XV con una nueva perspectiva de la realidad, también le demuestra de lo que es capaz, ahora, el europeo era capaz de controlar y de impulsar el desarrollo de occidente en los lugares más diversos, África, Asia, América ahora formaban parte de este creciente espíritu colonizador, de alguna forma, el choque con lo novedoso

⁶⁶ JAMESON, Fredric. *El posmodernismo revisado*. España. 2012. Ed. Abada. p.43

no hizo más que potenciar el alcance de la modernidad, si bien la perspectiva particular de Europa cambiaría quizá en cuanto a la percepción de “lo humano” también es cierto que le permitiría al propio pensamiento posmoderno demostrar de lo que era capaz, el avance de la técnica y de la ciencia era tal que le permitían hacer suyo ese nuevo mundo, y además, crear un “nuevo mundo” más allá del mar, de alguna forma, ese enfrentamiento con la nueva realidad no hizo más que potenciar el desarrollo del pensamiento moderno, ahora bien, ¿De qué manera el pensamiento moderno al terminar con los antiguos relatos da pie a la misma posmodernidad? La modernidad, al igual que su principal referente, la ciencia avanza también a trompicones, ¿Cómo? De alguna manera, la ciencia, al avanzar se legitimiza a si misma ya sea porque es comprobable o por que posee un método que la vuelve casi infalible, la modernidad, más allá de someterse al meta relato utópico del progreso hace uso del mismo método que la ciencia para legitimarse, ‘por lo tanto la modernidad, al volverse una extensión de la técnica y de la razón, hace propio el método para comprobarse a sí misma, pero a la vez, ponerse en tela de juicio buscando, necesariamente, ser comprobada, lo complejo, quizá pueda ser que es esta necesidad de “comprobación” lo que trae consigo un nuevo dilema, el de creer en cualquier tipo de discurso que pretenda explicar la realidad, entonces, de alguna forma podemos navegar entre cuatro discursos que giran en torno a la acción de “creer”, mientras que el hombre en la antigüedad podía regirse bajo un discurso en el que se pudiera explicar un “yo creo”, el hombre de la modernidad anteponía sobre todo el probar la realidad ante la “ciega creencia en las cosas, ahora, el hombre moderno “cree en lo que puede comprobar” esto, acarrea de manera indudable cuestiones epistemológicas fundamentales en la propia capacidad de comprender el mundo, además, de una aplastante nueva percepción ontológica sobre todas las cosas, partiendo principalmente sobre sí mismo, en la propia explicación del hombre, ¿Lo complejo? De nueva cuenta al considerarse al hombre, si bien, durante la época clásica, el sujeto era revisado a partir de su capacidad racional y discursiva “el sujeto para el pensamiento”⁶⁷ en la modernidad, (y sobre todo después de la revolución industrial) el sujeto tendía a ser revisado

⁶⁷ SALAS, Hernán. *Anales de Antropología* Vol. 36. México. 2012. Ed. UNAM. P.179

como “El sujeto para la acción”, esto, de manera rotunda define la posición del hombre, y de su forma de creer y ver las cosas que le rodean.

Transitar del “yo creo” al “yo creo lo que puedo comprobar” a su vez convierte a la realidad en un tubo de ensayo, en un elemento anatómico igual de divisible que cualquier ente biológico, por ello, todo es sujeto a un análisis metódico y puntual, ahora bien, el surgimiento del posmodernismo y de la teoría crítica pone en entredicho aquello que la modernidad había sostenido como recurso discursivo hegemónico, las dos grandes guerras de la primera mitad del siglo XX dejan en evidencia que la utopía del “progreso y la bonanza” propuesta por la modernidad y el maquinismo no eran más que el más grande de los engaños, ahora, el pensamiento crítico pretendía explicar y sobre todo, evidenciar los errores que se habían cometido en nombre de la razón, a la vez, explicar de alguna manera, como el sueño del progreso pretendía esclavizar a la naturaleza, y entre ella, al propio espíritu humano.

En las grandes mutaciones de la civilización occidental, desde la aparición de la religión olímpica hasta el Renacimiento, la Reforma y el ateísmo burgués, cada vez que nuevos pueblos o clases expulsaron más decididamente al mito, el temor a la naturaleza incontrolada y amenazadora, consecuencia de su misma materialización y objetivación, fue degradado a superstición animista, y el dominio de la naturaleza interior y exterior fue convertido en fin absoluto de la vida.⁶⁸

La dificultad que para el hombre moderno debieron de haber significado los relatos antiguos, en cuanto a la capacidad de “creer” lo que estos decían, va más allá de la posible inocencia o ingenuidad en la que la mentalidad del hombre antiguo poseía, para éste, la explicación de la realidad a través de mitos se volvía fundamental, ahora bien, de alguna forma la crítica que Adorno y Horkheimer

⁶⁸ HORKHEIMER, Max, ADORNO, Theodor. *Dialéctica del iluminismo*. Argentina. 1969 Ed. Sur. P.44

realizan a la modernidad cimenta en sí misma una parte fundamental de pensamiento posmoderno, por lo tanto, siguiendo la misma línea, si en los relatos antiguos el hombre decidía “creer”, el hombre moderno “creía en aquello que podía comprobar”, el hombre posmoderno, en la multiplicidad de nuevos discursos, “cree lo que decide creer”.

Pero así la totalidad como tal, la actualización de la razón a ella inmanente, se convierte de modo forzoso en la actualización de lo particular. El dominio se opone a lo singular como universal, igual que la razón en la realidad.⁶⁹

La dificultad de creer en algo en la posmodernidad va de la mano de la multiplicidad de discursos en los que discurre la posibilidad de encontrar la verdad, si por una parte, el hombre moderno se enorgullecía de haber encontrado un método que fuera la medida de todas las cosas, y por lo tanto encerraba la totalidad del conocimiento (y los relatos que partían de él) el hombre posmoderno de alguna forma renegaría de esta homogeneidad, el hombre posmoderno hay no podía creer únicamente en aquello que podía ser demostrado a través del riguroso método científico, ahora, el hombre posmoderno tenía la capacidad de creer en lo que él mismo, de acuerdo a su ideología, a sus capacidades y a su gusto decidiera creer, así las minorías se vuelven fuentes elementales de conocimiento, pero a la vez, al negar el discurso científico deja al hombre sin un asidero fundamental en su propia explicación racional, tanto de la realidad que lo rodea como de sí mismo, ahora el hombre posmoderno no busca un desarrollo heterogéneo y progresista, sino la patente diferenciación del otro, y es precisamente aquí en donde radica la principal dificultad del pensamiento posmoderno, en la propia tragedia del hombre, quien al ser finito y permanecer constantemente fragmentado busca, por todos los medios la complementariedad, ahora bien, mientras el discurso de la modernidad pretendía unir los fragmentos de humanidad con base en el progreso y el desarrollo a través de la acción, la posmodernidad abandona a la propia humanidad dentro de

⁶⁹ HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodore. Op.Cit. p.21

su entropía, ahora, el mundo se vuelve una vez más, el erebo, el caos primigenio del cual el hombre busca surgir, si no ya renacido y glorioso, al menos con una nueva explicación de sí mismo.

La dificultad ontológica y epistemológica del “Yo creo, lo que decido creer” abre un amplio abanico discursivo que la posmodernidad más allá de ofrecer una solución (como en su momento lo haría la modernidad) busca precisamente esto, dejar al hombre sumido en el caos, sin explicación alguna, el hombre del siglo XX, sobre todo después de la reestructuración europea posterior a la Segunda Guerra Mundial busca, dentro de propio caos en el que había quedado la humanidad, enaltecer aquellos valores que le permitieran al hombre encontrar un nuevo camino, lo peligroso, es la nominación y aceptación del mero concepto de “lo posmoderno”, más aun cuando la posmodernidad hace uso del mecanismo tecnológico que quizá sea el más referente en nuestros días, como lo enuncia Gianni Vattimo:

Hoy día se habla mucho de posmodernidad (...) Con todo, yo sostengo que el término posmoderno sigue teniendo un sentido, y que este sentido está ligado al hecho de que la sociedad en que vivimos es una sociedad de la comunicación generalizada, la sociedad de los medios de comunicación (“más media”).⁷⁰

La conceptualización que Vattimo hace acerca de la posmodernidad nos marca el referente para dos cosas, la primera, como el autor italiano lo afirma: “*hablamos de posmoderno porque consideramos que, en algún aspecto suyo esencial, la modernidad ha concluido*”⁷¹ y en una segunda instancia, la importancia que los medios masivos de información tienen dentro de la propia conceptualización y desarrollo del hombre posmoderno, haciendo evidente que son ahora las minorías las que se vuelven parte de los mismos discursos formativos de la mentalidad y del

⁷⁰ VATTIMO, Gianni. *En torno a la posmodernidad*. España. 2003. Ed. Anthropos. p.13

⁷¹ VATTIMO, Gianni. Op.Cit. p.13

amplio abanico de posibilidades epistemológicas de las nuevas percepciones del hombre.

El problema, al relacionar cuestiones como “ontología”, “epistemología” e incluso “filosofía” con los medios (por que de manera obligatoria se desarrolla así en la posmodernidad) es precisamente entender cuáles son los usos y las gratificaciones que las audiencias, es decir, el hombre hace de los mismos, por lo que debemos de entender principalmente el desarrollo de los medios masivos como lo que son, empresas, corporativos que buscan aquello que une aun en nuestros días todas las perspectivas de la humanidad, el poder, los medios, más allá de ser entes informativos y comunicacionales, son también fuentes de poder, poder económico, poder político, poder público y aún más en nuestros días, poder formativo, entonces, al relacionar la nueva perspectiva de nuestra realidad con estas “corporaciones mediáticas” lo que resulta es una concepción de la realidad que está íntimamente ligada con la percepción de poder y sobre todo, el poder que encontramos en el consumo, ya que el hombre posmoderno, al saberse abandonado y fragmentado (como se expone párrafos arriba) busca por todos los medios encontrar aquello que lo complete, y el consumo, la posesión (de productos, servicios, poder, etc.) se vuelve el asidero más “a mano” para encontrarse a sí mismo en un mundo que ya no nos pertenece, de esta manera, al final transitamos nuevamente del “yo creo” de las minorías, a un “yo creo” poderoso, y fundamentalmente buscando la obtención de influencia y poder (permitido por los medios), entonces, la acción miasma de “creer” se vuelve una cuestión también de poder, y por lo tanto de posesión ahora, ya no es solamente el “yo creo en lo que decido creer” sino “yo creo en lo que puedo poseer” los medios, en la posmodernidad de esta manera facultan al hombre mismo (y por ende a los medios mismos) a crear o legitimizar estos nuevos discursos en pro del mercado, el cual, disfrazado en la piel de la “información” faculta a los contenidos que tengan mayores posibilidades en cuanto a niveles de audiencia a volverse contenidos legítimos e informativos, ahora bien, como se menciona anteriormente, el ligar (necesariamente) cuestiones formativas con los medios masivos de información

justifican los nuevos contenidos en búsqueda de la justificación de estos dentro del marco de la propia sociedad, ¿Lo complejo? La misma multiplicidad de discursos:

*En la actualidad, las pautas y configuraciones ya no están “determinadas”, y no resultan “autoevidentes” de ningún modo; hay demasiadas, chocan entre sí y sus mandatos se contradicen, de manera que cada una de esas pautas y configuraciones ha sido despojada de su poder coercitivo o estimulante.*⁷²

Desde el punto de vista del sociólogo polaco Zygmunt Bauman, esta nueva “modernidad”, o como él la nombra “modernidad líquida” responde al nacimiento de una segunda modernidad, en donde ahora, el hombre toma las condiciones propias de un líquido es maleable, adaptable a la forma de aquello que lo contiene, y sobre todo, fluye, en esta concepción ideológica e intelectual que podríamos llamar “teoría de la liquidez” Bauman estudia precisamente este comportamiento líquido en la concepción del nuevo hombre, desde el punto de vista del autor, a partir del nacimiento de la “segunda modernidad” el hombre no posee una forma intelectual rígida, ya que coincide con Vattimo en la influencia de los medios masivos en la nueva concepción y creación intelectual del hombre, ahora, los medios se vuelven la mayor fuente de información y educación de las nuevas generaciones, por lo que éstas (maleables) se comportan de acuerdo a los mensajes transmitidos a través de los medios, quienes hacen las veces de elemento contenedor de ideologías e incluso de movimientos sociales, los medios entonces se vuelven la malla capaz de cernir la mentalidad del nuevo hombre, ¿Lo complejo? el nacimiento y explotación de las redes sociales como mecanismo de información y consumo, lo cual, desde el punto de vista del filósofo coreano Byung-Chul Han trae consigo una nueva manera de legitimizar los procesos hegemónicos y violentos por parte de la sociedad, ya que los medios, al ser de carácter público legitimizan los mensajes enviados a través de la aceptación por parte de la audiencia, pero también la

⁷² BAUMAN, Zygmunt. *Modernidad líquida*. México. 2015. Ed. Fondo de Cultura Económica. P.12

“transparencia” que le brindan los propios medios, de esta manera como lo dice Han, nace una nueva sociedad, una sociedad transparente que busca por cualquier mecanismo la limpieza y visibilidad en todos los procesos, los medios, permiten precisamente eso, ahora, la sociedad puede revisarse desde todas las perspectivas, todos los ángulos.

*Las cosas se hacen transparentes cuando abandonan cualquier negatividad, cuando se alisan y allanan, cuando se insertan sin resistencia en el torrente liso del capital, la comunicación y la información. Las acciones se tornan transparentes cuando se hacen operacionales, cuando se someten a los procesos de cálculo, dirección y control. El tiempo se convierte en transparente cuando se nivela como la sucesión de un presente disponible.*⁷³

Esta nueva sociedad, la que Byung-Chul Han ha denominado “sociedad transparente” busca encontrar los procesos legítimos para justificar su propia existencia, sus propias perspectivas, y encuentra precisamente en el consumo de los medios masivos de información la manera óptima para hacerlo, además, aumentado por la velocidad que la globalización le permite a los medios, junto con la capacidad de volverse a sí mismo un contenido comunicativo, trae consigo el apalancamiento potenciado del consumo, por lo que brincar, desde el “yo creo” del hombre antiguo, hasta el “yo creo lo que puedo poseer” del hombre de estas nuevas “modernidades”, ya sea a través de la liquidez, de la transparencia o del deseo de emanciparse de la influencia del progreso, al final, todo lleva a la constante búsqueda individual por encontrar nuestra humanidad a como dé lugar.

Sin duda, en la búsqueda de la percepción de la humanidad, y sobre todo en la articulación, entendimiento y creación de la humanidad en la posmodernidad y en las “modernidades” posteriores la concepción de la “humanidad líquida” es el

⁷³ HAN, Byung-Chul. *La sociedad de la transparencia*. México.2013. Ed. Herder. p.11

resultado (si no progresista o evolutivo, si al menos aditivo) de la propia percepción del hombre en sí.

De la sociedad disciplinaria a la sociedad pornográfica

Sin duda alguna, como lo menciona el autor francés Gilles Deleuze la cumbre de la sociedad disciplinaria tal como lo plantea su compatriota y amigo Michel Foucault se da en la primera veintena del siglo XX, cuando el hombre, ya capaz de controlar el cuerpo y el espíritu de aquellos quienes atentan en contra del control preestablecido y censado de la sociedad toca el punto más alto de aquello que Foucault llamaría la “ortopedia social”, el hombre del siglo XX ya disponía de la experiencia de cuatro siglos de control y castigo sobre aquellos que eran “condenados” a vivir entre rejas, entre el más extremo control social, de alguna manera, el hombre aprendió a hacer uso de aquellos mecanismos que determinaban todas y cada una de las microfísicas del poder para domesticar el espíritu de aquellos que se salían de lo natural, de lo normal. En cierta medida, la concepción controladora, esquemática, vertical y cuantitativa del control, de la sociedad disciplinaria postulada por Foucault en *Vigilar y castigar* parece chocar de manera frontal con la concepción posmoderna del espíritu humano, ya lastimada por la crítica realizada por Adorno y Horkheimer, en la actualidad pareciera que se posee una perspectiva muy diferente de la capacidad controladora del sistema, pero ¿Cuánto de ello es verdad? ¿Cuánto de la sociedad del control ha sido registrado como herencia en las sociedades posmodernas? ¿Qué hay más allá de la apuesta posmoderna por la destrucción de las estructuras y de la caída de los meta relatos? ¿Cuáles son los mecanismos que vuelven el panóptico en el Gran Hermano?

De alguna manera, Foucault encuentra una contradicción, y una dicotomía en las “tecnologías de control” que representan las herramientas de adiestramiento potenciadas en el siglo XIX y glorificadas en el XX, al explicar, como, al hombre “Contemporáneo y posmoderno” le avergonzaban las cárceles y nosocomios psiquiátricos del siglo XVI, pero sobre todo busca encontrar algún hilo de continuidad entre las dinámicas del poder y del control, aun anteriores a la

modernidad, y como éstas todavía tienen algún reflejo en la forma en la que se ejerce el poder en las sociedades contemporáneas.

*A los que roban se los encarcela; a los que violan se los encarcela; a los que matan, también. ¿De dónde viene esta extraña práctica y el curioso proyecto de encerrar para corregir, que traen consigo los Códigos penales de la época moderna? ¿Una vieja herencia de las mazmorras de la Edad Media? Más bien una tecnología nueva: el desarrollo, del siglo XVI al XIX, de un verdadero conjunto de procedimientos para dividir en zonas, controlar, medir, encauzar a los individuos y hacerlos a la vez "dóciles y útiles".*⁷⁴

Desde este punto de vista, la necesidad controladora, disciplinaria, y por lo tanto institucional que determina la forma de vivir de la sociedad contemporánea se fundamenta en la necesidad del propio control y sobre todo, se potencia con la capacidad que le brinda la tecnología, entonces, se pueden volver más claras las respuestas a tantas preguntas sobre el vacío o la orfandad en la que nos deja la posmodernidad, si bien es cierto, el nacimiento del discurso posmoderno deja al hombre y a su posicionamiento con respecto a su realidad, e incluso consigo mismo en un vacío, también es cierto que deja abierta la puerta para que sean nuevos discursos, y por lo tanto, nuevas tecnologías, las que tengan la capacidad de llenar dicho vacío, como mencionamos en puntos anteriores, el hombre, al formarse como un ser roto y fragmentado, de alguna manera busca la complementariedad que pueda fundamentar o explicar su existencia en mecanismos que le sean, desde cierto punto de vista, funcionales y satisfactorios, es aquí, como menciona Foucault en donde entra la técnica y la ciencia a posicionarse nuevamente. De cierta forma, quizás Foucault no haya pretendido pre visualizar esta complicada variante sobre la técnica, pero al igual que lo hace Lyotard en el 79 Foucault desgaja el discurso del poder, como posteriormente evidenciaría Han en uno de sus primeros textos, "Sobre

⁷⁴ FOUCAULT, Michel, *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. México. Ed. Siglo XXI. 2009 p.5

el poder”, en cierta medida, Foucault modifica la dinámica y la percepción del poder, cambiando de un poder negativista y prohibitivo hacia la peligrosa visión de la positividad y del “SI” rotundo en el que se entrona el poder dentro de la posmodernidad, y es precisamente en este cambio en la dinámica y en la percepción del poder en donde se deposita la mayor dificultad para la pretensión de control en la posmodernidad, Foucault evidencia el control, y explica, desde su discurso el abrumador y aplastante poder que la técnica posee sobre el espíritu humano, esto dentro del discurso posmoderno vuelve evidente la incapacidad de las dinámicas del poder dentro de una era “mediatizada” ¿Por qué? Precisamente por la capacidad mediática de volver evidentes las dinámicas del poder, y siguiendo esta línea ya señalada por el autor francés, ante el abrumador control de la técnica, el hombre, fragmentado, roto, pero sobre todo, sensible, volteá la vista hacia otro lado al volverse evidente el aspecto negativista de las dinámicas que el poder ejerce sobre si, entonces, los medios, al mostrar dichas dinámicas traducen la realidad que a ojos cerrados se aceptaban.

Ante el vacío que deja la caída de los discursos de la técnica y la modernidad, los medios se volvieron la forma en la que el hombre (jurado, víctima y victimario de su propia realidad) hace uso del panóptico por excelencia, y a su vez, como menciona Baudrillard, esto evidencia la caída y desaparición del propio panóptico.

El ojo de la TV ya no es la fuente de una mirada absoluta y, por otra parte, el ideal de control ya no es el de la transparencia. Éste presupone todavía un espacio objetivo (el del Renacimiento) y la todopoderosidad de una mirada despótica. Se trata aún, si no de un sistema de contención, por lo menos de un sistema cuadriculado. Más sutil, pero siempre en exteriores, jugando con la oposición del ver y del ser visto, incluso en el caso de que pueda ser ciego el punto focal del panóptico.⁷⁵.

⁷⁵ BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. España. Ed. Kairos. 1978. p.56

Baudrillard, de cierta manera, evidencia la dificultad que los medios (sobre todo los audiovisuales) traen a la forma en la que el hombre “traduce” e “interpreta” su realidad, el nacimiento de la TV trae consigo una nueva manera de ver el mundo, sobre todo una forma que va ligada a la legitimidad de la información transmitida, ya que al tratarse de mensajes enviados y recibidos a través de dos canales (el oído y la vista) adquiere un carácter veraz que legitimiza lo que el observador ve y escucha, por lo tanto, la información y la forma en la que entendemos y observamos la misma se vuelve una nueva perspectiva, pero a la vez, un nuevo canal, un nuevo emisor y nuevas maneras de observarse, ahora, el panóptico de Foucault se vuelve muchos panópticos, tantos como aparatos receptores se tengan, si en cierta medida, el dispositivo de control volvía evidentes y objetivos los mensajes enviados el alcance propio de los medios vuelve complicada la percepción objetiva de la información, ya que los contextos de los nuevos usuarios dificultan la asimilación exacta de la información transmitida, esto, desde luego visto en un primer momento, el instante mismo en el que la información es transmitida, pero la nueva perspectiva de la realidad a través de los medios se vuelve aún más complicado en la posmodernidad, ya que el número de receptores aumenta al dividirse la audiencia, pero a su vez, el número de emisores crece, al voltear ahora las cámaras televisivas, los parlantes y cinematógrafos hacia las minorías que la modernidad mantenía ocultas, esto, representa el nacimiento de un nuevo tipo de panóptico desde el punto de vista de Byun-Chul Han:

*El panóptico digital funciona sin ninguna óptica perspectivista. Esto constituye su eficiencia. La iluminación no perspectivista es más eficaz que la vigilancia perspectivista, porque puede producirse desde todos los lados, desde todas partes; es más, desde cada una de ellas.*⁷⁶

⁷⁶ HAN, Byun-Chul. *La sociedad de la transparencia*. México. Ed. Herder. 2013 p.88

Byun-Chul Han se apoya en la tesis de Baudrillard en donde el panóptico (Como lo percibe Bentham, e incluso como lo explica Foucault) deja de existir, pero Han da un paso adelante al darse cuenta que con el nacimiento de la era digital, el panóptico se vuelve más que necesario, casi obligatorio, además, Han hace referencia a la nueva perspectiva de la modernidad expuesta por Lipovetsky al rescatar la “hipermodernidad” destinada al vacío provocado por la velocidad y la inmediatez, esto, abandona la propia conciencia de la perspectiva en un nuevo desierto en donde el control ya no es ejercido desde un solo punto de vista, sino que al mantenerse constantemente motivado desde diferentes perceptores, se pierde la perspectiva del propio control y sobre todo, motiva al ejercicio del poder individual que la transmisión de mensajes digitales, la inmediatez con los que estos son recibidos permiten, por lo tanto, no somos testigos de la muerte de la sociedad disciplinaria, sino confidentes y víctimas de la metamorfosis que esta sufre ante la influencia de los millones de ojos que se posan sobre si, es así como Han visualiza el nacimiento de una nueva sociedad, la “sociedad de la transparencia”, una humanidad que se vuelve cristalina en mensajes, pero con la característica de volverse amo y esclavo de su propia máscara, para Han, esta transparencia que caracteriza a la nueva humanidad es motivada por la constante sensación de observación, el hombre, transparente, ya no es un hombre aislado, su perspectiva del “yo” es pre visualizada, desde cierto punto de vista “producida” como se producen los contenidos mediáticos, pensándose en una audiencia que se vuelve un público potencial, es aquí en donde radica una de las principales complicaciones de la sociedad transparente, ésta trae consigo una visión totalitaria de control sobre los contenidos (máscaras, personalidades, posturas), pero a su vez, motiva todos y cada uno de estos, es decir a cada persona como productora de sus propios contenidos mediáticos, pero también una nueva escala de valores que nacen en la funcionalidad y en el rendimiento.

Esta complicidad, la de volver evidente el rendimiento individual cambia de manera radical la perspectiva que hasta antes de la transparencia poseíamos, anterior a esto, el poder era esencialmente prohibitivo, la perspectiva disciplinar se ejercía de manera vertical y contundente sobre la conducta individual desde una

perspectiva negativista ya que el “deber ser” se volvía una barrera infranqueable de normalización de las acciones y pensamientos, en la perspectiva transparente de la sociedad, el poder (Como también lo maneja Foucault) no se ejerce ni se conceptualiza desde la perspectiva del NO, sino que el poder, busca esencialmente los mecanismos para convertirse en un SI, lo cual, se evidencia precisamente en los medios, y sobre todo en los contenidos que son transmitidos a través de los mismos. La sociedad transparente nos vuelve testigos a todos quienes tenemos acceso a los contenidos mediáticos, ahora, los contenidos audiovisuales (como ya lo explicamos en líneas anteriores) se legitimizan a sí mismos por el hecho de ser contenidos multimediáticos, a su vez, dichos contenidos adquieren mayor validez al ser consumidos por la audiencia, es precisamente aquí, en donde para Han, nace la “sociedad pornográfica”, una sociedad sobre estimulada, sobre mediática, expuesta y explotada:

En la sociedad expuesta, cada sujeto es su propio objeto de publicidad. Todo se mide en su valor de exposición. La sociedad expuesta es una sociedad pornográfica. Todo está vuelto hacia fuera, descubierto, despojado, desvestido y expuesto. El exceso de exposición hace de todo una mercancía.⁷⁷

Aquí nace una nueva dificultad en la perspectiva de Han, ya que se ejercen dos polos que tiran con fuerza la propia percepción mediática del YO, por un lado, el Yo inmediato que se enriquece de la facilidad que los canales digitales le proporcionan y por lo tanto, pierde la perspectiva “real” de la distancia, y del tiempo y por otro lado, lo convierten a sí mismo en un objeto mediático que necesita producirse y transmutarse a sí mismo en aras de un público mayor, por lo tanto, Han deja en evidencia a la sociedad pornográfica como la sociedad de la “auto explotación” en donde el hombre, se exige a si mismo imponerse una escala de valores para ser aceptado por un público mayor, entonces, de alguna manera el YO deja de ser tal

⁷⁷ HAN, Byun-Chul Op.Cit. p.29

para convertirse necesariamente en un TÚ, pero en esta nueva perspectiva del otro, como ser mediático, legitimizamos aquello que desde los diversos canales informativos nos llega, entonces, desde esta perspectiva, el yo, adquiere valor únicamente mediante la percepción del otro, y éste a su vez proporciona una nueva escala de valores al contenido recibido, ahora el otro, el público, la audiencia, es quien evalúa y exige los contenidos transmitidos, esto, le proporciona un valor agregado a los contenidos emitidos y recibidos, ya que más allá de simplemente transmitirse, son aceptados y avalados por la audiencia, entonces, los medios como canales de transmisión de información se vuelven, desde este punto de vista, un menú a la carta para la audiencia, quien busca ejercer su “derecho” de acceso libre a la información mediante el consumo de contenidos que cumplan con sus propios requerimientos y satisfactores, es por esto que la sociedad transparente necesariamente busca el SI en vez del NO disciplinar, ya que los contenidos recibidos son exigidos por determinado público específico, es así, mediante la transparencia, como se obtiene un verdadero y legítimo valor.

Tomando como referencia el discurso posmoderno evidenciado por Lyotard, Han comprende la deriva que el pensamiento moderno ha dejado como impronta en la perspectiva posmoderna en la que la disciplina, y por tanto, el control impuesto por las dinámicas de poder cambian hacia un control auto impuesto, en donde la negatividad cambia necesariamente en la positividad, y por tanto, en la aceptación, lo cual, a su vez sería imposible de suponer o pensar si no fuera a través de los medios masivo de información que instante tras instante produce nuevos mensajes, que nuevamente se vuelven objetos a ser avalados por parte de la audiencia, y ésta, a su vez antepone una escala de valores auto impuestos por la exigencia ideológica que la contemporaneidad ha dejado sobre sí misma, esto obliga, a los contenidos mediáticos (en los que ya se encuentra de manera inherente el YO) a ser puestos en tela de juicio con respecto a dicha escala de valores, y es tal, que la sociedad, al mantenerse sujeta y auto explotada debido a la propia exigencia demostrativa de un yo FELIZ y EXITOSO cae en lo que Han llamaría la sociedad del cansancio, esto, entendido desde la perspectiva de la

sociedad pornográfica trae consigo la caída de los mecanismos satisfactorios que se anteponían a cualquier escala de valores, Han lo menciona de manera contundente como la muerte de lo “erótico” y es precisamente, en una sociedad transparente como para el surcoreano siguen cayendo los velos que escondían aquello que mantenía al hombre en una eterna búsqueda, quizá por el conocimiento, quizá por la complementariedad, pero entendiendo al hombre, como un ser fragmentado, es precisamente la búsqueda por su o sus complementos lo que podría explicar nuestra propia naturaleza humana, por lo tanto, serían precisamente los “velos” que la realidad había tenido para con nosotros lo que en cierta medida nos mantenía buscando aquello que echábamos en falta, para Han, la inmediatez, la transparencia y la auto explotación devela todo aquello que permanecía oculto detrás de los velos de la “realidad” y es mostrado a través de los cristales mediáticos en los cuales nosotros mismos no encontramos sujetos.

Para Han, la caída del sujeto disciplinario, en un sujeto auto regulado trae consigo el desgaste propio de la percepción de sí mismo, ya que el hombre, transparente, se muestra a si mismo evidente y “sin tapujos” pero al mismo tiempo, influenciado por la “sociedad del rendimiento, en donde el ser transparente se compara a si mismo con las estructuras ideológicas de la sociedad en donde se desenvuelve, este nuevo ser, mediático, es víctima de nuevos paradigmas sociales y mediáticos que en cierta medida se anteponen a la propia y personal percepción de sí mismo, es por esto, que para el autor surcoreano, la influencia y la apertura de los medios masivos de información se vuelven indispensables para la formación de nuevos entes contemporáneos, ya no posmodernos, sino transparentes y víctimas de su propio tiempo, esto, resulta revelador y a la vez preocupante en el proceso del nacimiento de una nueva sociedad dirigida mediáticamente, ya que la influencia de los medios crea una perspectiva informativa diferente a la determinada por un régimen disciplinario, dividiendo a éste, en dos partes, no supeditadas una a la otra, más bien mezcladas, una, quizá la más evidente, la que empuja la necesidad de transparencia de una “sociedad media” o “sociedad de la información”, la otra, una sociedad positiva.

Las cosas se hacen transparentes cuando abandonan cualquier negatividad, cuando se alisan y allanan, cuando se insertan sin resistencia en el torrente liso del capital, la comunicación y la información. Las acciones se tornan transparentes cuando se hacen operacionales, cuando se someten a los procesos de cálculo, dirección y control.⁷⁸

En el párrafo anterior, podemos visualizar dos características propias en el pensamiento de Han, la primera, la percepción del nacimiento de la sociedad positiva en contraparte a la sociedad negativa impuesta por la percepción disciplinaria; la segunda característica, la sensación de vértigo al buscar o pretender evidenciar como el pensamiento posmoderno se ve rebasado y hasta humillado por el nacimiento y la búsqueda de una nueva sociedad, una que hace uso de la ciencia y de la técnica como estandarte para la creación, sobre todo, de la influencia de los medios de información, así como las nuevas herramientas de “comunicación”, esto, sigue siendo quizá el principal hilo de Ariadna para entender a la nueva humanidad, retomando la percepción trágica, en la que a pesar del avance (y de la caída) del discurso avasallador de la ciencia y de la técnica y a pesar también, de la evidente dificultad del discurso posmoderno, quizá sea la comunicación el eslabón faltante (o sobrante) para la nueva humanidad.

Ahora bien, para entender de manera más clara el pensamiento positivista y transparente en el cual nos deposita la sociedad de la información, debemos de entender cómo funciona la comunicación y los medios, (no ahondaremos en ello ya que esto se explica en el capítulo primero y capítulo segundo de la presente investigación) pero caben destacar dos puntos importantes que de alguna manera, a pesar de ser evidentes para cualquier proceso comunicativo, parecen ser pasados por alto en la actualidad. Como ya vimos, para Han, al dejar detrás la sociedad disciplinaria (sociedad de la negatividad) caemos en una sociedad

⁷⁸ HAN, Byun-Chul Op.Cit. p.12

transparente, y por tanto, pornográfica (sociedad positiva), esto, trae consigo nuevos estándares para entender la humanidad, por una parte, la negatividad disciplinaria nos volvía parte (evidente) de una colectividad en donde aquellos que buscaban algo más allá de las paredes verticales del poder autoritario del NO, eran encerrados, esto, se contrapone con una visión actual, contemporánea, y en cierta medida, aun posmoderna, la de la perspectiva positiva de las cosas, la caída del discurso científico (sujeto a leyes naturales, físicas, químicas e incluso cuánticas) da pie al nacimiento de nuevas respuestas, algunas contestatarias (¿Y porque NO?) algunas quizá menos radicales, pero con el mismo peso ideológico que las primeras (¿Y qué tal si no?), esto, aun complicado de poder ver entre los hilos del tejido de la técnica dio pie, SI, a la posmodernidad, en donde el poder avasallador de las minorías se antepuso al poder de la colectividad, pero por otra parte, esta nueva capacidad de entender el SI como una característica necesaria para el nacimiento de una nueva propuesta social da pie a la ruptura radical con el NO, de esta forma, podemos entender entonces, al pensamiento hipermoderno, como un salto que da la modernidad, a pesar de la posmodernidad, incluso potenciado por ésta, ya que la posmodernidad, la crítica al iluminismo al rasgar el tejido social construido por la técnica deposita, en cada retazo características propias, que a su vez, (desde el punto de vista del mercado) se convierten en necesidades, y cada una de ellas, busca ser satisfecha, eterna fractura y maldición del hombre.

Ahora bien, quizá, la mayor problemática de una perspectiva posmoderna, dentro de la sociedad transparente sean dos cosas radicalmente fundamentales para la filosofía y para la comunicación contemporánea, el escepticismo y la hegemonía de la totalidad, de cierta forma, revisadas ambas por el filósofo italiano Emanuele Severino, en donde apunta sobre la totalidad en la sociedad actual:

La filosofía deja de ser «metafísica, se lleva más allá de la experiencia para establecer los confines de la totalidad del ser— y se quiebra en una pluralidad de teorías particulares,

*psicología, lógica, sociología, reflexión crítica sobre las diferentes formas de la ciencia moderna, historiografía. Del tronco de la filosofía se separan las llamadas «ciencias del hombre», y la filosofía va perdiendo cada vez más su carácter específico.*⁷⁹

Partiendo desde el punto de vista de Severino, podemos entonces entender, (como también lo evidencia Lyotard), que la caída, el desgaste o desgarre de los meta relatos de progreso y éxito caen en el escepticismo sobre éstos, y si dudamos de aquello que nos servía como piso metafísico, alegórico, incluso espiritual ¿En qué carajos vamos a creer? ¿De dónde vamos a colgar nuestra humanidad? La respuesta a estas dudas, desde luego no es sencilla, y quizá, aun no encontramos la respuesta, pero lo evidente es que ante la ruptura de la percepción de nosotros mismos frente al discurso moderno, la humanidad (Como colectividad), se fractura también, se divide en pequeños grupos de acuerdo a intereses particulares se forman pequeñas y nuevas colectividades, cada una de éstas, con una escala de valores diferente a la otra, con diferentes perspectivas, al final nuevas maneras de percibir nuestra propia humanidad, ahora bien, ante el nacimiento de cada grupo, de cada célula en una sociedad transparente surge la necesidad de satisfacer las exigencias de cada grupo, así, los medios masivos de información en la actualidad hacen las veces de muestrario de contenidos mediáticos estructurados para satisfacer a cada grupo, entonces, la labor informativa adquiere un carácter aún más complejo, al buscar estructurarse para ser recibido por un “mayor” número de personas, pero a la vez, los medios se vuelven la mayor evidencia de los mecanismos de hegemonización de los cuales aún disponen los mecanismos de poder como el estado, ya que al buscar “crear contenidos” mediáticos para “la mayoría” se hacen éstos de diferentes tipos de públicos que al final, caen en nichos de mercado, de esta forma encontramos que a pesar, de que cada grupo posee características particulares que buscan diferenciarlos de los grupos aledaños, también es cierto, que el medio, ejerce influencia para crear o depositar e éstos

⁷⁹ SEVERINO, Emanuelle. *La filosofía contemporánea*. España. Ed. Ariel. 1987 p.23

características similares que faciliten la introducción de tales o cuales contenidos, ante lo cual, los medios masivos de información se vuelven el nuevo panóptico y escala de medición de la sociedad, ya que a la larga (y muy a pesar de quienes pretendan quitarle responsabilidad mediática a las audiencias) quienes consumen un medio, o un contenido son los elementos de cada sociedad.

Ante la creciente preocupación de los mecanismos de poder sobre la responsabilidad mediática de la audiencia (o del medio) en la información y culturización, surge, de nueva cuenta, la transparencia. Para el público, los medios son el cristal mediante el cual son informados de aquello que acontece a su alrededor, por lo tanto, la información transmitida a través de estos se valida a sí misma, por lo que el público receptor de los contenidos enviados legitimiza la información recibida, esto, en la sociedad pornográfica vuelve a la audiencia, a los públicos el ente más activo en el proceso comunicativo contemporáneo, ya que el medio (emisor) se justifica a si mismo (y a los contenidos transmitidos) en el consumo de la audiencia, es así como la transparencia de la sociedad transita precisamente en la pornografía, que si bien, busca el erotismo (o lo promueve) no busca necesariamente lo sexual, sino más bien motivar el morbo del público como lo hacían los pasquines amarillistas, de esta manera, la sociedad pornográfica y transparente actual, se vuelve adicta a la información, (veraz o no) recibida de la infinidad de medios a su disposición, esto, la transmisión y recepción de datos e información, como en cualquier adicción crea dependencia por parte del usuario, por lo que busca influencias mediáticas que logren satisfacer sus necesidades, por lo que busca contenidos mediáticos cada vez más violentos, más veraces y fieles, cada vez más “pornográficamente transparentes” esto resulta un problema latente en la percepción de la comunicación en la actualidad, en donde se abre el debate de la propia influencia y “culturización” de los medios sobre la cultura individual (o particular dentro de los mismos grupos), quizá la perspectiva más notoria sea la de culpar a los medios por permitir la emisión de contenidos que atentan en contra de “lo política o moralmente correcto), pero no podemos dejar de lado, que quien

consume el medio, es quien legitima su contenido, en palabras del filósofo canadiense Steven Pinker:

Quienes confían en que una prohibición de las explicaciones biológicas podría recuperar la responsabilidad personal son quienes más se van a desengañar. Los pretextos más risibles para explicar la mala conducta en las décadas recientes no han surgido del determinismo biológico, sino del determinismo medioambiental: la excusa de los malos tratos, la defensa Twinkie⁸⁰, la furia ciega, el veneno de la pornografía, la enfermedad social, la violencia de los medios de comunicación, las letras de las canciones y otras costumbres culturales.⁸¹

Irónicamente, a lo que pudiera parecer, la exaltación de los contenidos mediáticos y el escalamiento de los mismos debido al consumo de los usuarios deriva en una sociedad no necesariamente más informada, pero si mayoritariamente insensible, en contraposición a las reacciones a *L'arrivée d'un train á la Ciotat* de Louis Lumiere ahora es normal encontrar en horarios premium y familiares teledramas cargados de violencia y sexualidad, de alguna manera, la sociedad de la transparencia se vuelve a la vez una sociedad de la normalización, una sociedad cotidianamente pornográfica.

⁸⁰ Defensa del asesino Dan White en su juicio, al ser acusado de asesinar al concejal y al alcalde de San Francisco en 1978, cuando su abogado adujo como circunstancia exculpatoria que su cliente (White), antes de cometer el presunto delito, se habían atiborrado de galletas twinkie, muy azucaradas.

⁸¹ PINKER, Steven. *La tabla rasa*. España. Ed. Grupo Planeta. p.65

El encadenamiento de Eros (La lápida del Ágape).

El amor es lo único que somos capaces de percibir que trasciende las dimensiones del tiempo y del espacio (...) El amor no es algo que hayamos inventado, es observable, poderoso... Tiene que significar algo.⁸²

Dentro del panteón griego, antes de todo, existe el Caos⁸³, éste, lo contenía todo, de éste, surge la tierra “de anchos caminos”, con ella, el tártaro y a la par, Eros, “El más hermoso” en palabras de Hesíodo:

(...) El más hermoso entre los Dioses Inmortales, que rompe las fuerzas, y que de todos los Dioses y de todos los hombres domina la inteligencia y la sabiduría en sus pechos.⁸⁴

Eros, quien como dios primigenio es el encargado de unir, de dominar al resto de los dioses mediante su influjo, representa la fuerza total y latente de la atracción, ésta, capaz de unirlo todo, proporciona el terreno para que la creación se lleve a cabo, de alguna manera, este “amor primigenio” se representa a sí mismo como la que también sea la primera, y principal de las necesidades, la unión en búsqueda de la totalidad, de la narración clásica podemos rescatar que de alguna manera, Eros, el amor total y primigenio tiene la capacidad de ordenar y crear a partir del caos, y es, precisamente en esta búsqueda por la totalidad, en donde surgen las fuerzas que tiran hacia la unión, fuerzas, que a través del devenir del tiempo han dejado una impronta indeleble en la percepción colectiva del hombre, en una primera instancia, en la sensación de vacío al ser depositados en un mundo igual

⁸² BRAND, Amelia (Anne Hathaway) PELÍCULA. *Interstellar*. Prod. Legendary Pictures. Dir. Christopher Noland. E.U.A. 2014

⁸³ HESÍODO, *La Teogonía*. España. Ed. Gredos. 2010 p.16

⁸⁴ HESÍODO. Op.Cit. p.16

de fragmentado que nuestra propia naturaleza, y en un segundo momento, en la latente necesidad de lograr esa complementación con nosotros mismos, con el otro.

Sin duda, la percepción de fragmentación y la necesidad de buscar por ese complemento que nos haga sentir “completos” se plantea a sí misma como una de las principales dificultades para nuestra propia comprensión como hombres, como humanos, partiendo desde el entendernos a nosotros mismos como “animales” entendemos que pertenecemos a una especie, la cual, de acuerdo a sus propias características como mamíferos, significamos a nosotros mismos, escisión, ya que (Como Gea contenía al tártaro), la madre lleva dentro de sí la vida de su propio hijo, ambos, madre e hijo, forman una sola persona, una entidad ya no única, sino de naturaleza dual, contenida en sí misma, al nacer, rompemos ese equilibrio, ese balance y quedamos desterrados a vivir independientes, pero con la necesidad de protección; independientes, pero viviendo en manada; independientes, pero masificados, es precisamente en nuestra fragmentada tragedia, como la figura de Eros se posiciona como la fuerza gravitatoria entre seres divergentes, en busca de encontrar una nueva dualidad, de esta forma, Eros, hace uso de la que quizá sea el más poderoso de sus sortilegios, el deseo, avasallador, febril y lacerante, pero sobre todo, buscando reencontrar el orden, dentro del caos, buscando crear la vida dentro de la propia naturaleza caótica del hombre, y así, precisamente dentro de esta entropía como el paso del tiempo desdibuja los bordes de los pronombres personales, para convertirlo todo en un “nosotros, y así, Eros se viste de Afrodita, Era, Helena, Julieta, Lucía, o Rocamadour.se disfraza de Fuensanta o Arjumand y “domina la mente y la sabiduría” en garrapatear níveas hojas de papel escribiendo las más inspiradoras historias de “AMOR” que cualquier pluma pudiera escribir, al final, Eros se vuelca a si mismo demostrando la necesidad de encontrar el orden, en el caos, en la noche, y en la oscuridad.

Resulta complejo, en la búsqueda del reinado de las minorías, de los diferentes, pero iguales encontrar un Eros desapegado del consumo y del sistema, aún más allá encontrar esa naturalidad febril del deseo y del amor, éste (El amor,

Eros) cae víctima del deseo mismo, pero ya no un deseo pujante y explosivo, más bien, de un deseo auto explotado y auto impuesto como necesario, esa necesidad exigida por nosotros mismos, ya no en la colectividad, sino en la exploración subconsciente de un nivel de exigencia subjetivo, en donde el amor “debe ser” y pierde toda capacidad de inventarse a sí mismo, ahora, como menciona la socióloga marroquí Eva Illouz en su obra *¿Por qué duele el amor?*⁸⁵ Más allá de la búsqueda de complementariedad con “El otro”, el de afuera, aquel a quien se va a amar, se busca racionalizar el amor, poner al amor en tela de juicio dentro de los platos de una balanza que de manera contundente se contrapesa con la individualidad y la sensación elemental de progreso, este concepto, o esta percepción de lo que podría llamarse un nuevo Eros, de alguna manera, se aleja de la percepción, sobre todo platónica del amor, pero más allá, le quita al enamoramiento su propia esencia, como lo explica el filósofo francés Michel Onfray en su *Teoría del cuerpo enamorado*:

*De Bataille ha aprendido la experiencia del exceso y del gasto que nos saca del mundo instrumental y nos arroja, desnudos y a la intemperie, al ámbito sagrado de la intimidad. En la experiencia íntima del eros, los cuerpos enamorados descubren su inmanencia más radical y propia. Ese descubrimiento es desgarrador y negativo porque no hay comunicación ni intercambio plenos de la intimidad de cada cuerpo; sin embargo, de ese desgarro que indica el exceso propio de cada cuerpo y al que cada cuerpo enamorado se entrega, puede nacer una afirmación. Esa afirmación es el amor (...)*⁸⁶

En la perspectiva de Onfray podemos encontrar precisamente tres momentos para el encuentro con el enamoramiento, el primero; la búsqueda de la experiencia, lo

⁸⁵ ILLOUZ, Eva. *¿Por qué duele el amor?* Argentina. Ed. Katz. 2010

⁸⁶ ONFRAY, Michel. *Teoría del cuerpo enamorado*. España. Ed. Pre-Textos. 2002. p.11

tangible y placentero, aquello, que como menciona el autor, es la experiencia íntima del Eros, es aquí, en esta búsqueda en donde nace también el segundo momento, el desgarre, la separación, y por último, la entrega, es aquí, en la acción de entregar (amar para Onfray) de donde se podría deducir un encuentro-desencuentro cíclico con la propia acción de buscar complementarse con el otro, y a la vez caer en la percepción propia de abandono y fragmentación, está latente percepción de fragmentación y abandono elevan la necesidad del encuentro, a un estado latente, de constante permanencia en la necesidad implícita ya no de encontrar, sino de permanecer buscando, es aquí en donde la comunicación juega un papel fundamental en la polarización del nuevo Eros, uno, que camina a la par de mensajes inyectados en el torrente sanguíneo del usuario de éstos, el amor, entonces, pasa de ser la "necesidad del encuentro" a convertirse en la "necesidad por la búsqueda", de nueva cuenta resulta importante la perspectiva de Illouz al ofrecer un discurso en el que el amor se convierte en una necesidad racional, y en lo racional, pierde la capacidad de ser etérea e inagotable, ahora, el amar, debe de ser racional, racionado, progresivo, pero sobre todo funcional en las repercusiones sociales que éste pueda tener, el amor, entonces se convierte en una medida de éxito, una serie de pasos o sucesos que encadenan la mera acción de amar, quizá, en el discurso de Onfray podamos encontrar dos partes fundamentales en la perspectiva actual, del amar, por una parte, el francés habla sobre la sensación del enamorado cuando su "alma cósmica" es tirada en dos partes, la primera, hacia los dioses, la segunda, hacia los demonios⁸⁷ influenciado sobre todo en el mito del carro alado⁸⁸ En una primera instancia, el amor (Platónico e idílico) hace que el alma dividida del hombre se una con el alma dividida de la mujer y tengan comunión con el Eros cósmico, en un segundo momento, la relación sexuada, vuelve al hombre un ser indómito, libertino cuya alma busca la explotación y exploración sensual, más que el agrado de los dioses, ambas perspectivas (La de Platón, y la de Onfray, influenciada en este momento por la visión platónica) dejan de lado la que quizá sea la perspectiva más latente del amor en la actualidad, la del amor

⁸⁷ ONFRAY, Michel. Op.Cit. p.66-67

⁸⁸ PLATÓN, *Fedro*. España. Ed. Gredos. 1996 p.334

como representación social, igualmente de impresionable, e impresionante, sujeta a los designios mercadológicos y mediáticos que el resto de nuestra fragmentada humanidad.

De alguna manera, los medios actuales convierten al amor en material de consumo, un producto ofertado en anaqueles, y vemos de manera cotidiana en la programación televisiva a actores y actrices enamorarse y desenamorarse de manera tan trivial, que de alguna manera, esta banalización del amor permea en la percepción colectiva del amor, lo cual, desestima al amor, y al amar y lo convierte en una manera oferta, ficticia, fugaz e intrascendente, ahora, el amor, más que una acción se vuelve una experiencia, una necesidad latente de “amar” y de “ser amado”, una experiencia que muchas veces no transita más allá de lo tangible y sensual, lo que facilita la creación de contenidos mediáticos que enaltezcan esta perspectiva del enamoramiento, el cual, deja de ser un estado total, de entrega, de desencuentro y desgarre, para convertirse únicamente en placer tangible e inmediatz, en palabras del sociólogo polaco Zygmunt Bauman:

Esta súbita abundancia y aparente disponibilidad de «experiencias amorosas» llega a alimentar la convicción de que el amor (enamorarse, ejercer el amor) es una destreza que se puede aprender, y que el dominio de esa materia aumenta con el número de experiencias y la asiduidad del ejercicio. Incluso se puede llegar a creer (y con frecuencia se cree) que la capacidad amorosa crece con la experiencia acumulada, que el próximo amor será una experiencia aún más estimulante que la que se disfruta actualmente, aunque no tan emocionante y fascinante como la que vendrá después de la próxima.⁸⁹

⁸⁹ BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México. Ed. Fondo de cultura económica. 2012 p.14

De acuerdo con el escritor polaco, el amor, revisado desde esta perspectiva, deja de ser un acto que “Lleve a la trascendencia” y se vuelve una seria interminable de experiencias que muchas veces no llevan consigo ningún tipo de aprendizaje, esta necesidad por desvincularse y permanecer individual en la colectividad le facilita la tarea a los medios de información de seguir reproduciendo arquetipos amorosos, eróticos y sensuales que únicamente cumplen con la función de la satisfacción inmediata e intrascendente del cuerpo, dejando de lado la belleza de la creación, de nueva cuenta, revisando a Bauman encontramos que:

(...) el amor no encuentra su sentido en el ansia de cosas ya hechas, completas y terminadas, sino en el impulso a participar en la construcción de esas cosas. El amor está muy cercano a la trascendencia; es tan sólo otro nombre del impulso creativo y, por lo tanto, está cargado de riesgos, ya que toda creación ignora siempre cuál será su producto final.⁹⁰

En Bauman, es importante precisamente rescatar la posición del amor como creación, como plenitud, encontrando una nueva perspectiva del “Eros” precisamente en medio, fundida con la liquidez, si en la actualidad la velocidad y la incapacidad de vincularse con otros vuelve líquida nuestra perspectiva de la realidad, cuanto más pasa con sentimientos abstractos y completamente subjetivos como el amor, además, tomando en consideración la perspectiva de Illouz, la racionalidad dentro del amor en la actualidad llevan a que éste necesite, dentro de su fugacidad, ser ya no idealizado, sino medido y comparado con los estándares de éxito en la vinculación humana, para Bauman esta es una de las principales dificultades con las que topa el deseo de vincularse, ya que cada relación inicia con un ardid incendiario, buscando ser capaz de crear un lazo sólido entre las partes, pero a la vez, topa, de manera irremediable con la racionalidad y liquidez de la perspectiva actual del amor, para Bauman entonces el amor líquido se representa

⁹⁰ BAUMAN, Zygmunt. Op.Cit. p.16

de la misma manera que se nos representaba la realidad, como una acción inasible, pero desde un diferente punto de vista, excesivamente vendida, y morbosamente mostrada, lo cual, imposibilita la comprensión o percepción total del amor, ya que el amor mediático, ese que se vuelve influencia y más que nada una necesidad, modifica la percepción individual del amor para precipitarla en lo que Han llamaría también, *el infierno de lo igual*.⁹¹ Esta estandarización de la perspectiva del amor, es completamente propicia para el manejo mediático del mismo, ya que posibilita la opción de “compra-venta” del amor, del erotismo y de la intimidad.

Situación complicada entonces se vuelve pensar el amor en la posmodernidad, de alguna manera, pareciera que el amor permeó también las rígidas paredes del modernismo y como gota de agua (dentro de la necesidad de romper la rigidez científica y totalitaria con la crítica al iluminismo planteada por Adorno y Horkheimer) erosiona, junto con otras tantas ideas el pensamiento vertical moderno, en un artículo titulado “*El posmodernismo es acostumbrarse a pensar sin moldes ni criterios*”⁹² el director del instituto del cine de Madrid Carlos Iriart menciona (claramente influenciado por Lyotard) como el fracaso de los ideales modernos trajeron consigo el desinterés en todos aquellos discursos que hasta entonces eran considerados como importantes o hegemónicos, esto trae consigo la exploración en nuevas formas o expresiones de lo que entendíamos como amor y como amar, es así, como desde la posmodernidad se buscan nuevos discursos, nuevas expresiones que nos ayuden a volver a interiorizar, a sentir aquello, que con nostalgia aun llamamos amor.

Quizá, una de las sentencias más severas sobre la perspectiva posmoderna de la acción de amar la encontramos en el filósofo francés Jean Baudrillard quien en su obra *Las estrategias fatales* menciona:

⁹¹ HAN, Byun-Chul. *La expulsión de lo distinto*. México. Ed. Herder. 2018 p.15

⁹² IRIART, Carlos, *El posmodernismo es acostumbrarse a pensar sin moldes ni criterios*. El país. España. 1985 Disponible en: https://elpais.com/diario/1985/10/23/cultura/498870004_850215.html

Amar a alguien es aislarle del mundo, es borrar sus huellas, desposeerle de su sombra, arrastrarle a un futuro homicida.

*Es girar en torno a él como un astro muerto, y absorberle en una luz negra. Todo se juega en una desorbitante exigencia de exclusividad sobre cualquier ser humano. Es en eso, sin duda, que es una pasión: porque su objeto está interiorizado como fin ideal, y sabemos que no sólo hay objeto ideal cuando está muerto.*⁹³

La reflexión que Baudrillard hace sobre el amar, y el amor en el texto nos lleva de la mano a uno de los puntos más complicados sobre el amor mismo, la idealización platónica del ser amado y del amar, dentro del hombre posmoderno, crece de manera constante la semilla de la particularidad y la sensación de ser especiales, únicos, desapegados en sí, del resto de nuestros compañeros de especie, si de alguna manera, el pensamiento posmoderno abre la puerta para la caída de todos aquellos relatos que maniataban el propio espíritu del hombre dentro del pensamiento científico, una vez más, la posmodernidad nos deja postrados y huérfanos ante la posibilidad de poder sentir aquello que nos pueda convertir en esclavos, el amor, desde el punto de vista de Baudrillard entonces se convierte en eso, algún tipo de posesión del otro por lo tanto, ya no se busca en el otro la posibilidad de crecer con y para él, sino que éste se convierte en una herramienta maquiavélica para poder concretar los objetivos particulares del yo.

Quizá, el pensar la posmodernidad como la caída de los meta relatos que sostenían el pensamiento moderno resulte complejo, al menos al pensarse desde la perspectiva de las relaciones humanas y sobre todo amorosas y eróticas, pero es precisamente la rendija que deja el pensamiento moderno al desgarrarse lo que permite pensar al amor, al Eros como una parte fundamental de la filosofía posmoderna, ya que ésta da pie a nuevas maneras de pensar y de ver a la propia humanidad, y si al espíritu humano lo anteponemos a las cuestiones pragmáticas y

⁹³ BAUDRILLARD, Jean. *Las estrategias fatales*. España. Ed. Anagramya. 2000 p.108

científicistas no nos deberían de sorprender movimientos como el hippie de los sesentas, el beatnick de los cuarentas, etc. Ya que esa orfandad en la que nos deja la posmodernidad busca ser llenada desde diferentes perspectivas, una vez más, el hombre se vuelve víctima de su propia tragedia, de esa separación en la que nos colocamos y buscamos, por cualquier medio estar completos, si, quizás los hippies no buscaban poseer al otro (Como sentenciaba Baudrillard) pero de alguna manera buscaban pertenecerse entre ellos, en una masa sensible y amorosa que de alguna manera cimenta la percepción del amor dentro de la posmodernidad, lo complejo, la propia necesidad del sistema por poseer también a todos aquellos quienes forman parte de éste, entonces el Eros, el amor se convirtió también en una bandera, en una marca, en material de consumo, en compra y venta, y con esto, ahora el amor se podía más que sentir, poseer y comprar, algo, por lo cual ya no era necesario luchar, de alguna manera, el verso de la canción *Revolution* de The Beatles donde John dice: <<Well, you know We're doing what we can>> nos deja entrever que de alguna manera, el amor, ese motor de cambio, dentro de la posmodernidad, también lleva a la apatía.

Más allá de la utopía romántica, de esa búsqueda del alma gemela, en la acción de amar, en la contemporaneidad existen diversas aristas que dificultan, desde la definición de amor, hasta la correcta conceptualización del mismo, ahora, la resemantización en la que han caído tanto el sustantivo como el verbo nos presenta una amplia gama de posibilidades amorosas como nunca antes se habían presentado (al menos no, desde el punto de vista mediático), el amor ahora se disfraza de “drag queen” y se vuelve “queer” o “pansexual”, es un Eros castrado, asexuado, sin erotismo, a la larga buscando únicamente la necesidad de posesión, mercantilismo, status y progreso, pero sobre todo, nos representa la muerte de lo erótico, lo cual, nos lleva a satisfacer sólo necesidades, sin la necesidad de complementariedad.

De una figura a la otra, de la seducción al amor, juego al deseo y a la sexualidad, finalmente al puro y simple porno,

cuanto más se avanza, más adelantamos en el sentido de un secreto menor, de un enigma menor, más adelantamos en el sentido de la confesión, de la expresión, del desvelamiento, de la liberación —de la verdad, por decirlo en pocas palabras— que no tarda en convertirse, en la obscenidad de nuestra cultura, en la expresión forzada de la verdad, la confesión forzada, el desvelamiento forzado... ¿de qué, por otra parte? De nada, justamente no hay nada que desvelar.⁹⁴

De alguna forma Baudrillard nos enfrenta con una realidad relevante para el amor en la actualidad, el vacío al develar los secretos de lo erótico, esa “verdad forzada” en la que navegamos al remover aquello que permanecía en suspenso nos lleva necesariamente a permanecer transparentes, pero también sin expectativas a lo que podamos encontrar o a lo que nos podamos enfrentar, Baudrillard nos muestra como el develamiento de los “secretos” acarrea consigo una posición pornográfica ante nuestra percepción del amor y del objeto amado, en una sociedad transparente como la propuesta por Varillar y retomada por Han, no existe la necesidad, ni la percepción del secreto como algo erótico y placentero, contrariamente, el develamiento de lo oculto lleva únicamente a la satisfacción inmediata de la percepción, de esta manera, aquello que llamamos coloquialmente como “amor platónico” adquiere nuevas y dantescas dimensiones al volverse la única manera de amar, amar aquello que no podemos poseer, y al poseerlo, desarticularlo, remover de éste aquello que lo vuelve objeto de suspenso y por lo tanto, erótico, entendiendo, desde luego el erotismo como aquello que se mantiene oculto y a la expectativa de ser descubierto, más no mostrado ¿No es esta también una posición completamente científica y moderna sobre el amor? ¿La técnica no buscaría también realizar cortes anatómicos sobre aquello que consideramos amor? ¿Nuestra percepción de amor entonces no cae completamente en lo moderno? Desde el punto de vista de Han, no, no cae en lo moderno, pero cae peligrosamente en el consumo, un consumo desmedido, alimentado sobre todo por la necesidad

⁹⁴ BAURILLARD, Jean. Op.Cit. p.108

de satisfacción y placer, y sin dudarlo, en palabras de Han, “(...)La satisfacción y el placer son incompatibles con la sustracción y demora del otro”⁹⁵, por lo tanto, el amor en la actualidad, es incapaz de esperar por ese descubrimiento del otro, es necesaria la auto develación ante los ojos, manos y deseo del otro, esperando, desde detrás de la pantalla, de la mesa de algún café o entre las copas de algún bar la evaluación y aceptación, para Baudrillard esto representa una dificultad aún más relevante en cuanto a la posesión del otro, el poseerlo a manera de ornato, como un mero adorno que haga juego con nuestra forma de vivir, con nuestros deseos, con nuestro físico, con aquella proyección necesariamente subjetiva, que a la larga busca también ser aceptada por una audiencia que nos rodea, de esta forma, las relaciones humanas se sirven a la mesa como plátanos en un bufet, en donde nos exponemos a nosotros mismos y a nuestra posesión (pareja o amigos) ante los ojos de nuestros clientes, nuestro público.

, Dentro del arquetipo posmoderno de las relaciones humanas, se adentra en un territorio que si bien, la posmodernidad viene planteando, en la necesidad de complementariedad se vuelve evidente, el hombre, al deshacerse de aquellos discursos que de alguna manera lo mantenían “unido” se divide, primero en grupúsculos, más tarde, en el inexplorado territorio del ensimismamiento, éste, a su vez, acarrea la imperiosa necesidad de encontrar aquel otro que encaje a la perfección con nuestras necesidades, en un primer momento, a través del deseo, de nueva cuenta, surge ese febril ardor por poseer al otro, de manera carnal, cuerpo a cuerpo, buscando únicamente la satisfacción momentánea del mismo, como menciona Onfray⁹⁶ el deseo va más allá del bien y del mal el deseo, desde esta perspectiva entonces adquiere una existencia autónoma, más allá del amor y de la complementariedad, el Eros, poderoso y total, se convierte ahora en víctima ilusoria del deseo, quien lo amordaza y engaña haciéndole creer que “aquel” que se siente, es en verdad amor, que se ha logrado al fin, encontrar esa parte que nos ayude a permanecer completos, de esta manera, la dinámica de las relaciones

⁹⁵ HAN, Byung-Chul. *La agonía del Eros*. España. Ed. RBA. 2014 p.17

⁹⁶ ONFRAY, Michel. Op.Cit. p.76

humanas posmodernas nos condenan al vacío fugaz, efímero e inmediato del deseo, pero también a la angustia de la satisfacción, la cual, debe de ser satisfecha a necesidad, desde un punto de vista mecanicista, en palabras de Onfray.

(...) Se acepta la sexualidad, pero desde la perspectiva del médico, del físico y del mecánico: sólo para liberarse de un dolor, para dejar atrás un sufrimiento, para acabar de una vez con un estado de sujeción penoso e insoportable.⁹⁷

Para el francés el deseo, juega un papel fundamental, ya que en un primer momento es la soga que ata a quienes “aman”, pero la principal dificultad desde la perspectiva posmoderna radica esencialmente en la fugacidad del deseo, si bien, el hombre desde cierto punto de vista logró desasirse de los metarrelatos modernos, las relaciones y sobre todo, la satisfacción carnal siguen estableciéndose por una naturaleza instintiva que rebasa cualquier filosofía o discurso, aún más allá, es precisamente la posmodernidad la que retoma el discurso del “amor” como relevante y necesario ya que quizás sin buscarlo, dentro del vacío en donde nos deposita la propia posmodernidad, este, desde algún punto de vista comienza a llenarse de nuevos discursos, ahora con la posibilidad de volverse mediáticos y masivos, si, empujados por el continuo bombardeo del consumo del “deber ser”, ya no progresistamente moderno, más bien moderado, disuelto y disfrazado, lo que motiva a los “enamorados consumidores” a volverse un mercado activo y fácilmente alcanzable ya que el amor es bueno, amar al otro es bueno, es total, es la forma en la que podemos avanzar como humanidad hasta encontrar la forma en la que podamos evitar nuestro propio exterminio ya sea en nuestras propias manos, o acabando con el planeta que nos contiene, la posmodernidad, de esta manera abre un nuevo panorama de posibilidades ante el “acto amoroso” ya que empodera al amor como la balsa de salvación para la humanidad, una vez más, parafraseando a The Beatles: -“All you need is love”-, y el amor, posmoderno desde luego, se levanta en la búsqueda de ese nuevo y mejorado mundo en donde la humanidad

⁹⁷ ONFRAY, Michel. Op.Cit. p.90

se hermane y vivamos todos juntos (amándonos) bajo una misma bandera – “*Imagine there’s no countires*”- el amor posmoderno (brillante y nuevito) va más allá y llega más lejos que cualquier religión, cualquier ideología, siempre y cuando quepa dentro de un empaque desecharable y se vuelva de consumo inmediato, el amor posmoderno entonces se vuelve un ídolo con pies de barro, -“*Love is all you need*”-. Sí, quizá sea complicado hablar del amor a través de lenguajes que van más allá del poético, pero se vuelve medular al momento de buscar comprender al hombre posmoderno transitando hacia la hipermordernidad, es así, como podemos entender, y ver desde una perspectiva más amplia, el nuevo amor, si, de nueva cuenta, el posmoderno, ahora, el hombre, ya en pequeños grupos y ensimismado en la búsqueda del éxito ama, ama la naturaleza, ama y desea al otro, ama su trabajo, ama a sus amigos, ama salir a trotar mientras escucha su canción favorita en los audífonos, ama los atardeceres hermosos que pueda fotografiar y subir a instagram, ama la comida, ama las redes sociales y la imagen que tanto el mismo como los demás tienen de sí, ama ese placer que le produce descalzarse frente al televisor y ver un tele drama, ama amar a sus hijos, ama desear salir de vacaciones, ama la sensación de acariciar billetes en su cartera, ama el sonido de las actualizaciones en su móvil, ama odiar al otro en secreto, ama encender el ordenador en la noche y satisfacer su lóbido con pornografía, ama colecionar enfermedades y síndromes, si, el hombre posmoderno ama, el problema radical es que ama desde el vacío, ama desde la carencia en la que la posmodernidad, orgullosa, nos ha abandonado, un vacío, que tiene que ser llenado a toda costa.

El filósofo esloveno Slavoj Zizek sentencia en un video que circula a través de la web⁹⁸ la que se sostiene como una de sus principales teorías sobre el amor, en esta, Zizek sostiene que “*El amor es un acto extremadamente violento*”⁹⁹, en esta perspectiva, Zizek nos deja ver dos cosas que en cierta medida alimentan la visión del amor posmoderno, en un primer momento, la “acción violenta” de elegir una persona por sobre las otras, esta ELECCIÓN, trae consigo, al mismo tiempo

⁹⁹ ZIZEK, Slajov. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Xy89nSG8NG8>

una supeditación de valores, que forman una escala mediante la cual nosotros medimos y cotejamos nuestra elección sobre el resto de personas que “pudieron ser elegidas”, para Zizek, esto choca precisamente con dos cuestiones, la primera, su propia formación, su Leninismo desemboca, (en esta teoría) precisamente en entender el amor, el amar como una acción, (política, y de ejercicio de poder) y en un segundo tiempo, (quizá el más problemático por y para Zizek), la contraposición de justicia frente al amor, desde el punto de vista de Zizek, el amor no podría ser justo ya que se antepone la perspectiva de “elección individual” a los principios generalistas que busca la justicia (El bien común, el bien para todos), por lo tanto, el amor es violento, ejercido de manera violenta y tajante. ya que para el esloveno la justicia se sobrepone (o debería de hacerlo) de manera natural a la elección y acción individual, el problema, incluso desde Zizek, así como de otros autores (Han, Bauman, Onfray, etc.) radica en que como el amor, a pesar de no ser justo, se vuelve mediático, entonces, caemos en un nuevo vórtice, ahora, el amor más allá de buscar el “bien común” busca ser normalizado, entonces resulta, que el hombre, además de amar, busca nuevas e independientes expresiones para fundamentarse, ahora, el amor usa diferentes disfraces para poder atrapar a los ilusos enamorados, y además, mediante el alcance de los tentáculos de las “agendas” y los medios, es normalizado, desde esta perspectiva ya no nos resulta sorpresivo encontrarnos parejas del mismo sexo en la calle tomados de la mano o apareciendo en medios, ya no nos resultan disonantes esos relatos en los que un hombre de edad avanzada tiene relaciones con menores de edad, y así nacen nuevas filias, nuevas maneras de “expresar el amor”, normalizadas por el silencio de las audiencias y de los públicos que buscan, por sobre todas las cosas demostrar que “aquellos con lo que se está de acuerdo” es lo correcto, lo más limpio, y transparente.

Resulta sobrecogedor encontrar el punto de inflexión entre la trasparencia, la higiene, la normalización y el amor, como menciona Byun-Chul Han:

Las cosas se tornar transparentes cuando se despojan de su singularidad y se expresan completamente en la dimensión del precio. El dinero, que todo lo hace comparable con todo, suprime cualquier acto de incommensurable, cualquier singularidad de las cosas. La sociedad de la transparencia es un infierno de lo igual.¹⁰⁰

Desde esta perspectiva, y contrapunteado con la tesis de Zizek encontramos que el amor, además de ser individual (y por tanto injusto) también es transparente, ya que cualquier arista que éste posea (como sucede con la sociedad y con la realidad) es limada y allanada con el fin de que siga siendo igual a lo demás¹⁰¹ así el amor pierde todo ocultamiento misterioso que le pueda otorgar particularidad, ahora, si bien, el amor podría parecer un poco más justo (igual para todos) también se vuelve consumo, ya que es la sociedad misma quien legitima las diferentes expresiones mostradas con la finalidad de “normalizarlas” y volverlas transparentes, entonces, el amor, más que justo o injusto, se vuelve legítimo y accesible, por lo tanto, en un mundo posmoderno, en donde todos somos particulares y especiales, nadie es especial ni particular, solamente es legítimo, justo y transparente, es precisamente esta necesidad imperante por la transparencia la que lleva al hombre a mostrarse a como dé lugar, con el fin de poder ser legitimado y medido con la misma tabla que el resto de la humanidad, al final, no pretendíamos ser diferentes ni especiales, no pretendíamos ser posmodernos, sólo ser aceptados, entiendo que precisamente este puede resultar un juicio peligroso, ya que si bien, no demerita el pensamiento posmoderno, si pone en tela de juicio la visión unificadora del poder del amor para una humanidad que venía influenciada por la crítica al iluminismo y su ferviente deseo por sacudirse los discursos hegemónicos de la modernidad, ahora bien, la figura del amor en la posmodernidad trasciende más allá del amor mismo, como se ha venido tratando, el tránsito de la posmodernidad a la hipermordernidad antepone los valores comerciales a los valores mismos de la posmodernidad (si es que en

¹⁰⁰ HAN, Byung-Chul. *La sociedad de la transparencia*. México. Ed. Herder. 2013 p.6

¹⁰¹ HAN, Byung-Chul. *La agonía de Eros*. México. Ed. Herder. 2014 p.34

ésta existía alguno), además, dentro de la misma necesidad social de éxito y de triunfo, el amor pasa a segundo término, la acción de amar se supedita a la capacidad de ser exitosos en lo profesional y en lo sentimental, ya no mencionemos lo espiritual, ni en la sociedad del cansancio, ni en la sociedad transparente existe un lugar para lo espiritual, de esta manera, la sociedad posmoderna de manera tajante envía de manera constante el siguiente mensaje “Si no puedes desarrollarte exitosamente con el otro, estás mejor solo”, por lo tanto, Eros, una vez más es atrapado entre las redes de una sociedad cada vez más informada, más transparente y menos sensible, la acción de amar, se convierte en contenido mediático de influencia al menos con los públicos particulares que tenemos a nuestro alrededor, amar, el Ágape, ya no está de moda, y Eros, ese dios primigenio ahora se convierte en una suerte de Ícaro de alas metálicas navegando entre la dicotomía de amar y permanecer autónomo ante los designios de alguna relación.

La soledad es un tema recurrente en los medios de comunicación en la actualidad, pero no esa soledad introspectiva y creadora, sino más bien una soledad ausente del otro, lo cual complica completamente la conceptualización del amor posmoderno, los temas de autoayuda, el emprendimiento nos dictan que vivimos en un mar de situaciones adversas en donde no podemos avanzar más que a través de nuestras propias fortalezas, el éxito, por lo tanto, es un camino escarpado y personal, particular, individual pues, en donde el hombre, haciendo uso de su completa fuerza de voluntad alcanza la cúspide donde sólo unos pocos gozan de las mieles de su esfuerzo, esto, evidencia la necesidad del estado, del sistema por mantenernos aislados, pero constantes, cansados, semi muertos, deshechos, pero en búsqueda del éxito, ya que “todo llega, cuando tiene que llegar”, pero el éxito está ahí, justo frente a nosotros, sólo basta trabajar más, bajar cuatro kilos de peso, comer saludable, correr una milla más, no rendirse, el éxito es nuestro para cuando deseemos poseerlo, cuando paguemos el precio, con el amor pasa lo mismo, “nadie da lo que no tiene” nos sentencia de manera lacerante, una simple frase se antepone a la conceptualización del amor, veamos pues, el amor, para que este pueda ser ejercido (si, ejercido) debe de considerarse en virtud del

otro, de ninguna manera, al amar, nace de la acción sobre uno mismo, si bien, uno es capaz de controlar sus sentimientos, también es cierto que para que el amor sea ejercido tal cual, debe de existir un objeto sobre el cual se puede ejercer, de alguna manera, el noviazgo, el matrimonio, el amor de los padres a los hijos, la amistad se entiende únicamente con el ejercicio de la acción de amar sobre el otro, no a nivel de posesión o de violencia como menciona Zizek, pero si, en la búsqueda del “equilibrio cósmico que éste adelanta”, ahora, si el amor necesita NECESARIAMENTE, del otro para poder ejercerse ¿Qué sucede en la actualidad? ¿Eso no es amor? Revisemos un ejemplo:

Japón, uno de los países más desarrollados en tecnología, medios e intelectualidad ha venido cargando una crisis de nacimientos que ha traído como consecuencia una caída en su volumen poblacional, esto, no es debido a que las mujeres o los hombres no pueda procrear, no, se debe a la falta de interés por ambos sexos por establecer desde una relación hasta la falta de interés en las relaciones sexuales, más del 42% de los japoneses en edad reproductiva no ha sostenido relaciones sexuales, de acuerdo con la BBC esto se debe, principalmente a la “dificultad” que los japoneses encuentran al entablar una relación, los japoneses prefieren por su parte mantenerse independientes, priorizando su desarrollo profesional.

Podríamos entender quizá la postura de los habitantes del país del sol naciente ante las relaciones al vincularlo con su cultura y al recogimiento que su desarrollo espiritual los ha llevado, pero resulta destacable al pretender entender cómo, la percepción occidental de lo posmoderno (y todas sus vertientes) han permeado ya en países orientales (Han como ejemplo más latente), entonces, resulta que el amor, ahora se divide en tres, a saber, la búsqueda del éxito en una relación (o su inmediato desecho si no funciona); la soledad a la que preferimos someternos y la velocidad, es aquí en donde Eros se monta en las zapatillas de Hermes para complicar nuestra concepción del amor un poco más.

El amor, total, es paciente... entona Thom Yorke en una de las más desgarradoras canciones de Radiohead –“*Just don't leave*”- irónicamente, la canción en cuestión se titula “*True love waits*” un claro ejemplo del entendimiento del amor contemporáneo, por un lado, sabemos que el amar, de manera plena, el Ágape, espera, se entrega sin medida y sin esperar ser recíproco, por otra parte, esperamos que el “ser amado” no nos abandone, que no se vaya, por ninguna de sus partes, el enamorado, espera al objeto que ama, con todas sus fuerzas, creyendo y depositando en éste, toda su fe, todo su amor, el ser amado, por su parte, juega a mantenerse cercano y lejano, como un satélite que va y viene a placer y conveniencia, -“*Just don't leave*”- le grita ese ser amado al exigirle al amante que no se vaya, que tenga paciencia, a fin de cuentas, el verdadero amor espera ¿Esto quiere decir que si no espera, no era amor? Más bien quiere decir que si no espera, no hay sufrimiento, no hay sufrimiento y tampoco hay culpa, lo que desde cierto punto de vista (el exitoso y doliente) no vale la pena.

Los medios masivos de alguna manera, han ido erosionando en todos los aspectos de la vida cotidiana del hombre, jugando y motivando nuestras necesidades más básicas para establecer la manera en la que nos desarrollamos en nuestro entorno, legitimando todo aquello que vemos, escuchamos y sentimos mostrado a través de una pantalla, el Eros, no es la excepción, dentro de las nuevas expresiones del amor ahora encontramos, dentro de lo digital nuevas fronteras, nuevas alas para el nuevo Eros, el inmediato, el que se ha montado en las zapatillas de Hermes, un amor que puede ser tan lejano, pero a la vez tan tangible como si se encontrara a nuestro lado, la inmediatez de los mensajes, el deslizamiento de las distancias geográficas depositan a este nuevo Eros dentro de la llamada hipermodernidad, ahora, el amor hipermoderno flota entre dos vertientes, la primera, el amor por sí mismo definido por el pensador francés Gilles Lipovetsky desde 1983 en este nueva nacimiento de Narciso:

*El narcisismo es una respuesta al desafío del inconsciente:
cominado a reencontrarse, el Yo se precipita a un trabajo*

*interminable de liberación, de observación y de interpretación.*¹⁰²

Lipovetsky, en la era del vacío define con pulso de cirujano los fenómenos que han llevado al hombre a establecerse a sí mismo preso de un vórtice constante de información, el francés define la hipermodernidad como el momento en el que dejamos de lado la producción y la revolución, y abrazamos la información y la expresión,¹⁰³ como principales formas de definir nuestro pensamiento, en su obra, pretende desgajar la contemporaneidad humana, en ésta, el Eros se desdibuja frente a la figura de Narciso, como se explica párrafos arriba, el amor se vuelve precisamente una de las tendencias más marcadas de la colectividad del hombre, el hombre ama, como ya se explicó, pero ama desde el vacío y ¿Hacia dónde nos lleva este amor des cementado? Precisamente, en esta búsqueda por encontrar algo, alguna figura del amor de la cual podamos asirnos, nace el amor por sí mismo, la búsqueda del auto empoderamiento amoroso frente a los demás, y buscamos dentro de nosotros el amor y el auto conocimiento para de ahí despegar con móvil en mano a alcanzar la iluminación como raza, la trascendencia del hombre entre la naturaleza, con el universo, encontrar aquello que Zizek bien pudo haber nombrado “equilibrio cósmico”.

Ahora bien, existe una radical dificultad en pensar el amor desde el punto de vista hipermoderno, éste surge desde el vacío, pero es sobre todo alimentado de manera constante por los medios, quienes como buenas figuras empresariales buscan engrosar y mantener su mercado, por lo que el amor (el Ágape) no entra en su agenda, por lo que tiene que motivarse un nuevo tipo de amor, uno efímero, desecharable e intercambiable, y así, se crea una ilusión completa sobre el amor, por un lado, deseamos el amor total, la entrega plena por y para el otro, por otro lado, desechamos todo aquello que no nos sea satisfactorio de inmediato, de esta manera, el amor se vuelve inmediato, enriquecido por “pequeños detalles” que lo

¹⁰² LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. España. Ed. Anagrama. 1990 p.54

¹⁰³ LIPOVETSKY, Op.Cit. p.15

vuelven único, y los amantes encuentran mensajes cósmicos en cada cosa que hacen o escuchan, todo, los lleva a asumir que cada instante se vuelve significativo, y eterno, de alguna forma, referenciamos el romanticismo decimonónico en cada taza de café, en cada rosquilla y cigarrillo, éstos flashazos momentáneos crean en el enamorado al sensación de eternidad, de continuidad (lo que se explicará más adelante).

La búsqueda del amor interior, del crecimiento y desarrollo personal en pro del éxito en todas las aristas de la persona, la inmediatez de los mensajes y una sobre información por parte de los amantes determinan de manera radical como éstos interpretan el amor, de alguna forma el narrador del filme *“500 days with Sumer”* nos deja entender varías cosas en cuatro líneas:

-“*El chico, Tom Hansen, de Margate, New Jersey, creció creyendo que nunca sería verdaderamente feliz, hasta el día que conociera a la indicada. Esta creencia viene de la exposición temprana a la triste música pop británica y a una interpretación errónea de la película "El Graduado". La chica: Summer, de Shinnecock, Michigan, no compartía esta creencia. Desde el fin del matrimonio de sus padres ella sólo sentía amor por dos cosas. La primera: su larga y oscura cabellera. La segunda: lo fácil que era cortarla sin sentir nada*”.¹⁰⁴.

Quizá la referencia pueda parecer forzada, o un tanto sosa (sobre todo entre referencias filosóficas) pero el filme (y sobre todo éstas líneas) nos marcan dos tendencias importantes y no necesariamente opuestas de las relaciones en la actualidad, por una parte, es innegable la influencia que los medios y por lo tanto la información tienen sobre cada uno de nosotros, por lo que muchas de las estructuras ideológicas del hombre contemporáneo están fundamentadas en

¹⁰⁴ NARRADOR. *500 Days with Sumer*. Prod. Fox Searchlight. Dir. WEBB, Marc. USA. 2009

imágenes, audios o textos que se han archivado en algún medio, ya sea impreso, radiofónico o audiovisual, esto trae como consecuencia que muchas de nuestras creencias e ideologías están basadas en algo que ya vimos, escuchamos, olimos o sentimos, esta sobre estimulación de los sentidos acarrea en sí misma una nueva perspectiva del amor y del amar, ahora, más allá del simbolismo propio del amor, éste tiene que ser necesariamente perceptible a través de los sentidos para ser real, los medios han llevado al amor a convertirse entonces en una necesidad sensual más que en la expresión abstracta de la búsqueda de complementariedad, entonces, el amor se vuelve más complejo, necesariamente sensitivo, pero a la vez, inmediatamente simbólico.

Ahora, el constante bombardeo de información de diferentes fuentes y características ha demostrado ir insensibilizando de manera paulatina al usuario de dichos estímulos, como si de una droga se tratase, esto, a la larga y en la propia legitimización de los usuarios a los contenidos transmitidos permea en la interpretación y respuesta del usuario hacia dichos estímulos, pero también hacia el entorno, lo que a la larga, vuelve a los usuarios en entes insensibles ante los estímulos externos, ya que estos se reinterpretan como un estímulo previamente vivido a través de la percepción del medio, esto, complica aún más la situación para los amantes, por un lado, buscan de manera constante encontrar estos "signos secretos" enviados por el amado que vuelvan real aquello que interpreta como amor, esto, convierte al amor en una cacería recíproca, por una parte, el amante busca por todos los medios encontrar, entre líneas, aquello que le pruebe que lo que siente va más allá de su propia percepción; el amado siembra, de manera constante símbolos y signos a través de todos los canales de información para mantener al amante interesado, lo cual, se convierte en una lucha en la oscuridad, parejas enmascaradas esperando detectar cualquier estímulo para lograr conectarse, esto es importante dentro de la perspectiva de Han, ya que en una sociedad transparente, el ocultamiento no está permitido, pero a la vez, el ocultamiento y el misterio al develar los secretos del otro, lo vuelven un objeto

erótico¹⁰⁵, ya no desde la perspectiva del Eros, sino desde la perspectiva afrodisíaca del dios alado, entonces, amante y amado se buscan, de manera inmediata, pero a la vez, se repelen, buscan el contacto, sensual, sustancial y significativo, enriquecedor, pero a la vez, efímero, el compromiso que acarrea una relación entonces se vuelve un inoperante dentro del constante deseo de éxito.

En la hipermodernidad, la comunicación se vuelve presa de las herramientas... La digitalización de las relaciones humanas ha arrancado las alas de Hermes y nos ha dejado a merced de la instrumentalización ¿Dónde queda la comunicación? ¿Dónde queda la imperiosa necesidad de la belleza, del amor, del deseo dentro del mensaje? Es indudable que los mecanismos para relacionarse entre congéneres han cambiado de manera radical desde la globalización, en un inicio, la facilidad que suponía el poder comunicarse casi inmediatamente con alguien de latitudes lejanas se mostraba como un panorama promisorio para el avance en todas las áreas de la humanidad, y de alguna manera lo fue, la promesa (si, tecnológica, científica y digital) que la ruptura de las barreras de la distancia proponía para la apertura comunicacional del mundo era recibida con bombo y platillo, lo que permitió que el amor (ese instrumento de resarcimiento posmoderno) fuera exaltado a nivel global, los norteamericanos con pancartas y consignas, cargaban con el imagotipo de Holtom a donde quiera que éstos fueran, buscando el desarme nuclear y que sus tropas abandonaran Vietnam, ahora, en Japón, en Rusia, en México, en China, etc. Se daban cuenta, de lo que sucedía en el “Verano del amor en San Francisco”... Eros, parecía potenciado, emergía de entre las cenizas de la mecánica modernidad como una figura mítica, reluciente y poderosa, el amor reinaba y viajaba a través de cables por el Atlántico, los satélites llevaban mensajes de “amor y paz” a todos los rincones del mundo, Eros, y Hermes ahora eran uno solo, «*el más hermoso entre los Dioses Inmortales*” como mencionaba Hesíodo, el amor, era la mayor fuerza que imperaba en la tierra, el amor al prójimo, el amor a las minorías olvidadas y violentadas, el amor a mi raza, el amor a mi país, el amor a la humanidad, el amor a una banda o cantante, el amor al arte, el amor

¹⁰⁵ HAN, Byung-Chul. *La sociedad de la transparencia*. México. Ed. Herder. 2013 p.35

al pop, todo, excelente material para una agenda mediática... Entonces, el amor se convirtió en la más obvia de las presas para el marketing, los enamorados, se volvieron target, consumidores ávidos de amor, las promesas eran obvias, gigantes y adecuadas para un mundo en donde había reinado el metal y la razón, el amor, se promulgaba y comulgaba desde la distancia el amor, se vendía por kilos y por litros, la hipermodernidad construyó, con pasionales ladrillos la perspectiva contemporánea del amor y de las artes, debajo, el dadaísmo propio de la época impulsó a una generación de amantes que estaban en contra del sistema, atrás habían quedado esos baby boomers dispuestos a pagar el plato que había dejado la re estructuración europea, lo de ahora era amar, y con ello, se condenó al amor a volverse si, poderoso y reluciente, pero también efímero, como cada mensaje que se transmitía, como cada ¡Te amo! Se convertía en un impulso eléctrico capaz de llegar a todos los rincones del planeta, el amor, era exaltado y vendido, y la viralidad de éste crecía todos querían sentir esta euforia de estar enamorados del mundo, entonces, el amor se volvió más que un sentimiento trascendente, una experiencia, como un viaje, como lanzarse del bungie o en paracaídas, el amor, ya no era una experiencia tan radical y contundente como la muerte en palabras de Bauman, ahora, era "algo que se tenía que sentir", de esta manera, la nueva percepción del amor, jaló consigo a las relaciones humanas, la pareja yo no era importante más allá de lo sensible, de lo sensual, y como toda necesidad, adictiva y creciente, se necesita más y más, tanto para Lipovetsky, como para Han, esta "necesidad" lleva al amor a convertirse más allá de un sentimiento efímero, en algo pornográfico, la necesidad de sentir, hacer sentir y de hacer notar que sentimos lleva al enamorado, al amado y al amante a hacer notar su experiencia amorosa como si se tratara de haber comprado un nuevo automóvil.

Para Bauman, el problema de lo efímero y de lo veloz del amor, lo lleva a caer en lo trivial, ahora, el amor puede ser aprendido, experiencia tras experiencia se van obteniendo las herramientas necesarias para no ser mejores amantes, no para amar de una mejor manera, sino para tener una experiencia más satisfactoria que la anterior, de esta manera, el amor se vuelve un mercado, EL mercado de

experiencias, EL mercado de personas, el “otro” deja así de convertirse en el “amado” o en el “amante” y se vuelve simplemente “una experiencia más” un deslizamiento del dedo índice en tinder, un like en Facebook, masturbarse del otro lado de la pantalla, un corazón, un me encanta, llenar nuestro propio vacío de no lograr relaciones plenas, amadas, con relaciones satisfactorias, profesionales y de alto rendimiento.

El tiempo sin tiempo. (The Raccord)

Time present and time past

*Are both perhaps present in time future,
And time future contained in time past.*

*If all time is eternally present
All time is unredeemable.¹⁰⁶*

Dentro de la cinematografía existe una regla, una ley que permite que el espectador pueda comprender y observar los acontecimientos que suceden en la pantalla de una manera lógica, la continuidad es una parte esencial para que exista la “magia del cine” lo cual nos lleva (a pesar de los saltos temporales y geográficos) a percibir todas las acciones como una sola, nos lleva a revivir una historia completa en tan sólo dos horas, de alguna manera, algo parecido sucede dentro de nuestra percepción de la realidad, y del tiempo.

El tiempo... al día de hoy, existen alrededor de 1,660,000,000 sitios en la red que tratan sobre el tema del tiempo, ese constante “tic - tac” que de alguna manera, determina nuestra propia vida, el tiempo como acción, el tiempo como verbo, como una constante línea de progreso y evolución, como el retorno, como una espiral, sin duda, el tiempo ha representado una de las principales dificultades para la humanidad a lo largo de su existencia, desde entender por qué las acciones se suceden, tratar de explicar el tiempo como movimiento, como acción, etc. Desde el punto de vista cinematográfico, el tiempo, siempre se corresponde a acción, a la expresión del paso de éste sobre lo que vemos en pantalla, de esta manera, el tiempo se vuelve volátil, plano y maleable, para el cineasta el tiempo no corresponde a una barrera o a un muro insoldable, el tiempo, más bien se vuelve un recurso mágico de credibilidad, el director entonces puede llevarnos a una Europa salvaje de hace 20,000 años o a un futuro distópico en el año 2,536 con la

¹⁰⁶ ELIOT, T.S. *Four Quartets*. USA. Ed. Houghton Mifflin Harcourt. 2014 p.14

misma facilidad con la que cambia de plano, por lo que el tiempo en la pantalla, siempre es uno, el espectador (omnipresente) es testigo del paso del tiempo como se sucede, los flashbacks o flash forwards con los que el cine alimenta la información del usuario no hacen más que distorsionar el presente, pero siempre siendo este continuo, en cierta medida, nuestra actual manera de comunicarnos nos lleva a percibir la realidad de una manera cinematográfica.

*Quien no puede morir a su debido tiempo perece a destiempo. La muerte supone que la vida se termina por completo. Es una forma de final. Si la vida carece de toda forma de unidad de sentido, acaba a destiempo.*¹⁰⁷

En uno de sus primeros textos, *El aroma del tiempo* el autor surcoreano Byung-Chul Han inicia haciendo una lectura del texto *El último hombre* de Nietzsche, es precisamente, en esta lectura, en donde Han encuentra la dificultad del hombre contemporáneo al vivir en un mundo con “reglas temporales” diferentes, para el surcoreano, el tiempo ha dejado de ser continuo, determinado por la acción y lo que el paso de éste ejerce sobre la propia percepción del yo, y por lo tanto, de nuestra percepción de la humanidad, Han, de esta manera, nos deposita en un mundo en el cual el hombre (de acuerdo a sus anhelos y características) vive esperando por ese “momento oportuno”, esa epifanía creadora y de acción que determine nuestra propia existencia, ¿Lo difícil?, en un mundo en el que el tiempo ya no es continuo, el momento oportuno nunca llega (¿O acaso ya sucedió?) Han, entonces, nos presenta un tiempo atomizado, en donde todas las acciones, todos los verbos se suceden en un mismo momento, y todo, es pretérito, presente y futuro en un mismo instante, este “presente continuo” que a su vez se descontinua de los instantes siguientes, y de los anteriores, este tiempo atomizado y constante permea en la percepción de “lo real” entonces todas las acciones se vuelven reales y presentes, instantáneas y efímeras, quizás Han no haya establecido las bases para un tiempo instantáneo y efímero (como el propio tiempo lo es) pero va más allá, debajo del tic

¹⁰⁷ HAN, Byung-Chul. *El aroma del tiempo*. México. Ed. Herder. 2015 p.15

tac del segundero encuentra que cada tic y cada tac tiene un antes y un después establecido por la inmediatez del medio en el que el tiempo se desarrolla, ahora, el pasado ya no supone una acción que sucedió y queda guardada en el recuerdo, ahora, el tiempo atomizado nos lleva a poder revisar, revivir el pasado en un mismo momento, ahora, el tiempo se vuelve líquido, moldeable, uno de los principales problemas radica precisamente en que “el tiempo” (progresivo y lineal) le brindaban legitimidad a nuestras acciones, de alguna manera, cada acción que realizábamos en el presente era transferida a un pasado inmediato y traía consigo consecuencias hacia el futuro, esta progresión de acciones y de hecho legitimaban todo aquello que sucedía, al menos desde una perspectiva temporal, aquello que se hacía, quedaba plasmado en el tiempo que se sucedía, ahora, el tiempo atomizado desdibuja las barreras de la legitimidad en un solo tiempo presente.

*(...) todo el tiempo aparecen nuevas posibilidades, lo que da como resultado un tiempo discontinuo. No hay decisión que sea definitiva. Cada vez que se toma una decisión, surgen otras nuevas. El tiempo lineal e irreversible, es decir, el tiempo del destino, queda superado.*¹⁰⁸

La percepción, ya no de un tiempo cíclico sino de un tiempo atomizado y continuo representa una ruptura radical con la percepción del tiempo mismo, y de la realidad, el tiempo en sí, ya no representa una barrera que sitúe en cierta etapa, conjugación o estado a nuestras acciones, el tiempo se vuelve maleable y si, de alguna manera sigue pareciendo vertical, en una acción consecutiva de presente, pasado y futuro, pero la visión del tiempo, en cualquier momento se ejerce y se acredita en el presente, esto, dificulta en sí mismo como el tiempo ejerce su influencia sobre las acciones que se realizan, por lo tanto, la perspectiva que tenemos de la realidad (como acciones y percepciones que se ejercen en el presente) se modifica, si somos capaces (al menos desde una perspectiva virtual) de modificar o eliminar las acciones que hemos realizado nada nos impide a realizar tal o cual acción de todas

¹⁰⁸ HAN, Byung-Chul. Op.Cit. p.43

formas, el tiempo, ya no imposibilita las acciones, ahora bien, la atomización del tiempo, no se da de una manera radical y automática, ésta se ampara del uso y del alcance de los nuevos mecanismos de comunicación para poder realizarse, de nueva cuenta, sin el avance y avidez científica hipermoderno no podríamos siquiera pensar en un tiempo atomizado.

La atomización del tiempo surge precisamente, como nos lo permite la continuidad cinematográfica al mostrar frente a nosotros retazos de acciones en diferentes tiempos (al menos gramaticalmente hablando) en un mismo instante podemos acceder a recuerdos, o acciones pasadas, beber un sorbo de nuestro café en el presente y agendar reuniones que sostendremos la semana próxima, esta “facilidad” de poder acudir sin esfuerzo a cualquier tiempo verbal obliga a nuestra realidad a distorsionarse, dentro de cada conjugación eclosionan nuevas realidades, nuevas oportunidades que nos liberan del peso del tiempo presente, pero nos obligan a voltear nuestra mirada hacia acontecimientos que ya ocurrieron, y que están por ocurrir, ahora bien, el “recuerdo” al cual posiblemente accidentalmente accedimos a través de alguna red social quizá no sea un recuerdo positivo que queramos mantener en nuestra “memoria digital” entonces basta con arrastrar el dedo sobre el mouse pad y seleccionar la opción de “eliminar” para que automáticamente (después de la obvia pregunta ¿Estás seguro que quieres eliminar este recuerdo <Benditas redes, aun se burlan en nuestra cara al dedicarnos un click para eliminar algo indeseable o doloroso>) quede eliminado de nuestra huella digital, entonces, cualquier recuerdo bochornoso queda perdido entre el mar de información de las redes, pero no aparece más en nuestro perfil, cualquier ruptura amorosa, cualquier pérdida puede ser eliminada con el simple hecho de presionar un botón.

Una postura reveladora también resulta el análisis que Gilles Lipovetsky hace ante la apertura del tiempo, el tiempo, ahora alcanza el límite de lo maleable con el “tiempo a la carta”, en palabras del autor:

*Estamos asistiendo ya a la flexibilización del tiempo de trabajo-, horarios móviles o a la carta, trabajo intermitente. Más allá de la especificidad de esos dispositivos, se dibuja una misma tendencia que define los procesos de personalización: reducir la rigidez de las organizaciones, cambiar por dispositivos flexibles los modelos uniformes y pesados, privilegiar la comunicación respecto a la coerción.*¹⁰⁹

En la perspectiva de Lipovetsky resaltan dos cosas, la primera, la laxidad con la que el tiempo puede ser moldeado, la segunda, la necesidad de personalización del tiempo ante los requerimientos de la vida posmoderna, el francés al definir la hipermodernidad, a partir sí, de la posmodernidad, hace uso de manera indiscriminada de la técnica como motor de la misma, la perspectiva hipermoderna del tiempo va de la mano de la caída de las barreras geográficas y temporales, al poder comunicarnos de manera inmediata con el otro en polos opuestos del mundo, la geografía se descompone y posiciona (al menos desde el aspecto comunicativo) al otro al lado nuestro, además, al enviar y recibir mensajes de manera inmediata, sin dar el espacio temporal que la colocación geográfica del emisor y del receptor necesitara obliga a ambos a interpretar la realidad de una nueva manera.

Ahora bien, la apertura de la concepción del tiempo en la posmodernidad, podríamos relacionarla con la pérdida de la visión externa del tiempo, es decir, la caída de los meta relatos que sostenían a la modernidad, incluida su percepción y visión del tiempo obligan al hombre a buscar una nueva concepción del tiempo en sí, sí por una parte, entendemos que al desgarrarse el asidero ideológico del hombre posmoderno este queda huérfano de discursos, por lo tanto, el futuro no parece muy prometedor, además, si de alguna manera osamos relacionar la crítica al iluminismo con la posmodernidad, entendemos que además, el hombre desesperanzado de futuro, se ha quedado sin un pasado que lo motive a pensar en conjugar verbos en cualquier otro tiempo, lo único con lo que se queda el hombre

¹⁰⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *La era del Vacío*. España: Anagrama, 1990.p.20

posmoderno, es con el presente, ahora, este hombre posmoderno, navegando en un barco de presente continuo a punto de encallar en las costas de la hipermodernidad hace uso de todas sus fuerzas para mantenerse alejado de aquello que lo lleva a esa situación, las promesas salvíficas y progresistas de la ciencia y de la técnica, pero ahora, es víctima de su propia necesidad, el hombre posmoderno modifica entonces la realidad empujado por la ciencia y por la técnica, ahora, su balsa navega de manera más segura y veloz hacia la hipermodernidad, en donde le esperan las dulces mieles de una nueva realidad, una realidad matizada por aquello que Han ha denominado “la transparencia”, el hombre, ahora, el del presente ya no se deja engañar por la iluminada niebla de las promesas de la ciencia y de la técnica, ahora, atento a todo abre los ojos a la espera de que la realidad se muestre frente a él, los medios, le dan esta oportunidad, la oportunidad de poder ver y justificar aquello que ve y escucha, por lo tanto, a la par que el tiempo se vuelve líquido y constante, un presente continuo inmensurable, que se abre más allá de nuestros ojos, de nuestra propia percepción.

De alguna forma, pensar el tiempo, como una estructura rígida, lineal o cíclica, en la hipermodernidad se vuelve complicado (ya se dificultaba conceptualizar el tiempo desde la posmodernidad) ya que el tiempo, al igual que la religión y la ciencia se vuelven meta relatos, asideros ideológicos para justificar nuestra propia existencia, el tiempo, como lo podemos entender, de alguna manera si es lineal, si es progresivo y evolutivo, ya que de acuerdo con Heidegger, quizá la manera más tangible de poder percibir el tiempo es a través del movimiento, y es el movimiento precisamente el que lleva al cambio, éste, el cambio es precisamente lo que nos ayuda a entender el tiempo, el cambio en la luz, el cambio en nuestra piel, en el color de nuestro cabello, en la tonalidad de las hojas de los árboles, etc. Es por esto, que el tiempo, al entenderse como un meta relato más justifica nuestra propia existencia ya no desde un punto de vista externo, sino desde el cambio propio, nuestro propio desarrollo, la ciencia, con toda su fuerza buscaba desde diferentes perspectivas determinar dos cosas, en primera, el alcance propio de la ciencia y en segundo lograr romper las barreras del tiempo, de alguna manera, los

alcances del empuje científico en el tiempo son visibles sobre todo en la posmodernidad y en la hipermodernidad, si por ejemplo tomamos de nueva cuenta al cambio (el cambio físico) que el tiempo ejerce sobre nosotros, la ciencia de alguna manera buscó, y sigue buscando detener la influencia del segundero sobre nuestra forma de vivir, los productos de belleza, las cirugías estéticas, la implementación de la tecnología biomédica es una forma de aletargar la influencia del tiempo sobre nosotros mismos, de alguna manera, el tiempo, se diluye ya, en el propio ser humano, esto trae como consecuencia que la percepción de la realidad se constituya, desde la propia percepción personal, de una manera completamente diferente.

Ahora bien, si tomamos como referencia dos de las perspectivas fundamentales para Byung-Chul Han, podemos entender, que de alguna manera, el fin del tiempo lineal y del tiempo cíclico presupone el nacimiento de un nuevo tiempo, y por lo tanto de una nueva realidad, el tiempo lineal, en sí, trae consigo una apreciación misteriosa y de duda ante la realidad, ante aquello que está por venir, el tiempo lineal, de alguna manera fluye, desde el momento que ya pasó, creando rasgos significativos para el objeto en el tiempo presente, que de alguna manera, lo predeterminan a ser, o a hacer tal o cual cosa en el futuro, pero de ninguna manera (debido a la propia consecución del tiempo) le permitían tener la certeza de aquello que estaba por venir, ahora bien, si al tiempo en lugar de ponerlo o entenderlo como una serie de acciones consecutivas lo ponemos bajo la exhaustiva revisión posmoderna de la desconfianza de los meta relatos necesariamente debe de surgir un tiempo transparente, un tiempo necesariamente capaz de ser visualizado en su totalidad, de esta manera, el tiempo tiene que desgajarse y revisarse todo al mismo tiempo, es así, como para Han, resulta evidente el nacimiento de una nueva figura temporal, que vaya más allá del propio avance del tiempo, y sea capaz de examinar segundo a segundo lo que está sucediéndose, es precisamente, de esta forma como resulta una de las percepciones quizá más radicales, pero evidentes en la filosofía del surcoreano, en la búsqueda de la trasparencia y evidencia del tiempo y de los individuos, como de

sus acciones, resultamos caer de manera inevitable en el infierno de lo igual, debido a que el tiempo, ya no resulta misterioso y sorprendente, se convierte en una suerte de acciones capaces de ser rebobinadas una y otra vez con la facilidad de un click, es aquí, precisamente en donde se da un importante punto de unión entre el surcoreano y el francés Gilles Lipovetsky, ya que sería impensable comprender un tiempo atomizado (y por lo tanto transparente) sin adentrarnos en cierta medida en el término de lo “hipermoderno”, para el francés, la hipermodernidad resulta del auge y revolución de las herramientas de comunicación, las cuales permiten que los mensajes transmitidos sean enviados y recibidos de manera casi inmediata, además, la globalización informativa, más allá de la “Aldea Global” expuesta con McLuhan permiten al menos, en la virtualidad, disminuir las distancias.

De acuerdo con Han, Proust en su obra *En busca del tiempo perdido* ya encontraba cierta sensación de aceleración en la percepción del tiempo, ya que el hombre, al encontrarse frente a una realidad “cinematográfica” se encuentra ante una sucesión veloz de hechos, sin dejar oportunidad para una correcta contemplación de los acontecimientos que en cierta medida, le dan cadencia al tiempo, resulta entonces revelador entender cómo, gracias a las tecnologías de la información el tiempo, ya no lineal, ya no cíclico se convierte precisamente en un tiempo atomizado¹¹⁰ en un tiempo en donde mediante diversos mecanismos podemos tener acceso al menos, de manera frontal, con el pasado, y con el presente, el futuro, aun sin develar, en cierta medida se diluye ante la incapacidad de poder comprenderse en la extensión del tiempo presente, el futuro entonces ya no es entonces una estancia vacía que se va llenando con las acciones que se concretan en el presente, el futuro se vuelve más bien, un vacío que al no ser capaz de provocar una satisfacción inmediata, resulta más sencillo, dejarlo de lado, quizás de alguna manera Han deja de lado un párrafo que resulta metafóricamente contundente en la percepción del tiempo para Proust, en donde éste (Proust) deja en claro que la percepción del tiempo (Como sucesión, pero quizás decantando entre líneas que cualquier percepción del tiempo) es exclusiva del hombre.

¹¹⁰ HAN, Byung-Chul. Op,Cit. p.20

(...) *Porque, al fin y al cabo, ni la guía ni los trenes se habían hecho para los perros. Si se ponía en conocimiento del público por medio de impresos que a las ocho salía un tren que llegaba a Pierrefonds a las diez, es porque el acto de ir a Pierrefonds era perfectamente lícito, y no requería el permiso de Odette (...)*¹¹¹

En esta retórica, el ferrocarril (de acuerdo con Han) se vuelve un entramado entre pasado y presente, el cual, es exclusivo de los hombres, de igual forma, Proust nos deja ver que el tiempo avanza aun a pesar de nosotros, ahora bien, de acuerdo con San Agustín, el tiempo se traduce en acción, en la expresión del paso del mismo sobre el objeto, entonces, el hombre se vuelve temporal y se vuelve acción en cuanto el tiempo se ejerce en sí, de alguna manera, sin acción, no existiría el paso del tiempo, o la expresión del tiempo sobre el objeto mismo sería imposible de percibir. De alguna manera, la razón nos mantiene atados a la percepción del tiempo, como Proust evidencia, la consecución de acciones en línea temporal (o en espiral, ciclo, etc.) es exclusiva del hombre ya que en cierta medida, le permite a si mismo fundamentar la realidad de una manera clara, y hasta cierto punto lógica, Han entonces propone una percepción del tiempo que va más allá del camino lógico del tiempo, en cierta medida, el hombre sigue atado al tiempo presente, pero posee la capacidad de fragmentar el tiempo y de volver al vivirlo, las redes sociales se vuelven un archivero bibliográfico mediante el cual podemos acceder al pasado de manera inmediata, deslizando el dedo sobre la pantalla, sin embargo, ¿De qué manera la capacidad de ver el pasado en el tiempo presente (ya no a manera de recuerdo, más bien de manera virtual) resquebraja la percepción de la realidad? Pues quizás, en un primer momento lo más evidente es el consumo del tiempo presente en el tiempo pasado, es decir, la visualización de acontecimientos que ya sucedieron en un momento que está sucediendo, quizás esto pueda parecer normal o poco significativo, después de todo, ya teníamos fotografías y la capacidad de

¹¹¹ PROUST, Marcel. *En busca del tiempo perdido*. España. Ed. Alianza. 1998 p.190

poder acceder al pasado, la complicado resulta cuando el hombre (auto explotable) busca la optimización del tiempo a partir del tiempo presente, en herramientas que le permiten tener acceso al tiempo pasado y dar (de ser posible) saltos al tiempo futuro, en cierta medida, la realidad actual se decanta en el uso constante de las tecnologías de la información a su vez, éstas, crean una realidad ya no supeditado al tiempo, sino desarrollando nuevos tiempos en sí, un tiempo pasado al cual podemos acceder en el presente, un tiempo presente que se aplica en el tiempo pasado, y el tiempo futuro, que más allá de nuestra propia capacidad intuitiva, se vuelve transparente en la propia transposición personal del yo... Al final vivimos en una constante ley de continuidad, en donde tenemos acceso a la información de manera inmediata, los acontecimientos informativos se pueden pausar para revisarse después, en un futuro que colgamos de #la nube", las herramientas globales de comunicación desgarran las fronteras y todo se vuelve un mismo tiempo, en Tokio ya no es de noche, es la hora que señala el reloj de mi ordenador.

El desierto de lo real y el síndrome de París

*¿Qué es real? ¿Cómo defines lo real?
Si estás hablando de lo que puedes sentir,
O lo que puedes oler,
lo que puedes saborear y ver,
entonces lo real son simplemente señales eléctricas
interpretadas por tu cerebro.¹¹²*

De acuerdo a estudios realizados por el psiquiatra japonés Hiroaki Ota, “*Tras mudarse a París, más de cien japoneses se hunden cada año en un estado extraño, denominado "Síndrome de París", una depresión que puede convertirse en una ilusión de persecución o en intentos de suicidio. Que se dispara después de tres meses en Francia*”¹¹³ de alguna manera, esto, parecería encerrarse en estudios meramente psiquiátricos o psicológicos, sin embargo, el trasfondo que evidencia el surgimiento de este tipo de síndromes o trastornos saca a flote problemáticas comunicacionales, ideológicas y ontológicas que van más allá del propio estudio de la mente. De acuerdo con Ota, al menos 63 japoneses tienen que ser repatriados cada año a su país natal a causa del “síndrome de París” algunos incluso sin vivir en la ciudad francesa, Ota menciona tres posibles causas para que dicho síndrome se desarrolle, el primero, la dificultad del japonés para adaptarse a la vida individualista occidental; en segundo lugar, el choque cultural y por último la idealización de París por parte del japonés, esto, representa en sí mismo un choque tajante entre la imagen mental que los japoneses tienen del París idílico, romántico y bello, en contra de la urbe francesa, caótica, insegura y contaminada, este choque, entre la imagen deseada contra la realidad trae consigo consecuencias que pueden llegar a ser fatales para quien es golpeado de manera contundente por el

¹¹² MORPHEUS (Laurence Fishburne) PELÍCULA. *The Matrix*. Prod. Warner Bros. Dir. Lily Wachowski; Lana Wachowski. E.U.A. 1999

¹¹³ LEVY, Audrey. *Des Japonais entre mal du pays et mal de Paris*. Liberation. 13 de diciembre del 2004. Recuperado desde: <https://next.liberation.fr/vous/2004/12/13/>

desencanto, sin embargo, y tal vez sin saberlo, como individuos “tecnologizados” día con día enfrentamos a nuestra mente a un constante choque entre lo virtual, y lo real, de alguna forma, el síndrome de París se vuelve una constante en nuestra vida cotidiana.

¿Cuáles son los factores que empujan al individuo a buscar satisfacer sus necesidades en un entorno virtual? ¿De qué manera el desencanto del hombre hacia los mecanismos “modernos” lo llevan a decantarse a buscar una opción virtual al mundo real? ¿Hasta qué punto la percepción de la realidad se ve trastocada por la virtualidad? ¿Qué sucede cuando se rompe la barrera entre el mundo real y el mundo virtual? ¿Es real el mundo en el que vivimos, o es sólo una simulación? Quizá, estas son sólo algunas preguntas que puedan surgir al momento de observar hacia nuestro alrededor en algún restaurante o cafetería, cuando comensales, incluso en nuestra misma mesa, parecen sumidos, atrapados por la luz mortecina que emana de la pantalla táctil de los dispositivos móviles, cuando vemos sonreír o enfadarse a alguien que sostiene un teléfono inteligente entre sus manos, ¿En verdad el hombre quedó tan cansado de la modernidad que prefiere evadir los rescoldos aun humeantes del pensamiento “moderno”? o ¿Será que la “modernidad” se ha ampliado y vuelto un monstruo que todo lo devora y es imposible de asesinar? Sin duda, la “Crítica al iluminismo” de Horkheimer y Adorno, el estudio de “La condición posmoderna” de Lyotard y la revisión al posmodernismo de Jameson asestaron un golpe sofocante y profundo en el pensamiento “moderno”, sin embargo, como un perro, agazapado y a la espera, la modernidad ha caminado al margen de la propia posmodernidad, dando dentelladas de vez en cuando, buscando una oportunidad para emanar, reluciente y limpita de nueva cuenta, si, por una parte, el pensamiento “científicista” hegémónico de la modernidad pareciera haber quedado de lado, ahora, lo más importante no es la ciencia, ni si quiera la técnica, es más, pareciera que se ha quedado de lado incluso ese sueño febril que llamábamos “humanismo”, todo cayendo en las oscuras fauces de este nuevo cerbero.

Sin duda, en esta nueva era, “hipermoderna” e inmediata, la virtualidad surge como una respuesta al camino ya trazado por la revolución tecnológica, de alguna manera, y de nueva cuenta, la posmodernidad desgarra una realidad “mecánica y científica” para dejar al individuo perdido y huérfano, ¿El primer lugar para encontrar una explicación para su existencia? El evidente, en sí mismo, este desencuentro, búsqueda y reencuentro crea sobre la percepción del individuo una coraza individual que da pie a la propia hipermodernidad.

*El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente.*¹¹⁴

Para Lipovetsky, la que quizá sea la principal característica de la hipermodernidad sería, sin lugar a dudas, la individualidad. El hombre al desencantarse de los discursos modernos de subordinación hacia la ciencia y la técnica busca dentro de sí mismo (y de su “desarrollo”) la respuesta el vacío en el que fue arrojado con el pensamiento posmoderno, es aquí, precisamente en esta búsqueda en donde el pensamiento de la “técnica” emerge como una solución al problema de nuestra “nueva realidad” la técnica entonces ya no es esa aplanadora avasallante que camina al lado de la ciencia, la técnica ahora se convierte en el agente de relaciones públicas de la ciencia misma, la técnica, ahora habla a nombre de la ciencia, y es la hipermodernidad la que empuja a la ciencia, (y si, aun al discurso salvífico de la modernidad) dentro del desarrollo colectivo del hombre, quien cree rotos los hilos que lo unen con el resto de la colectividad, en pro del desarrollo personal.

En cierta medida, la “evasión de la realidad” no es exclusiva de los “tiempos hipermodernos” podemos ligar el uso de ciertas plantas y sustancias en busca del

¹¹⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío* España. Ed. Anagrama. 1990 p.8

mismo fin, ya sea, evadir la realidad, o entrar en nuevos planos de existencia (para fines prácticos, lo mismo), existen pruebas fehacientes que en el paleolítico ya se usaban ciertas sustancias para fines mágicos y militares¹¹⁵, lo que evidencia la búsqueda de “nuevas realidades” por parte del hombre desde tiempos remotos, las justificaciones “mágico-religiosas”, “metafísicas” o “trascendentales” al final caen en una sola respuesta: La búsqueda de nuevas alternativas a nuestra realidad, sin embargo, los mecanismos para encontrar estos “portales” siempre han necesitado del consumo de alguna sustancia, planta o tecnología para lograrlo, incluso prácticas biológicas y mecánicas como la respiración profunda propuesta por el ejercicio del “pranayama” o la meditación del yogui le permiten al practicante desconectarse de la situación real actual para mantener su mente y su cuerpo en estado de calma, sin embargo, el empuje hipermoderno de la individualidad desarrolla en el hombre una necesidad “inmediata” por alcanzar este desprendimiento, no es en vano el re surgimiento de corrientes filosófico-religiosas y metafísicas que buscan de alguna manera motivar en el pensamiento individual ese “desconecte” de lo real, de alguna manera, en el vacío de los tiempos “hipermodernos” los discursos metafísicos radicales se empoderan en la propia necesidad particular de encontrar una nueva explicación para el espíritu humano, un espíritu confundido y volátil ante las nuevas opciones de salvación.

De alguna manera el esloveno de Slavoj Zizek al usar la tinta del trabajador alemán¹¹⁶ en su introducción al libro “Bienvenidos al desierto de lo real” crea la que quizá se convierta en la principal de las divisiones de la realidad en la actualidad, ya que de alguna manera, al establecer una “explicación de la realidad” a través del color de la tinta marca una referencia (más como un estándar que como una comparación) de la realidad misma, ya que al establecer el color de la tinta en referencia a la verdadera “realidad” esquematiza y divide lo real, de lo falso, estas primeras líneas en la obra de Zizek el autor nos hace ver de manera quizá sí,

¹¹⁵ IKASKUNTZA, Euzko. *Drogas: Antecedentes históricos, situación actual y hábitos de consumo*. Euskomedia. 2011. Recuperado desde

<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/04/04139158.pdf>

¹¹⁶ ZIZEK, Slavoj, *Bienvenidos al desierto de lo real*. España. Ed. Akal. Pag.7 2005

metafórica, pero no por ello menos contundente como utilizamos ciertas medidas para comprender y dividir la realidad, ésta (la realidad) la tamizamos con todo aquello que accede a través de nuestros sentidos, por lo que la realidad varía de individuo en individuo, desde el punto de vista Gadameriano podemos entender, de nueva cuenta como se menciona en el capítulo uno, como la realidad puede más que ser una concepción subjetiva de la creación de nuestra mente a través de los estímulos percibidos, una construcción objetiva, social y hasta cierto punto, funcional, tomando en cuenta esto, la realidad (y acceder a esta) es entrar en un mundo social, colectivo que surge de la suma de las subjetividades, impresas en un lienzo global, por lo tanto, la percepción propia, individual y subjetiva de la realidad se vuelve más una construcción colectiva impulsada por los valores imperantes en la sociedad actual, esta manera de percibir, y de entender la realidad es precisamente de la que parte Zizek para explicar la dualidad entre el desierto de lo real y la necesidad apremiante de encontrar una realidad tangible, Zizek, por una parte redime la necesidad “violent”¹¹⁷ de encontrar una realidad sensible, el autor pone como ejemplo el filme *El imperio de los sentidos* para demostrar como en el siglo XX la violencia ejercida a través del control de la sexualidad determina de manera aplastante nuestra percepción de la realidad, es esta “Pasión por la realidad” la que empuja al hombre del siglo XX y del siglo XXI a buscar nuevas formas de vivir y de explotar su propia realidad.

En cierta medida, y tomando en cuenta lo mencionado por Zizek, podemos entender la preocupación de Lipovetsky en cuanto a la homogenización de la sociedad, ya que la conceptualización y adopción del “ideal moderno” en donde todo parece ser igual determina una concepción de la realidad homogénea, igual. Ahora bien, de acuerdo al autor esloveno esta excesiva pasión por lo real más que determinar nuestra propia percepción de la realidad enfrenta de manera directa nuestra percepción y nuestra capacidad para entender la realidad, a veces, el desierto puede ser cruel, desgarrador y violento, como la realidad misma, es en esta excesiva “pasión por lo real” lo que de alguna forma retoma Han al hablar de

¹¹⁷ ZIZEK, Slavoj. Op.Cit. p.11

la transparencia, quizá Zizek lo maneje desde un punto de vista más visceral, mas Zizek vaya, pero con la misma finalidad, hacernos ver o motivarnos a entender que ese excesivo enfrentamiento con la realidad muchas veces hace que volvamos la vista hacia otro lado en lugar de enfrentarnos a la realidad misma, ya que es en palabras de Zizek, ese “*límite extremo lo que produce una transformación, cuando nos acercamos en exceso al objeto*”¹¹⁸, muchas veces, desde el punto de vista de Han y de Zizek, acercarnos demasiado a la realidad, transparentarla y volverla evidente nos enfrenta a las dificultades de la realidad misma, a una misma monotonía, un mismo trabajo, un uniforme color salmón, el mismo café, con las mismas cucharadas de azúcar, en la misma taza de porcelana blanca y un sin ‘numero de etcéteras que de alguna manera pueden volver infernalmente cotidiana la realidad, como menciona Trent Reznor en “*Every day is exactly the same*” la perturbadora pero no menos acertada canción de la banda de rock progresivo Nine Inch Nails:

*I Believe I can see the future
Cause I repeat the same routine
I think I used to have a purpose
Then again, that might have been a dream*¹¹⁹

Reznor en una canción adopta la que quizá sea una de las más impactantes problemáticas de la sociedad posmoderna, una sociedad que más allá de la ansiosa necesidad por la moda y la información, se vuelve apática e intolerante a la realidad, una realidad que ya no le es suficiente, una sociedad cruel (las noticias nos llevan de la mano a caminar entre desmembrados por el crimen organizado y por algún campamento de niños muriendo de hambre en Kenia), una sociedad cotidiana y monótona, como menciona Byung-Chul Han:

¹¹⁸ ZIZEK, Slavoj. Op.Cit. p.12

¹¹⁹ REZNOR, Trent. *Every Day Is Exactly The Same* En Album: With Theet. E.U.A. Prod. Interscope/Nothing. 2005

*Los tiempos en los que existía el otro se han ido. El otro como misterio, el otro como seducción, el otro como eros, el otro como deseo, el otro como infierno, el otro como dolor va desapareciendo.*¹²⁰

Para Han, Zizek y Reznor la monotonía ejerce una latente influencia en el hombre por buscar algo más allá de la realidad, algo que satisfaga la propia necesidad del hombre de romper esa monotonía en la que de alguna forma, la caída de los meta relatos nos han dejado. El hombre entonces busca crear e implementar mecanismos para ir “más allá” de la realidad, ya no en un “más allá” metafísico, espiritual que pueda ser abordado a través de la exploración de diferentes “planos”, más bien, un “más allá” que se tenga acceso al presionar un botón, al consumir tal o cual pastilla (quizá no roja ni azul) o al hacer scroll el news feed de cualquier red social, ahora, a través del deslizar nuestros dedos, al hacer click, presionar los botones de algún mando o voltear la cabeza con un casco de realidad virtual, se abren las puertas a nuevas realidades, mucho más excitantes que la propia realidad, pero de alguna manera, aun con el velo controlable del botón que puede apagarlo todo si de alguna manera esa “nueva realidad” nos pareciera abrumadora o terrorífica, (Basta con jugar treinta minutos del nuevo Doom Eternal para hundirse en el mundo más gore y violento posible), y si, quizá muchos de los videojuegos modernos nos muestren la posibilidad de enfrentarnos a nuestros propios miedos desde una perspectiva controlable, pero no por eso, lo vuelven menos reales (al menos desde el punto de vista sensible) que la “realidad” real.

Ahora bien, retomando al doctor Ota, el síndrome de París enfrentaría de manera directa al “usuario”, (Ya sea de un videojuego, medio o red social) con su propia realidad, si el síndrome de París causa afecciones físicas y psicológicas en los japoneses que visitan la capital europea, no es de sorprendernos que a la sociedad contemporánea al enfrentarse con la realidad le cueste tanto trabajo,

¹²⁰ HAN, Byun-Chul. *La expulsión de lo distinto*. México. Ed. Herder. 2017 p 5

avanzar en el trabajo, comprar una casa, una “televisión jodidamente grande”, o formar una familiar, ya que de manera escandalosa, la realidad no se parece a lo que quisiéramos que fuera la realidad, en esto, la comunicación juega un papel fundamental, ya que los mecanismos comunicacionales utilizados para mantenernos informados en la actualidad se enfrentan a los mismos tamices que nuestra propia percepción de la realidad, como se explica algunos temas antes, la realidad actual es “pornográficamente” transparente, por lo que se pierde el sutil velo del ocultamiento de aquello que no queríamos o no podíamos ver, (aún recuerdo a mi mamá tapándome los ojos cuando aparecía alguna escena con tintes sensuales en alguna película en el “cine-permanencia voluntaria de canal cinco”), ahora, la realidad se muestra (o se pretende) tal cual es, pero es precisamente en este “mostrar”, en donde radica la necesidad del hombre por buscar algo que lo lleve más allá, a explorar nuevas tierras, (virtuales o no), a probar nuevos sabores, nuevas texturas, nuevas sensaciones y emociones que arranque de encima suyo el infierno de lo igual que nos deposita en el desierto de lo real.

Para Zizek, uno de los principales problemas que tiene el hombre posmoderno es precisamente el enfrentarse a estas dos realidades, aquella que lo ata aun plano existencial fisiológico en donde se tiene que comer, dormir, etc. Y una avasalladora nueva realidad en donde puede obtener lo que desea, el problema radica (para Zizek) en que es precisamente el “alcanzar lo que se desea” aquello que jala al hombre a la infelicidad,

En nuestra vida diana, deseamos (o pretendemos desear) cosas que no deseamos realmente, de modo que, en último término, lo peor que nos puede ocurrir es que logremos lo que «oficialmente» deseamos.¹²¹

¹²¹ ZIZEK, Slavoj. Op.Cit. p.52

Para el esloveno es esta dualidad lo que lleva en si misma a la felicidad a ser una de las peores hipocresías del mundo contemporáneo, ya que aquello que tenemos postulado como felicidad, pretende ser esquemáticamente inalcanzable, esto, obliga al hombre a buscar nuevos mecanismos para ser feliz, nuevos mundos, nuevas expresiones artísticas, nuevas tecnologías que nos “distraen” de la realidad “fisiológica” para dejarnos sonrientes y deseosos de la nueva realidad virtual.

Quizá, el conflicto ocasionado por el choque entre lo que podríamos llamar el “desierto de lo real” y “la realidad” parezca un tema referente a la psicología o a la psiquiatría, destinado a encasillarse como “ansiedad” o “estrés”, la realidad es que esta percepción de la realidad va más allá de la comunicación, de la psicología y de la técnica, el problema trae en sí mismo la construcción de una realidad sobre la realidad misma, una “simulación” , en palabras de Baudrillard:

La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal.¹²²

Desde el punto de vista de Baudrillard la hiperrealidad, sería la creación de un modelo sobre un modelo establecido, por lo tanto, un modelo cimentado en la realidad, pero distante de ella en la propia sustancia ontológica del modelo anterior, pero ¿En qué se basa la disparidad entre la realidad y la simulación? Si tomamos en cuenta la impactante apertura de “Cultura y simulacro” el francés nos hace ver como en Borges la imitación realizada a través del mapa “hiperreal” del imperio, al final resulta hecha girones ante la caída del imperio mismo, al final, (De acuerdo con Baudrillard) imitación y realidad terminan regresando al origen, ya que “(...) pues no es raro que las imitaciones lleguen con el tiempo a confundirse con el original”¹²³ por lo tanto, la imitación, no supera a la realidad, al menos en cuanto a su sustancia

¹²² BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. España. Ed. Kairos. 1993 p.5

¹²³ BAUDRILLARD, Jean. Op.Cit. p.5

finita, a pesar de los ávidos deseos de perpetuar nuestra existencia más allá de nuestra realidad a través de la simulación... más preocupante aun, es la conclusión a la que llega Baudrillard sobre el relato de Borges, ya que de acuerdo con el autor, al final, la importancia ya no radica en el mapa, ni en el imperio, la importancia, en última instancia queda en los jirones despedazados del mapa deshecho, ya que es lo único que queda del imperio alguna vez poderoso y magnífico, lo único que quedaría por lo tanto de lo que alguna vez fue real serían los propios despojos del reino a través del mapa, la realidad a través de la simulación.

En Baudrillard encontramos también la introducción a uno de los temas que se tratarán más adelante, la importancia de la imagen, y sobre todo la iconografía como representación de la realidad, una realidad que es adaptada completamente por la simulación de la imagen, de acuerdo con el autor francés:

- *Es el reflejo de una realidad profunda.*
- *Enmascara y desnaturaliza una realidad profunda.*
- *Enmascara la ausencia de realidad profunda.*
- *No tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su propio y puro simulacro.*¹²⁴

En cuanto al carácter simbólico de la imagen, Baudrillard nos da a entender de manera franca, como, de acuerdo a la relevancia que la imagen tiene en la actualidad, la creación de simulaciones va ligada, casi de manera obligatoria con la creación simbólica de íconos que de alguna forma, se representen el “lo real”, de nueva cuenta, la legitimidad de lo transparente propuesto por Han adquiere fuerza, ya que de alguna manera, al “transparentar” la realidad, tal cual se pretende que sea, ésta cae en el peligro de convertirse en un montaje, quizá el mejor de los montajes, una “simulación” tan exacta como el mapa de Borges.

¹²⁴ BAUDRILLARD, Jean. Op.Cit. p. 14

Ahora bien, una cosa es la “creación o producción de realidades” y otra muy distinta caer en las fauces abiertas de las nuevas simulaciones, ¿Cuál es ese mecanismo que empuja al “usuario”, al “público” a dejarse caer en la simulación? Como ya pudimos ver párrafos arriba, la caída de los meta relatos como asidero ideológico que proponía la modernidad dejaron al hombre posmoderno huérfano de “algo” en que creer, es precisamente aquí, en esa orfandad en donde la hipermodernidad lipovetskiana ataca de manera aplastante a nuestra propia concepción de la humanidad, ahora, en ese ser “vacío narcisista” acatamos aquello que nos dicen los medios con desconfianza, pero también con estúpida obediencia, en palabras del autor:

(…) *El narcisismo ha abolido lo trágico y aparece como una forma inédita de apatía hecha de sensibilización epidérmica al mundo a la vez que de profunda indiferencia hacia él: paradoja que se explica parcialmente por la pléthora de informaciones que nos abruman y la rapidez con la que los acontecimientos mass-mediatizados se suceden, impidiendo cualquier emoción duradera.*¹²⁵

Lipovetsky entonces plantea una de las principales características para el desarrollo de la simulación y sobre todo del desprendimiento propio del “Yo” real en pro de un “Súper Yo” virtual, en donde la creación ideológica de una visión global de aquello que represente los valores más inalienables del “hombre actual” (ya no moderno, posmoderno o hipermoderno, sino más bien entendido en un concepto de moda o fashion como lo manejaría el mismo autor en “*El imperio de lo efímero*”) es así, como los valores mediáticos, multimediatícos y globales se superponen a los valores personales, pero preocupantemente para el mismo autor, también parten de la propia personalización narcisista de la realidad, pero es este mero ensimismamiento el que le impide al “usuario” asirse de una realidad “real” sino que busca, dentro de su propia escala de valores mediáticos una realidad que se

¹²⁵ LIPOVETSKY, Gilles. *Op.Cit.* p.52

adecúe más a lo que él considera adecuado, o verdadero, tan es así, que las redes sociales están creadas en torno de los “intereses” o “gustos” personales, creando en el usuario una sensación de pertenencia global mediante la afinidad a temas o contenidos específicos, lo cual es crucial en la filosofía de Castells, lo realmente complicado radica en que es precisamente esta virtual pertenencia la que empuja al usuario a mantenerse cautivo de los contenidos creados para mantenerlo pasivamente al tanto de lo que se produce. Por otro lado, es el usuario quien, como objeto mediático y creación de sí mismo, se inserta a sí mismo en esta escala de valores mediáticos socialmente aceptados que termina creando o encerrando su propia realidad en una simulación, por lo que aquello que muestra a través del nuevo panóptico que son las redes sociales es únicamente aquello que sirva para potenciar la propia simulación que se ha creado de sí mismo, y de repente todos se vuelven expertos todólogos, críticos, economistas, respetables ingenieros ambientales, médicos, etc. Con tal de seguir viviendo detrás de la simulación que la virtualidad le permite, nos volvemos avatares perfectos de nosotros mismos.

El síndrome de Paris entonces, nace en el hastío de enfrentarnos a nosotros mismos con nuestro propio “desierto de lo real”, cuando a manera personal conocemos a quien está detrás de la pantalla y más allá del inconsciente platonismo con el que admiramos a las nuevas figuras públicas que las redes han creado, nos damos cuenta que todo aquello, que habíamos idealizado a través de la pantalla no es más que una simulación creada con el objetivo de volvemos ávidos consumidores de contenidos mediáticos, caemos entonces, en un baile de máscaras, en donde los avatares se contonean con finísimos trajes de diseñador, con bellísimos vestidos victorianos simulando un perfecto mundo feliz, estúpidamente creado a la medida de satisfacer la más violenta de nuestras “pasiones” y permanecemos enajenados detrás de la pantalla anhelando poseer aquel cuerpo que pornográficamente ha sido puesto frente a nosotros y compramos fajas reductoras, cremas milagrosas, mandos a distancia, cultura, con tal de seguir viviendo esa simulación, que aun creemos, se llama realidad.

El problema del lenguaje

Todo aquello que el hombre en el comienzo oyera o viera con sus ojos...

O palpara con sus manos fue... palabra viva; [...].

Con esta palabra en la boca y en el corazón,

El surgimiento del lenguaje fue tan natural,

*Tan cercano y ligero como un juego de niños.*¹²⁶

La comunicación, como necesidad busca poner en común los mundos de la diversidad de interlocutores, surge como el elemento indispensable para la vida en comunidad, y sobre todo, para la apropiación del mundo a través del lenguaje. El uso de códigos para poder crear y limitar la realidad de alguna manera determina cómo, mediante el propio dichos códigos, entendemos el mundo. En un mundo globalizado y desde un punto de vista, transparente, el lenguaje o los lenguajes lejos de simplificar el proceso comunicacional, parecen dificultarlo, quizás no por la diversidad de códigos o lenguas empleados en la transmisión de un mismo mensaje, sino más bien, en la multitud de factores que entran en contacto con el proceso de significación de aquello que nos rodea.

Una de las principales dificultades la evidencia Jameson en su ensayo “*El Posmodernismo como Lógica cultural del capitalismo tardío*” en donde en el punto tercero “*La ruptura de la cadena de significantes*” afirma que:

“El mensaje se genera en el movimiento de significante a significante: lo que generalmente denominamos significado — El mensaje o contenido conceptual de una expresión— tiene que ser considerado ahora como un efecto-mensaje, como el

¹²⁶ Johan Georg Hamann en el ensayo “*Sobre el lenguaje en general y sobre el lenguaje de los hombres*” de Walter Benjamin.

espejismo objetivo de significación generado y proyectado por la relación de los significantes entre sí".¹²⁷

En la afirmación de Jameson caben destacar entonces varios factores, el primero y quizá del que se generan todos los demás, la propia relación que existe en la significación del término, el cual rompe con la relación tradicional de "Significado – Significante" para transformar ésta en una nueva relación "Significante – Significante" ,podría parecer algo sencillo (para un lingüista, e incluso para un semiótico purista puede parecer escandaloso) pero el mero ejercicio de pensar en el cambio en el efecto de dicha relación complica la propia concepción del lenguaje en la actualidad, entonces ¿De qué manera el lenguaje determina la correlación hombre-realidad en un mundo global? Y sobre todo, ¿De qué manera la relación entre significantes determina la relación comunicacional entre hombres?

La respuesta, de ninguna manera podría ser sencilla, sobre todo en un mundo en el que el número de códigos parece interminable, en donde la hegemonía de Inglés parece colocarse por encima de las demás lenguas y en donde las capacidades comunicacionales a través de determinados códigos parece completamente diferente, el lenguaje, es de por si un tópico complejo, en la actualidad en un mundo pequeño, en la aldea global de McLuhan y en la sociedad red de Castells, la implementación de lenguajes hipertextualizados se vuelve elemental para una "pasable" interpretación del mensaje, si por un lado, poseemos la capacidad de crear relatos hiperreales a través de la simulación y cada una de éstas simulaciones posee códigos particulares, al final, resulta más sencillo crear significantes que respondan a otros significantes, sin la relación tácita a un significado, esto trae como consecuencia una correlación infinita entre significantes, lo cual en un mundo mayoritariamente visual facilita la relación semiótica, esto, vuelve al complejo diagrama comunicacional en un aún más complejo sistema de intercambio de información, ya que corresponde al emisor crear un complejo mecanismo correlacional de significantes para que el receptor tenga la capacidad

¹²⁷ JAMESON, Fredric. *Ensayos sobre posmodernismo*" Argentina. Ed. Imago Mundi. 1991. p.48

de decodificar, comprender y transformar los significantes en un significado claro, es decir, trasponer de una forma clara el “*que es y para qué sirve*” en un objeto capaz de responder a dicho “objeto formal”.

Ahora, por un lado tenemos la dificultad propia de la constate concatenación entre significantes como elementos simbólicos, además, en la aldea global existe el evidente problema de la diferencia de códigos con los cuales buscamos comunicarnos, la variedad de idiomas, y la imposición de unos sobre otros dificultan la comunicación “real” con nuestros interlocutores o audiencias, por otro lado, no todos los sistemas lingüísticos trabajan de la misma manera, pero de alguna forma, todos funcionan mediante partículas gramaticales y sintácticas que le dan sentido y trascendencia, entonces, como menciona Pinker,¹²⁸ la labor sintáctica debe de llevar a cabo la tarea de volver los pensamientos, elementos comunicacionales eficientes que permitan ser comunicados, lo complejo resulta precisamente en la “necesidad” hipermoderna de comunicarnos con personas de latitudes cada vez más distantes, lo cual, de entrada nos enfrenta a códigos lingüísticos que no conocemos, por lo que el estudio y conocimiento de otras lenguas se vuelve elemental para la transmisión de información, y de nueva cuenta, como se comenta en el capítulo II, el acceso a la información, y por ende, a nuevas formas y códigos para poder comunicarse son precisamente quienes tienen la ventaja política, económica y social para poder hacerlo, de alguna forma, Castells ya hablaba sobre esto, pero él buscaba desarrollar un sistema de “red” en donde todos pudieran comunicarse de igual manera, suponiendo que pudiéramos ser pares, cuando la realidad del orbe es que la propia información, la comunicación y el acceso a ésta se estratifica de acuerdo a la capacidad económica de los usuarios, esto, deja la puerta abierta para una nueva forma de control comunicacional, ya que ahora, aquellos organismos, estados, empresas o individuos que tienen una mayor capacidad de producción de contenidos son quienes dictan la pauta de los códigos a utilizarse para el intercambio de información, no es azaroso entonces que el inglés sea la lengua más utilizada en el mundo (a pesar de no ser la lengua con un mayor

¹²⁸ PINKER, Steven. *El instinto del lenguaje*. España. Ed. Alianza. 2001.

número de personas que lo hablen), ya que la capacidad de producción de mensajes por parte de los Estados Unidos de Norte América es mayor a la de cualquier otro punto del orbe, esto facilita que sus mensajes sean recibidos por un mayor número de personas, y por lo tanto, tener que ser decodificados de una lengua a otra.

Lo anterior, genera un sinnúmero de pensamientos, quizá, la hegemonía lingüística y comunicacional de tal o cual estado o institución facilita un mayor desarrollo sociocultural en el contexto de la aldea global, quizá, el desarrollo, surgimiento y relevancia de los nuevos códigos lingüísticos simbólicos permiten un acercamiento más adecuado al intercambio comunicacional sin la necesidad de hablar la misma lengua, quizá, todo termine convertido en una nueva torre de babel en la que todas las lenguas terminen convertidas en un galimatías global.

La facilidad que presume desarrollarse en un mundo globalizado en cuanto a la velocidad e inmediatez de los proceso de adquisición de información a su vez se convierte en una de sus más grandes flaquezas, ya que el proceso informativo fluye sin ser codificado con la finalidad de ser decodificado de manera correcta por el receptor, esto aumentado por la dificultad de la incompatibilidad de códigos lingüísticos convierten al inmenso mar de información inmediata en una suerte de pantano incomprendible para los receptores, quienes cercados por una estructura lingüística y comunicacional propia (creada por haberse desarrollado bajo cierto contexto específico y bajo un código establecido) carecen de las herramientas necesarias para poder comprender esta nueva "realidad" lingüística y comunicacional que los abarrotan, el lenguaje, como tal se queda corto para poder describir aquello que tiene que definir, por lo tanto (como lo expone Pinker, queda en un proceso "a medias" entre la semantización y la simple percepción del concepto, el objeto, se vuelve entonces en algo indefinible, pero de fácil interpretación, para que el receptor, (sin entender bien que es lo que escucha, ve, siente, huele o saborea) acepte como cierto aquello que le es enviado, de alguna manera el receptor se ha convertido en una elemento cautivo (que no pasivo) del

proceso comunicacional, al ser cambiado del ente reconstructor del mensaje a un simple nicho de recepción y consumo, la parte fundamental radica en la capacidad actual de la audiencia para convertirse a sí misma en productores de mensajes mediante el uso activo de las redes sociales, esto, crea de alguna manera pequeños nichos lingüísticos que van más allá del desarrollo propio de la lengua, esto cual espada de Damocles crea en los nuevos “productores” en las nacientes “figuras públicas” la sensación de seguridad en cuanto al manejo de los códigos usados (audiovisuales, lingüísticos e incluso morales), sin tomar en cuenta que el manejo semiótico de los propios códigos acuñados, retomados, reciclados o incluso idiotamente adaptados puede causar un daño irreversible sobre sí mismos y la percepción de la realidad de la audiencia que se mantiene cautiva a los mensajes transmitidos, basta recordar a ejemplares tan efímeros que buscaban mantenerse en el ojo de la vida pública como Marcela Aguirre, mejor conocida como “La Mars”, quien haciendo uso de la retórica de hartazgo y del ardid adolescente logró catapultarse como líder de opinión entre los jóvenes mexicanos gracias al uso de símbolos lingüísticos, visuales e incluso histriónicos para hacer pasar un berriche o mensaje personal como algo legítimo. De esta manera, el lenguaje se cambia de lugar, de ser la manera mediante la cual podemos medir y ordenar la realidad a una mera herramienta funcional en pro de decir lo que se cree y se siente.

Sería poco productivo entrar de nuevo en el debate del uso del lenguaje, que si Heidegger, que si Wittgenstein, Gadamer o Defour, a fin de cuentas, la propia carga funcional o poética del lenguaje y del código va de la mano de la época y de la decodificación que los usuarios den de éste, en la actualidad resulta relevante y complejo el estudio del lenguaje debido al amplio abanico de posibilidades desde donde puede ser abordado, pero sobre todo por el profundo impacto que el lenguaje tiene en la vida cotidiana del hombre, ya que éste, al igual que la comunicación pasa tan desapercibido al posarse sobre nuestra existencia como una segunda piel, hacemos uso del lenguaje y de los mecanismos comunicacionales como hacemos uso del aire, sin darnos cuenta, como motivado por el sistema simpático de nuestro sistema nervioso, automáticamente, segundo tras segundo al recibir y producir

información, al voltear y mirar algo, al crear alguna relación entre algún olor y un recuerdo, al final, todo queda encerrado en un mundo de conceptos, en un mundo de lenguaje, lo que complica la correcta interrelación comunicativa entre los hombres.

Los neo lenguajes.

Dentro del lenguaje, en la actualidad existe una característica que dificulta (o simplifica, depende quien lo vea) la comunicación, ya que al carecer de un idioma global que facilite el correcto intercambio de mensajes de manera directa, surge la necesidad de crear nuevos lenguajes para poder poner nuestros mundos en común (ya no se diga de acuerdo) los lenguajes estructurados gramática y semánticamente parecen incapaces de poder conceptualizar un mundo tan veloz y abierto como el actual, por lo que surgen nuevos esquemas lingüísticos y comunicacionales que buscan los mecanismos para lograr que la población global se pueda comunicar sin la necesidad de traducciones o el aprendizaje de una nueva lengua.

La búsqueda de un código que pueda comunicar el orbe simbólicamente equiparable a la construcción de una moderna torre de babel tiene repercusiones fundamentales en la manera de relacionarnos entre humanos, por lo que el discurso de Pinker y la capacidad simbólica de Ecco adquieren una mayor relevancia.

Por eso el dios que triunfa en esa época es Hermes, inventor de todas las astucias, dios de las encrucijadas, de los ladrones, pero artífice de la escritura, arte de la elusión y de la diferencia, de la navegación, que conduce al extremo de cada límite, donde todo se confunde en el horizonte, de las grúas para levantar las piedras del suelo, y de las armas, que transforman la vida en muerte, y de las bombas de agua, que hacen levitar la materia pesada, de la filosofía, que seduce y engaña...¹²⁹

¹²⁹ ECO, Umberto. *El péndulo de Foucault*. Argentina. Ed. Sudamericana. 2003 p.122

Umberto Eco de manera por demás acertada antepone a la deidad helénica Hermes por sobre el resto de divinidades del panteón griego, Hermes, más allá de ser el dios de la velocidad es el mensajero, aquel que lleva el mensaje de los dioses, éste, en el mundo actual y sobre todo en nuestra realidad hipermódena se vuelve casi todo poderoso, un ente que se erige en plenitud sobre todas las cosas, sobre todo, en un mundo en donde la funcionalidad y practicidad del mensaje están por sobre todas las cosas, pero ¿Cuáles son los quehaceres de Hermes para unir a la humanidad en un mismo lenguaje? Para empezar, es en la búsqueda de nuevas formas de comunicarnos como nacen proto lenguajes que faciliten la tarea de conectarnos entre nuestra misma especie, así, el uso de códigos de comunicación más allá de los establecidos previamente se vuelven fundamentales.

La búsqueda por formas más “sencillas” de transmitir información nos llevan a mirar hacia los albores de la humanidad para encontrar mecanismos efectivos no lingüísticos, y así, poder entender nuestro entorno, los códigos gráficos entonces se vuelven fundamentales para poder comunicarnos, no es en vano que las nuevas tendencias comunicacionales sean mayormente visuales, lo cual será retomado con mayor detalle en el tema siguiente, lo relevante entonces será el nacimiento de nuevos códigos, así, podemos entender el intento de creación de lenguajes globales como el Esperanto que hacia finales del siglo XIX ya buscaba que toda la humanidad pudiera cobijarse bajo un mismo idioma, pero no fue hasta el auge de las redes sociales, y sobre todo, de las utilerías de mensajería instantánea aceleran el desarrollo de nuevos códigos que permitan concatenar la comunicación actual.

Hacia finales del siglo XX, concretamente en el año 1997 el nipón Shigetaka Kurita desarrolló un sistema de comunicación gráfica que facilitara la comunicación a través de dispositivos de comunicación móvil, como lo pueden ser los celulares, tablets o pagers, no es de sorprendernos que precisamente haya sido Japón el país que desarrolló dicho tipo de comunicación gráfica, ya que la complejidad del propio alfabeto japonés complicaba el intercambio de información a través de las pantallas de los dispositivos, por ello, el uso de pequeñas imágenes de 12 píxeles por 12

pixeles facilitaron la tarea (y disminuyeron el consumo de datos), el uso de los emojis o emoticones de alguna manera vuelven el intercambio informativo y el quehacer comunicacional una tarea más ágil, pero es indudable que de la misma manera en la que pretende ser rápida, también se vuelve completamente interpretativa, ya que mucha de la información enviada y recibida requiere de una fusión de horizontes gadameriana que la hermenéutica y la lingüística más exhaustivas (no así la semiótica) no han entendido del todo, por un lado, tenemos la facilidad de encerrar en un solo gráfico una idea completa, como ya sucedía en los ideogramas orientales o en las grafías del neolítico, lo cual vuelve más sencillo el proceso de codificar un mensaje, ya que en un inicio poseíamos 176 “dibujitos” para poder abarcar todo aquello que nos rodeaba, (en la actualidad contamos con 1,510) pareciera entonces que a través de dichos gráficos disponemos de un horizonte bastante pequeño para poder comunicarnos, sobre todo mediante un mecanismo ideográfico, la realidad, es que de acuerdo a la apremiante velocidad con la que la información requiere ser enviada hoy en día, 1,510 ideogramas son más que suficientes para decir lo que se piensa.

Ahora bien, por una lado los emojis nacen en una cultura en específico, con una ideología específica y una cosmovisión particular, por lo que muchos de los ideogramas utilizados representan aspectos importantes para dicha cultura, sin embargo, una de las características sobresalientes de una sociedad global como la manejada por Lipovetsky y McLuhan es precisamente la apropiación cultural de los bienes que forman parte de ésta, los emojis, de esta manera, al ser incorporados en diversas herramientas de comunicación (aun siendo muchas de éstas creadas en países occidentales) hacen uso de mecanismos más sencillos y efectivos para complementar las aplicaciones de mensajería instantánea, de esta manera, la apropiación cultural que se ha hecho de dichos mecanismos de comunicación varía en cada herramienta y en cada país o región por ello, en México tenemos emoticones como tacos, banderas, altares de muerto, etc. Que no hacen otra cosa más que buscar, a través del desarrollo de un mecanismo particular de comunicación, englobar el contexto cultural de quien lo está utilizando.

Cuando en el siglo XIX el oftalmólogo polaco Ludwik Lejzer Zamenhof buscó la creación de una “lengua universal” esperaba que quizá la propia acción globalizadora de finales del siglo llevara la idea de la lengua naciente hacia los rincones del mundo, sin embargo, en la actualidad son poco más de 100 mil personas quienes hablan Esperanto en todo el orbe, sin embargo, el uso de los emojis radica principalmente en el desarrollo de nuevas tecnologías y herramientas de comunicación que se basan en una comunicación efectiva más que en una hermandad global, en la actualidad, alrededor de 7,800 millones de personas en el mundo poseen y utilizan un Smartphone, lo que presupone que el mismo número de personas poseen alguna aplicación de mensajería instantánea que utiliza emoticones para poder comunicarse, esto, trae consigo el nacimiento de un verdadero lenguaje universal, un neo lenguaje ideográfico que tiene la capacidad de adaptarse a la comunicación hipermoderna, una comunicación inmediata, con la capacidad de sobreponerse a cualquier frontera (física, ideológica, religiosa, sexual, etc.) y sobre todo, con la necesidad de funcionar bajo el uso de “herramientas de consumo” para mantener un mercado comunicacional cautivo, de esta forma, podemos entender entonces una de las cualidades fundamentales para la comunicación posmoderna, una comunicación global que necesariamente tiene que ser creada, enviada y recibida mediante mecanismos económicos.

Si de alguna forma la hipermoderneidad le permite al hombre mantenerse comunicado constantemente de una manera más veloz, también es evidente que para mantener ese constante flujo informativo se requiere de un sistema económico capaz de poder alimentar las necesidades y satisfactores de cada individuo dentro del engranaje social, es por esto que la replicación de códigos que tengan la capacidad de ser decodificados y conceptualizados de forma correcta por el receptor es elemental, por lo que, el uso de un lenguaje que facilite la introducción de productos, servicios y diversos satisfactores dentro de un solo grupo de mercado facilita la tarea, precisamente aquí es donde radica la problemática del lenguaje en la actualidad, en la creación y desarrollo de un lenguaje tan veloz que pueda ser

asimilado de manera inmediata, para así, motivar al consumidor a buscar nuevos mecanismos para mantenerse constantemente comunicado y satisfecho mediante el consumo e implementación de mecanismos ágiles y canales de compra-venta más veloces y efectivos, por lo tanto, el uso del lenguaje en la actualidad camina a la par de las herramientas de consumo, no resulta entonces extraño entender que el lenguaje se adapte a nuevas formas de mercadotecnia y publicidad, en donde las vías de comunicación pretender ofertar satisfactores a una audiencia que cada vez se mantiene más cautiva de los mensajes publicitarios como mero mecanismo de información, por lo tanto, el lenguaje persuasivo y publicitario se vuelve el tipo de codificación predominante en la sociedad hipermoderna, en donde todos buscan convencernos para consumir tal o cual cosa, para votar por tal o cual persona, al final, el lenguaje se vuelve un mecanismo de consumo, una nueva cabeza de la hidra mercantilista que surge por el desvarío posmoderno, se erigen nuevos dioses, nuevos imperios, nuevas minorías, nuevos códigos encaminados a vendernos productos de anaquel.

De lo visual al *anonimato* (El poder de la máscara)

(...) Insinuaba que era miembro de una gran organización, supuestamente dedicada a desenmarañar y a rasgar los delicados hilos tejidos por cierta araña escarlata, que Weinstcok había hecho reproducir en una sortija de sello espantosamente llamativa que daba un no sé qué de exótico a su mano peluda.¹³⁰

Sin duda, uno de los determinantes de la sociedad posmoderna fue la necesidad de soltar y emanciparse de los discursos salvíficos que la modernidad científicista le proponía, por ello, se liberó de las amarras de los meta relatos y promesas establecidos por las instituciones que de alguna manera le proponían discursos de salvación, sin embargo, la ciencia en ningún momento dejó al hombre al borde de la ignorancia, la técnica no dejó al hombre en la era de piedra, la religión jamás dejó de ofrecerle al hombre una búsqueda por la salvación, incluso, más allá, en la hipermodernidad, la ciencia, la técnica, la religión y demás relatos metafísicos y promisorios se vuelven una herramienta fundamental para poder entender el discurso hipermoderno, además, el propio desarrollo de los mecanismos de comunicación y de los códigos lingüísticos y gráficos vuelven elemental para el hombre comunicar, convertirse en un creador de contenidos con la capacidad de hacerse de un público cautivo y atento a las novedades que nuestra “propia persona” pueda proponer, la imperiosa necesidad de legitimarnos a través de la imagen nos vuelven artífices de producciones constantes de comunicación, el hombre, navega en un mar informativo en donde las olas y las mareas vienen y van desde y hacia cualquier lugar, de alguna manera, colocamos sobre nosotros pesados grilletes en la necesidad constante de estar comunicando, cuando

¹³⁰ NABOKOV, Vladimir. *El ojo*. España. Ed. Anagrama. 1999 p.24

creemos poseer alas para viajar hacia todas las partes del planeta con el deslizamiento del ratón, ponemos sobre nosotros elaboradas máscaras y vistosos disfraces con la finalidad de no perder el interés de “aquellos” que nos observan, pero sobre todo, para no dejarlos ver lo que hay detrás de la pantalla.

La historia del uso funcional de la máscara sin duda va mucho más allá del teatro o del uso en rituales mágicos y religiosos, lo cual ya requiere de la comprensión de la máscara como “símbolo” representativo de algo más, sin embargo, desde la edad de piedra ya se tiene registro a través de las pinturas rupestres del Sur de Francia sobre el uso de máscaras como respuesta a la necesidad de atraer animales para poder facilitar su caza y posterior consumo, esto, trae como consecuencia el uso simbólico de la máscara en sí, ya que el hombre del neolítico conocía que mediante el uso de “la máscara” podía llamar la atención de aquellos animales que le servían como alimento, además, ahora era capaz de poder volverse el animal en sí mismo, transportar su humanidad en la representación y simulación de ser, y parecer otra cosa, sin duda, el uso de la máscara y la posibilidad de proyectarse y de proyectar su propia existencia, quizás, incluso algún antecedente propio de la religión, al proyectar algún tipo de ánima en los animales y en la representación de las cosas a través de su propia humanidad, estas representaciones “animistas” y “totémicas” siguieron con la humanidad incluso dentro del imperio egipcio en la representación ritual de la vida y la muerte mediante el uso de las máscaras en los rituales funerarios¹³¹, lo que de alguna manera ya se formulaba como algún tipo de representación teatral al momento de dotarle de simbolismo propio a la simulación.

Sin embargo, el que quizás pueda parecernos el antecedente más claro (al menos en el mundo occidental) sería la representación a través del teatro griego, en ésta, ya cargaba en sí misma la capacidad simbólica de la máscara como

¹³¹ MACGOWAN, Kenneth. *La escena viviente. Historia del teatro universal*. Argentina. Ed. Universidad de Buenos Aires. 1966 p.76

la conocemos en la actualidad, era la “máscara de carácter” las que le ayudaban a los actores a representar todos los personajes que se presentaban en una tragedia.

Durante el medievo, la máscara pierde su característica teatral, pero adquiere un uso recreativo y de ocultamiento al utilizarse éstas sobre todo en carnavales y festividades de carácter religioso para ocultar a quienes realizaban tan o cual acción dentro de dicha festividad, sin embargo, la presencia simbólica adquiere fuerza al entender como el simbolismo de aquello que se usa para “cubrir” ejemplifica aquello que busca representarse, de alguna manera “ la máscara buscaba desde su origen cumplir con la necesidad más básica del hombre, la supervivencia, ésta, como todo en la cotidianidad humana trae consigo valores implícitos inherentes a nuestra propia naturaleza, por lo que la máscara se convierte en una respuesta evidente ante la necesidad propia del hombre por simular ser algo más, ya sea un animal, un rey, un héroe o un villano.

De acuerdo con María de la Luz Uribe, “*La máscara fija y determina las características psicológicas de un personaje. Pero nunca lo limita*”¹³², en cierta medida, lo que afirma puede parecernos familiar, sobre todo en la actualidad cuando la simulación a través de las redes sociales y de los dispositivos electrónicos se impone a aquello que pudiera parecernos real, (como ya se analizó en un apartado anterior), por lo que en la actualidad aquello que se vuelve más relevante es lo que se aparenta, ésto, puede parecernos contradictorio sobre todo en el creciente sentido de “mostrar” la realidad tal cual es, a lo que Han asevera:

El mundo no es hoy ningún teatro en el que se representen y lean acciones y sentimientos, sino un mercado en el que se exponen, venden y consumen intimidades. El teatro es un lugar de representación, mientras que el mercado es un lugar de exposición. Hoy, la representación teatral cede el

¹³² URIBE, María de la Luz. *La comedia del Arte*. España. Ed. Desitno. 1983. P34

*Puesto a la exposición pornográfica.*¹³³

Podemos encontrar entonces la contradicción propia del ocultamiento en nuestra realidad contemporánea, ya que por un lado, se pretende que la realidad sea mostrada tal y como es, sin maquillaje o intermediarios, por otra parte, se busca vender mediante el ocultamiento, ya que en un mundo mercadológico el erotismo que produce la sensación de “lo oculto” se vuelve la más importante de las motivaciones para el consumo, es aquí, en donde la máscara adquiere nuevas características, es aquello que se utiliza para mostrar una faceta que estamos dispuestos a mostrar, mientras que a su vez, es aquello que sirve para despertar en el otro (más allá de que sea algo evidente) la necesidad por saber qué es eso que se oculta detrás de la muralla de lo oculto, de esta manera, el previo conocimiento de la existencia de la máscara motiva al mercado, al usuario o al consumidor a desarrollar una necesidad que debe de ser satisfecha mediante el develamiento de lo real, a pesar, de que de manera contradictoria, no sea lo que se busca, por lo que el usuario de las redes sociales escarba entre publicaciones, twits y fotografías develar la verdad acerca de aquella empresa, asociación o persona para al final darse cuenta de que aquello que deseaba conocer era su máscara y no el objeto en realidad, una suerte de platonismo moderno que termina dándonos un palmo de narices como ya evidenciamos en el síndrome de París.

Caso contrario se resuelve en Lipovetsky, quien obvia una de las necesidades imperantes de la máscara, aquella que se vuelve oportuna de acuerdo a la moral y a la civilidad, en palabras del autor francés:

La sociabilidad exige barreras, reglas impersonales que son las únicas que pueden proteger a los individuos unos de otros; allí donde, al contrario, reina la obscenidad de la intimidad, la comunidad se hace pedazos y las relaciones humanas se vuelven «destructoras». La disolución de los roles públicos y

¹³³ HAN, Byung-Chul. *La sociedad de la transparencia*. México. Ed. Herder. 2013. p.68

*la compulsión de autenticidad han engendrado una forma de incivismo que se manifiesta, por una parte, en el rechazo de las relaciones anónimas con los «desconocidos» en la dudad y el confortable repliegue en nuestro ghetto íntimo, y por otra, en la disminución del sentimiento de pertenencia a un grupo y correlativamente la acentuación de los fenómenos de exclusión, liquidad la conciencia de clase.*¹³⁴

Para el autor francés, la máscara juega un rol determinante para la vida en sociedad, ya que sin la “simulación” que la sociedad impone sobre nuestra propia naturaleza la vida en sociedad hubiera sido imposible. La sociedad nos impone reglas y procederes que determinan cuales son los roles o “representaciones” que debemos llevar a cabo, esto, de antemano, ya es una simulación, un disfraz, una máscara, como ya evidenciaba Aristóteles en su “*Etica para Nicomaco*” así, cada rol que nos es impuesto es fruto de una simulación que necesariamente debemos desempeñar, ya que desde el momento en el que nacemos nos es colocada una máscara en la que caemos en el rol de “hijo” de tal y tal, en un país del cual, de manera automática adoptamos su cultura, su lengua y tradiciones, en un contexto económico, cultural y político que influencian de manera concreta la manera en la que vamos a desempeñar nuestro papel, tal es el poder de la máscara que podemos deducir de Lipovetsky que el hombre hipermoderno, al saberse aplastado y acotado por los roles culturales que se le imponen con su “máscara” reniega de esta, reniega de la sociedad, incluso, reniega de sí mismo para convertirse en una suerte de revulsivo en su vida misma en la búsqueda constante de liberarse de las bandas elásticas o los listones que sostienen su máscara detrás de sus orejas.

La fuerza que la simulación de la máscara le provee al ser humano, determina de forma radical cómo éste se ha desempeñado en el medio, como ya pudo revisarse, en un inicio, el hombre del neolítico usaba las máscaras a modo de elemento de atracción y cacería, (quizá, no diste mucho su uso aun en la actualidad), que como se menciona líneas arriba, la simulación y sobre todo,

¹³⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. España. Ed. Anagrama. 1990 p.65

aquellos que pretendemos mostrar a través de la pantalla que sirve como plataforma, como escenario para nuestra propia capacidad (o necesidad) comunicativa, es por esto que “la máscara” se vuelve elemental, ¿Cómo podríamos mostrar nuestro verdadero yo si ya no existe nada que pueda defenderlo? La caída de los meta relatos nos dejó desprovistos de cualquier atisbo defensivo que pudiéramos poseer mediante su uso y exploración, esto, es elemental en la obra de Dany-Robert Dufour, quien buscando precisamente estos espacios vacíos en la caída de los relatos encuentra una dificultad en el planteamiento propio del hombre, Dufour en su libro *Locura y democracia* se da cuenta que es precisamente la distancia entre el ser, y aquello que representa lo que dificulta en una primera instancia el autoconocimiento o auto descubrimiento de sí mismo, sobre todo, al momento de proyectar una simulación a través de una máscara o de una careta social:

En Dufour podemos encontrar un nuevo desencajamiento entre el significado y el significante, (más allá del propuesto por Pinker), en donde el objeto en sí, se aleja de aquello que le define, pero más aún, cae en la posibilidad de desconocerlo, de esta manera, el sujeto, al usar su “máscara” se desconoce y reniega de aquello que oculta, a su vez, lo oculto presupone la existencia de la máscara, pero reniega de ésta, esto, en un primer momento significa una crisis en la propia percepción del sujeto al desear mantenerse en el anonimato, pero no un anonimato silencioso, más bien, un anonimato vestido de carnaval, en donde la máscara promueve el uso del disfraz para facilitar el movimiento del usuario dentro del exceso de las redes informativas posmodernas, la máscara, el *anonimato* ahora navega entre redes digitales, gozando de la legitimidad que le otorgan los medios de comunicación, por ello, los bailarines anónimos de este baile de máscaras desnudan sus pieles, se dan atracones y se dejan caer en diversos excesos a través de la pantalla, ahora, el dicho de “Lanza la piedra y oculta la mano” parece carecer de vigencia, al suponerse miles de manos, y miles de piedras.

Las redes sociales le dan el derecho de hablar a legiones de idiotas que primero hablaban sólo en el bar después de un

*vaso de vino, sin dañar a la comunidad. Ellos eran silenciados rápidamente y ahora tienen el mismo derecho a hablar que un premio Nobel. Es la invasión de los idiotas.*¹³⁵

Eco, sin duda se refiere al uso de las redes sociales como una plataforma para brindarle voz y libre opinión a la población con acceso a la tecnología dispuesta para ello, un megáfono de le da la capacidad de opinar a cualquiera, a pesar de no ser expertos o siquiera saber algo sobre lo que se opina, Una “*Legión de idiotas*” asevera Eco al referirse a la multitud de actores que ejercen su opinión sobre cualquier tema, ahora, en esta época de todólogos y sabetodólogos la opinión de la mayoría se ejerce sobre las minorías, pero no una minoría pensante, latente y febril, más bien una “minoría” virtual que pretender mantenerse en el anonimato para desde sus guardias virtuales atacar desde su nicho a aquellos que no piensan igual, es aquí, en esta necia mayoría que se aferra a la seguridad de la máscara en donde nace el nuevo canto de las sirenas, un engaño detrás de la máscara, gestado en la simulación para dividirnos, y seguir haciendo de nosotros algo eternamente controlable.

¹³⁵ ECO, Umberto. *Con i social parola a legioni di imbecilli*. La Stampa. 11 de Junio del 2015 Ed. Digital.

Capítulo IV.

Apología al silencio

La figura del “Erebo” pudo haber aterrorizado una que otra cabeza somnolienta al imaginarse un gigante caótico que todo lo poseía y tenía la capacidad de engullir todo lo que abarcaba en su totalidad, un ente primigéneo, brutal, poderoso, de aquí, bajo el influjo de Eros surge el día y la noche, la luz y la oscuridad, el orden y el caos, la palabra, y el silencio. En cierta medida ante el surgimiento del lenguaje (y por tanto la conceptualización del mundo que nos rodea) se deja la impronta indeleble de la caída del silencio ante el ordenado mundo del lenguaje, el silencio, se queda relegado a un mundo oscuro, sub acuático y caótico, si en cierta medida el caos va cayendo presa del orden, el silencio, cae bajo el encanto de la palabra, por lo que a través de nuestra concepción, pareciera comprendemos al silencio y a la palabra como diametralmente opuestos, cuando la realidad es que existe un complejo acompañamiento entre ambos, una danza vibrante entre corcheas, fusas, sinalefas y silencios, de esta manera, el silencio se vuelve tensión, suspenso, ocultamiento, pero también un vacío en el que la palabra (Como ordenadora del mundo) queda inexistente dejando salir entre sus sonidos y grafías aquello que se queda guardado, quedito y en cajitas de ritmo debajo de lo evidente, del silencio surge la poesía, la nostalgia, ese primer beso, una nota lejana que termina convertida en sinfonía, del silencio surgen las cartas, las estrellas fugaces, del silencio mismo surge el sonido, y por lo tanto el orden, pero también el caos.

Quizá resulta complejo, sobre todo inmersos en nuestra hipermordernidad cabalgante pensar en el silencio, en el breve espacio del que surge la propia comunicación, y más aún, pensarlo más allá del negro pizarrón de tiza sobre el que se dibujan y desdibujan conceptos para entender lo que nos rodea, pues bien, quizá el silencio sea sí, uno de los conceptos más olvidados (y por moda revividos) pero también se convierte en ese espacio de radical importancia sin el cual no podríamos entender el resto del proceso comunicacional, el silencio, a pesar de lo que parezca obvio juega un papel importantísimo en la comunicación actual, aunque de acuerdo a las dinámicas comunicativas actuales éste se utiliza para generar tensión o motivar la expectativa en el usuario más que en el uso de éste como una invitación a la

contemplación y a la auto escucha, por ello, resulta interesante e importante entender de qué manera el silencio es usado día con día en nuestra vida cotidiana, además, de nuestra propia concepción de la realidad.

Como comunicólogo puedo rescatar que es de vital importancia buscar comprender los mensajes completos por y más allá de su estructura, comprender que cada palabra está dispuesta en un mensaje con un objetivo específico al igual que cada color en una pintura o cada nota en una canción, aquello que rompe con el silencio, con el vacío tiene un “por qué” estar ahí, lo que quizá parezca un poco más complejo sea comprender que el silencio juega un papel fundamental en la estructura del mensaje, el silencio brinda tensión y un punto de inflexión dentro del propio lenguaje, una pausa, y un volver a comenzar, es por ello, que el silencio resulta igual de importante que las palabras dentro de la estructura lingüística, le brinda a éste de musicalidad y ritmo, y a pesar de que el silencio pareciera sembrar la semilla del caos, en realidad, impone orden, no un orden sepulcral que encierra el mensaje, el sonido y la imagen en la nada, más bien en una pausa más allá de la tensión de los puntos suspensivos.

*Vivimos en un mundo en el que el poder más terrible es el ruido. El silencio es un lujo muy caro, tienes que ser muy rico para no escuchar la música del vecino. Los niños le tienen terror al silencio, pero los mayores también... Por eso nos ponen música hasta en los elevadores.*¹³⁶

El retrato que el periodista español realiza de nuestra “ruidosa” realidad ocupa una constante latente en el colectivo uso diario del lenguaje y de la expresión del mismo en nuestra actualidad, el hombre hipermoderno parece atado al lenguaje, pero ya no a un lenguaje conceptualizador y ordenador del mundo, más bien a un lenguaje

¹³⁶ MORA, Miguel. *George Steiner, El último sabio propone el humor y el silencio como recetas para vivir.* España. El país. 2001 p. 32

saturante que por sobre otra cosa busca alejarnos del silencio, como si por debajo de la imperiosa necesidad de comunicarnos existiera un constante zumbido más bien parecido al producido por las bocinas al tener un plug mal conectado, la realidad comunicacional actual entonces vibra por sobre todas las cosas en la necesidad de producir ruido, ya sea por la necesidad de opacar el silencio, o la de saturar de información aquello que nos produzca el vértigo del silencio.

Mora, menciona que en la actualidad le tenemos “miedo al silencio” y en cierta medida tiene la razón, somos una sociedad que está sobre estimulada en el sonido, en la imagen, el tacto, y aún más, invadidos de manera cada vez más cotidiana en la que parecía impenetrable intimidad del gusto y sobre todo del olfato, no es de sorprendernos entonces encontrarnos cada día con nuevas y creativas campañas publicitarias que saturan los sentidos del posible mercado con tal de llamar la atención de éstos, la publicidad *Below The Line* convierte las plazas públicas, las estaciones metro y autobús, los centros comerciales y demás espacios multitudinarios en experiencias sensoriales para los transeúntes ávidos de descubrimientos cada vez más interesantes. El hombre hipermoderno no se basta entonces con ensordecer sus oídos o cegar sus ojos con “ruido”, ahora, tiene que saturar su paladar con nuevos y emocionantes sabores, recibir apasionantes nuevos olores y saturar su piel con nuevas texturas, así, nacen nuevas experiencias, como “La experiencia *Starbucks* en donde una tienda que ofrece “café” no se basta con hacerlo, ahora debe ofertar de manera obligatoria la experiencia completa de asistir a dicha cafetería, el usuario (cautivo) desde el momento en el que ingresa recibe de manera sutil, pero constante el olor del café recién molido que sale de las cafeteras, por sus oídos recibe el cálido *soft jazz* que de manera inmediata lo llevan precisamente ahí, a Starbucks, el comensal se comunica directamente con su “Barista” para darle su nombre o como guste ser llamado (Estrategia directa de venta y personalización) y recibe un café en la palma de su mano, el simple hecho de entrar a una cafetería se convierte en una experiencia multimedial que lleva

al usuario a convertir su café en toda una aventura, después de todo, Starbucks no ofrece cafés, ofrece experiencias, marca, estilo y sobre todo status.

La comunicación, de manera constante se ha mantenido en evolución, las experiencias multimediacísticas y de realidad virtual llevan al usuario a experimentar nuevos mundos desde la comodidad de su casa, sin dejar un ápice al silencio que aun aparece tocando detrás de la puerta, o colándose por debajo de la ventana, además, esto ayuda a que el usuario, el receptor se vea sumergido en una simulación que le atrapa más allá de la “realidad” que le rodea, por lo tanto, la realidad se convierte en una simulación excitante y llena de nuevas experiencias, en donde la constante estimulación impide que el usuario se distraiga en un solo momento para contemplar su mera existencia más allá del ruido que constantemente le acompaña.

Del nuevo Soma.

De alguna manera se ha mencionado que los medios se convierten en una nueva manera de control de la población a través de la producción de mensajes que mantienen adiestrados a los usuarios, sin embargo, para el escritor británico Aldous Huxley el mundo está basado en el consumo, en el uso de drogas, en la comodidad y el entretenimiento vacío que convierte a la sociedad en productos de una cadena de montaje, en esclavos voluntarios e ignorantes, es decir, la población se mantiene pasiva, sumisa y a la expectativa enajenada por el ruido que los mantiene apáticos, sordos, ciegos y ajenos.

El ruido, en contraposición a aquello que podamos entender como silencio no brinda espacio para la distracción, nos mantiene atentos y a la expectativa, con los sentidos abiertos sí, pero distraídos, adictos a las sensaciones que lo embriagan, y como una adicción, nos mantiene aletargados, dormidos y en busca de nuevas sensaciones que puedan satisfacer nuestra necesidad de “realidad”, esa realidad que reptá debajo de la simulación y la virtualidad, el ruido entonces nos satura sin que nos demos cuenta, nos abraza en una nube latente de 3,000 impactos publicitarios diarios, lo que se traduce en mantener el contacto con dos marcas cada minuto, y tenemos mensajes enviados por la ropa, el ordenador, la televisión, los autos, todo, una nube saturante de ruido, y desde el punto de vista de Huxley, Lipovetsky, Han y tantos otros literatos y pensadores contemporáneos, una nube saturada de consumo, un constante zumbido en nuestros sentidos que de manera constante, desean vendernos algo

De alguna forma, el ruido motivado por el consumo y la publicidad buscan mantener al usuario, a SU mercado, distraído incluso de sí mismo, por lo tanto la sentencia de Eco, y la preocupación de Huxley adquiere vigencia, formamos una legión de idiotas que incluso nos negamos a nosotros mismos al momento de mantenerse atentos, y a la escucha, del ruido producido por los estímulos externos

que nos orillan a mantenernos alejados de nosotros, es aquí en donde el silencio adquiere características medulares para la comprensión de nuestra propia humanidad, y sobre todo, para entender la evolución del pensamiento hipermoderno dentro de nuestra concepción, si, por un lado negamos todo aquello que tenga que ver con el discurso salvífico de la ciencia y la razón, mientras al mismo tiempo, abrazamos los avances tecnológicos que nos mantienen lejos de nuestra realidad mediante la imposición del ruido como escape de nuestra cotidianeidad, entonces, el hombre hipermoderno se vuelve un hombre atrapado en su propio ruido con la ilusión de alejarse de éste, nos convertimos en víctimas y victimarios de nuestra propia resolución de renegar de nuestra existencia.

La sobre estimulación a la que el ruido nos mantiene sujetos funciona como una adicción, necesitamos cada vez un mayor número de estímulos para sentirnos satisfechos con aquello que entra a través de nuestra percepción, necesitamos un mayor volumen en nuestros televisores y en las bocinas de las salas de cine, necesitamos información más veloz y concreta, ahora con 140 caracteres basta para recibir un hecho noticioso completo, necesitamos relaciones prácticas y sexualmente activas para poder “sentir” placer a través de nuestra piel, necesitamos olores cosquillantes y apasionantes que nos atrapen, sabores estimulantes que nos resulten novedosos, vivimos en un mundo de necesidades efímeras, inmediatas y tangibles, en donde la pirámide de Maslow se invierte para dejar paso a la simulación de auto realización mediante el ruidoso consumo de aquello que nos produce placer inmediato... y nos conformamos entonces con relaciones idealizadas, inmediatas y efímeras conseguidas a través de aplicaciones de dispositivos móviles, nos basta deslizar el dedo a la izquierda o a la derecha para “evaluar” a la “persona” que desde detrás de la pantalla se ofrece como producto estivado en cualquier anaquel, entonces, el ruido se vuelve todo lo que conocemos, y por lo tanto, todo lo que creemos forma parte de nuestra humanidad, por lo que “antes” era normal, ahora nos resulta chocantemente aburrido, situación que parece formar parte del constante debate entre lo antiguo como algo “superado” y lo nuevo como algo

“mejor”, evolutivo, cambiante, en fuga hacia el progreso, Gilles Lipovetsky aborda esta búsqueda constante por la necesidad de acción, de movimiento y ruido.

*De manera que hay que innovar a cualquier precio: siempre más liberalismo, participación, investigación pedagógica y ahí está el escándalo, puesto que cuanto más la escuela se dispone a escuchar a los alumnos, más éstos deshabitán sin ruido ni jaleo ese lugar vacío.*¹³⁷

Gilles Lipovetsky desmenuzando la actualidad encuentra precisamente en el consumo la salida del hombre hipermoderno a su necesidad de estímulos, ya que la producción y la búsqueda de status como motor de satisfacción y plenitud nos mantiene negando nuestra humanidad a través de lapidarla a través de los estímulos.

*Circulación, información, iluminación apuntan a una misma anemización de lo real que a su vez refuerza la inversión narcisista: sea lo real inhabitable, sólo queda replegarse sobre uno mismo, el refugio antártico perfectamente ilustrado por la nueva moda de los decibelios, «cascos» o conciertos pop. Neutralizar el mundo por la potencia sonora, encerrarse en uno mismo, relajarse y sentir el cuerpo al ritmo de los amplificadores, los ruidos y las voces de la vida se han convertido en parásitos, hay que identificarse con la música y olvidar la exterioridad de lo real.*¹³⁸

De manera contundente, la apremiante necesidad por el ruido nos deja inmersos en el ensimismamiento *narcisista* de la autosatisfacción, entonces, la necesidad por mantenerse inmerso en el ruido se traduce a su vez en una necesidad por

¹³⁷ LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. España. Ed. Anagrama. 1990. p. 39

¹³⁸ LIPOVETSKY, Gilles. Op.Cit. p.75

mantenernos alejados de nosotros mismos, en el terror de encontrar aquel demonio que habíamos olvidado cuando niños entre juegos fantásticos sobre la mesa de madera, la imaginación ahora se convierte en un recurso inutilizable, ya que tenemos nuevos mecanismos para alejarnos de nuestra realidad, del mundo exterior, incluso de nuestro propio yo.

De alguna forma, este punto pareciera encajar mejor en el capítulo anterior (y me he visto tentado a colocarlo ahí) pero creí necesario dejarlo en este apartado (Apología al silencio) para contrapuntar con la propuesta total de la presente tesis, la *Búsqueda por retomar una comunicación orgánica*, más humana, con menos ruido. Quizá, una parte fundamental sea la necesidad personal por encontrar nuevos canales de comunicación que nos motiven a abrir los ojos en contraposición con el ruido actual, quizá, sea un poco la necesidad de creer que deben de existir alternativas comunicacionales a los canales de información actual, tal vez, al final todo resultó y resulta un galimatías irresoluble, un intento ingenuo por crear una alternativa a la manera de *hacer la comunicación* en la actualidad, una búsqueda por encontrar un nicho silencioso entre el ruido actual. Por ello, el capítulo quinto busca indagar en las propuestas actuales que nos llevan a buscar dentro de nosotros mismos una alternativa al ruido comunicacional actual.

Presente continuo.

El filósofo sur coreano Byung-Chul Han presenta en dos momentos una perspectiva del tiempo como un ente atomizado, la primera, al introducir al sujeto actual como un hombre “multitasking”, pero entendido más allá de la regresión a la que Han sujeta al hombre en *La sociedad del cansancio*, como un hombre atado a la administración del tiempo, por lo tanto, este hombre tiene la “capacidad” de vivir en diversos tiempos en una misma conjugación verbal, en un presente continuo que se desprende de nuestra propia humanidad; por otra parte, Han, en *El aroma del tiempo* menciona en un primer momento que el tiempo actual ha dejado de ser considerado como un “tiempo narrativo” para dar paso al tiempo atomizado, en donde el presente, el pasado y el futuro son virtualmente accesibles en un mismo momento: el presente, esto, representa para Han una de las mayores dificultades del hombre en la actualidad, ya que al dejar de entender el tiempo como un proceder paulatino cree tener la capacidad de habitar en diversos tiempos, lo que en una primera instancia resulta en una inconsistencia con nuestra propia naturaleza efímera, el hombre hipermoderno pretende entonces ser eterno mediante una laxa conjugación del tiempo presente, como si este fuera tan elástico que pudiera abarcar también al futuro y como si de un filme se tratara, el pasado.

De manera contundente, Nietzsche en *Así habló Zaratustra* desdibuja la percepción acelerada del tiempo y pretende colocar la finitud de la propia naturaleza del hombre (y de las cosas) en un mismo momento.

*¡Muere a tiempo!”. Morir a tiempo: eso es lo que Zaratustra enseña. En verdad, quien no vive nunca a tiempo, ¿Cómo va a morir a tiempo?*¹³⁹

¹³⁹ NIETZSCHE, Friedrich. *Así habló Zaratustra*. España. Ed. Alianza. 1991 p.39

En Nietzsche entonces resulta evidente la necesidad de traducir la realidad del hombre a la mera existencia del mismo, desencajándolo de la “simulación” atomizada de un tiempo constante e inmediato, y colocándolo en el mero tiempo presente al ser el único al que naturalmente se puede tener acceso, ya que la presunción de la atomización del tiempo atenta contra la propia naturaleza humana, es precisamente esta finitud la que trae consigo otra característica de la naturaleza humana, el cambio, el cambio como eje rector de las cosas, no en una saeta dibujada en el viento, más bien, como un cambio que atiende a ciclos constantes que nos llevan a comprender nuestra propia finitud.

*La imagen del objeto que nos aparece, y que no subsiste más que unos días o unos años, se presenta como una película: en unidades de tiempo ínfimas, el objeto transforma su existencia fugitiva. A velocidad vertiginosa, impensable, en que a una fase de existencia sucede otra, interviene en cada momento una ligera transformación visible.*¹⁴⁰

De alguna forma, la percepción Budista del tiempo ejemplifica lo propuesto por Nietzsche, la propia naturaleza de las cosas permanecen fijas a un tiempo presente, pero este tiempo presente no ata las cosas a una naturaleza inmutable, al contrario, en cada momento el ser cambia con respecto al momento anterior, dejando en suspenso lo que será el mismo en el momento siguiente, por lo que la proyección del futuro queda sujeta únicamente a la propia impermanencia del sujeto, el “Anitya” entonces obliga al hombre a entender o percibir el tiempo únicamente en un instante, sin mantenerse fijos a un tiempo continuo e interminable, más allá de los ciclos que nos llevan a nuestro propio fin, entonces el tiempo se percibe como una disolución en una sucesión de interminables fases, lo que llevaría entonces a comprender la propia existencia humana como un encadenamiento de cambios y momentos, de muertes y renacimientos.

¹⁴⁰ BALDOCK, John. *El libro tibetano de los muertos*. EUA. Ed. Chartwell Books. 2009 p.13

Entender la finitud de la naturaleza de las cosas permite al hombre “liberarse” de alguna manera de aquello que lo mantiene atado a un tiempo que no se corresponde, ya que la propia atomización del tiempo empuja al hombre a permanecer en constante contacto con una simulación del tiempo, la cual se sucede ante la influencia imborrable de un pasado que sirve de lastre o motivación nostálgica y en busca de un futuro que no llega, más aun, la percepción del futuro atomizada con el presente llevan al hombre a buscar satisfacer sus necesidades de manera inmediata, ya que el futuro, (ya sea por conveniencia o por necesidad) se puede alejar o acercar de este instante tanto como sea necesario, causando , de nueva cuenta que el presente se vuelva elástico y maleable, lo cual, le impide al hombre darse cuenta de su propia naturaleza entre la percepción de un tiempo presente que no termina.

La comunicación, como acto, se mantiene ligada a la percepción finita del tiempo, ya que ésta termina precisamente cuando debe de terminar, sin embargo, la comunicación como producto permanece, desde las pinturas rupestres de la campiña francesa hasta los talk-shows dejan un testigo de aquello que buscan poner en común, por lo tanto, ciertos mecanismos de comunicación se vuelven inobjetables vestigios del paso del tiempo, el arte quizá sea el mejor ejemplo de esto, ya que hasta nuestros días llegan pinturas, poemas y canciones que sirven como vestigios de un tiempo que ya pasó, esto, de cierta manera descoloca al hombre de la impermanencia en la que la finitud lo mantiene atado, por tanto, una parte del proceso comunicacional permanece, creando una nueva realidad, una nueva simulación a la que se apertura delante de nuestros sentidos, quizá este sea uno de los designios fatídicos de la comunicación, al igual que la propia naturaleza humana, caer víctima de sí mismo en la búsqueda de permanecer en algo más, ya sea una obra de arte, una caricia, una misiva o un correo electrónico.

Desde esta perspectiva, la comunicación pareciera ser todo lo opuesto al silencio, ya que busca, mediante la permanencia del mensaje saturar los vacíos en donde surge una necesidad, pero mucho de esta afirmación surge como

consecuencia de nuestra propia perspectiva de la comunicación, y por lo tanto del lenguaje, si consideramos al silencio como la ausencia de la palabra ¿Cómo podemos considerar a la palabra la ausencia de silencio? Esto trae en si un elemento caótico en el que ante la ausencia de la palabra, se carece de conceptos, si se carece de conceptos se carece de orden, y si se carece de orden, se carece de tiempo, esta concepción lineal que nos lleva del tiempo a la comunicación quizá parezca un tanto simplista con respecto a la propia concepción del tiempo y sobre todo del lenguaje, es más, quizá parezca estúpido mezclar los términos en un mismo párrafo... pero tal vez, de manera paulatina podemos vislumbrar como detrás del lenguaje y de la propia concepción del tiempo, la comunicación se convierte en el hilo de Ariadna que une uno con el otro, por lo tanto la comunicación se convierte en un revulsivo propio para entender la propia impermanencia de las cosas, ya que más allá de la propia temporalidad del lenguaje éste, tiene un fin y permanece bajo constante cambio, por lo tanto, la propia percepción de la comunicación es impermanente, y por ende finita, de alguna manera, la propia comunicación nos motiva a entender esta concepción del tiempo, ya que al final, dentro del constante flujo de la comunicación, en el ciclo retroalimentativo propio de nuestra capacidad para comunicarnos, se lleva la capacidad de cambio, por lo tanto, la impermanencia propia de la comunicación, del lenguaje y de nuestra concepción del tiempo como algo constante.

De acuerdo a la percepción budista del tiempo, éste no es fijo, sino que fluye instante tras instante en un constante cambio, no es un eje rector del cambio y no es un pivote sobre el que giran las cosas, más bien, como un río, fluye de manera constante, por ello, el tiempo se mueve a través de las cosas en un intercambio kármico que pasa y fluye a través de todo lo que existe, incluso del tiempo mismo, el karma, de esta manera se convierte no en una energía que necesita ser pagada y recuperada de acuerdo a nuestras acciones, sino a un motor constante del cambio, el karma entonces fluye con el tiempo permitiéndole cambiar en cada momento. De alguna forma, la percepción del tiempo en San Agustín, como acción, permitiría a los occidentales entender el concepto del Anitya, que es el cambio

propio de instante a instante, ya que en la percepción agustiniana del tiempo, éste se expresa en el objeto mediante la acción que el propio tiempo ejerce sobre él, es decir, el cambio.

En *El aroma del tiempo* encontramos que éste ha dejado de ser un *ritmo ordenador*¹⁴¹, por lo tanto, Han introduce el término *disincronía* para explicar la percepción de aceleración y desaceleración del tiempo, esto, puede ser entendido de acuerdo a la relatividad con la que se suceden las cosas, por lo tanto, el tiempo como elemento general ha dejado de ser percibido como tal (si es que alguna vez lo fue) y se vive en un tiempo subjetivo en donde cada uno de nosotros tiene la capacidad de vivir bajo su propio ritmo o disincronía, esto, se ve alimentado por el propio Han en *La sociedad del cansancio*, ya que el hombre al manejarse bajo un sistema de “auto exigencia” o “auto esclavitud” tiene vive en un tiempo acelerado o ralentizado de acuerdo a su propia percepción de la realidad temporal, lo cual, también resulta en una preocupación para Lipovetsky, ya que para el autor francés, la hipermodernidad necesita de la aceleración del tiempo en el intercambio de la información (y por lo tanto un cambio en la percepción espacial) para poder ejercerse de manera global, por lo tanto, la velocidad en el intercambio de mensajes entre emisor y receptor distorsiona nuestra percepción del tiempo, del espacio y por lo tanto de la realidad, creando, de nueva cuenta una simulación en la que el tiempo funciona como pedal de acelerador y freno.

La importancia de la comunicación y de los procesos comunicacionales en la percepción del tiempo va de la mano con la velocidad en la que intercambiamos información, por ello, para los generadores de contenidos informativos es de suma importancia que lo enviado sea transmitido rápidamente y sea recibido de inmediato.

Resultaría utópico pensar en un desarrollo comunicacional sin la necesidad de la velocidad, ya que cada vez se exigen carreteras más anchas y eficaces para

¹⁴¹ HAN, Byung-Chul. *El aroma del tiempo*. México. Ed. Herder. 2015 . p.8

la transmisión de datos, lo que de ninguna manera simplifica la percepción del tiempo en un tiempo atomizado, disincrónico y auto regulado, incluso, el “ocio y el tiempo libre” significan en Han una percepción auto regulatoria del tiempo, ya que el hombre, al “vivir para trabajar”, se incrusta en un horario en el que el tiempo gira en torno al trabajo como generador de bienestar, por lo que los días de descanso y el tiempo libre están ideados conforme a los mismos esquemas laborales, en realidad, el tiempo de un trabajador no es tiempo suyo, sino tiempo permitido por su “empresa” o trabajo para descansar y ya de paso, ser más productivo, aquí, el tiempo entra en una nueva dificultad, el tiempo se convierte en moneda de cambio, en palabras del expresidente Uruguayo José Mujica:

“Inventamos una montaña de consumos superfluos, y hay que tirar y vivir comprando y tirando, y lo que estamos gastando es tiempo de vida, porque cuando yo compro algo, o tú, no lo compras con plata, lo compras con el tiempo de vida que tuviste que gastar para tener esa plata, pero con esta diferencia, la única cosa que no se puede comprar es la vida, la vida se gasta, y es miserable gastar la vida para perder libertad”¹⁴²

El pensamiento de Mujica deja clara la percepción del tiempo en la actualidad, al igual que para Han en *La sociedad del cansancio* la exigencia de sí mismo y la exigencia del tiempo deben de tener una repercusión económica, sobre todo entendiendo que el tiempo “invertido” en nuestro trabajo es equiparable con las ganancias económicas que esto representa, por lo tanto, a mayor tiempo invertido en desempeñar alguna actividad que nos genere ingresos, estos deberán reflejarse en nuestro bolsillo, para Pepe Mujica esto va en contra de la concepción de la propia humanidad, pues el tiempo no se resuelve en el flujo de sí mismo, sino en la gratificación monetaria que se obtiene de la “inversión” de éste, aunque esto

¹⁴² MUJICA, José. PELÍCULA. *Human*. Prod. Humankind Production. Dir. Yann Arthus Bertrand. Francia. 2015

represente gastarnos la vida en la generación del tan añorado “bienestar”, si esto lo interpolamos con la pirámide de Maslow resulta que nuestra vida completa fluye a la par del tiempo invertido en alcanzar la autorealización, es decir, invertir nuestro tiempo para lograr aquello que deseamos, más que de aquello que resulta necesario, por su parte, Pablo D'Ors asegura que esto desconecta el hombre de su centro, es decir, de su propia naturaleza, ya que “(...) *el exceso no conduce a la valoración de lo que hay, de aquello que nos rodea*”¹⁴³, es evidente entonces que la comunicación tiene un influjo medular en la percepción actual del tiempo, pues es la encargada de generar expectativas y necesidades en sus usuarios, por ello, la auto realización se vuelve un producto más en el anaque, si los medios nos dicen que comprar un auto de determinada marca nos llevará a “ser felices” entonces tenemos para lograr la felicidad tenemos que invertir nuestro tiempo en obtener los recursos para comprar ese automóvil, si los medios nos dicen que debemos de ser delgados, fitness y saludables para sentirnos plenos invertiremos nuestro tiempo en ir al gimnasio, llevar una dieta saludable, etc., entonces, si seguimos la línea que se ha trazado desde el momento en el que recibimos un mensaje publicitario para ofrecernos algún producto o servicio que genere “bienestar y satisfacción” encontramos que la comunicación funciona como la encargada de imponer ritmo a la vida de sus usuarios, mediante la oferta de mecanismos para alcanzar la auto realización, al final, el tiempo en la hipermordernidad camina al ritmo del consumo.

Para Mujica, D'Ors y Han resulta preocupante entonces el manejo del propio tiempo libre. Para Mujica, liberarse o comprender como generamos riqueza a través de invertir nuestro tiempo de vida es elemental para poder entender el flujo del tiempo más allá del consumo de lo material; para Pablo D'Ors la introspección que genera el contacto con nuestro propio tiempo resulta en el conocimiento de nosotros mismos, por lo que ejercicios como la escucha activa y la meditación son necesarios para poder comprender el flujo del tiempo, para Han, es un poco más complejo, pues para él, al igual que para Hanna Arendt el paso del tiempo está

¹⁴³ D'ORS, Pablo. *El tiempo hay que vivirlo, no hay que aprovecharlo*. Conferencia impartida a empresarios y miembros del Observatorio PROA de la Comunicación de España el 6 de Marzo del 2015

determinado por el ejercicio del poder, y sobre todo en la actualidad, el tiempo es ejercido como dominación, la contraposición para esto la encuentra en el pensamiento de Heidegger, en la *demoración* que para el surcoreano significa “quedarse quieto, perdurar, y mantenerse”

*La demora contemplativa concede tiempo. Da amplitud al Ser, que es algo más que estar activo. La vida gana tiempo y espacio, duración y amplitud, cuando recupera la capacidad contemplativa.*¹⁴⁴

Han, al igual que D'Ors le brinda entonces a la acción contemplativa la importancia para poder acercarse a una verdadera contemplación del tiempo más allá de la actividad. La contemplación, la pausa, el *No hacer* llevan al hombre a encontrarse a sí mismo en constante cambio y en movimiento a través del tiempo, no a través del avance del segundero, es aquí en donde la comunicación, el *media* choca de manera directa con la contemplación, la comunicación no da pie al recogimiento contemplativo, ya que el hombre, como ser perceptivo y perceptible se comunica 24/7 con el entorno y con sus congéneres, por ello, la contemplación requiere de un esfuerzo personal para percibir aquello que lo ponga en perspectiva de lo que sucede a su alrededor sin que esto resulte ajeno a sí mismo, los medios buscan de manera constante insertar en el sujeto mecanismos de consumo, no de recogimiento e introspección, al final, el tiempo sigue siendo esclavo del consumo.

La situación actual de la comunicación lleva a encauzar el “consumo” del tiempo en fomentar de manera directa la “compra – venta” de productos y servicios a través del consumo de tiempo, por lo tanto, la comunicación se convierte en el porta voz del sistema para seguir manteniendo aceitada la maquinaria, sin embargo, la puerta de salida quizá sea la comunicación misma, la dificultad radica en el alcance propio del sistema, nuestra quimera de mil cabezas, en donde la comunicación, si nos ofrece la opción de consumir contenidos que nos lleven a la

¹⁴⁴ HAN, Byung-Chul. Op.Cit. p.112

introspección al final terminan envueltos en vistosos empaques y vendidos como productos new age, y mind fullness, al final, la puerta está ahí, la comunicación si es el caballo de ese jinete apocalíptico que nos trae enfermedad y sangre en productos empaquetados, pero también, la comunicación trae consigo la oportunidad de re encontrarnos a nosotros mismos a través de la satisfacción de la percepción plena del mundo que nos rodea más allá de las redes del consumo.

La encrucijada de la libertad.

La comunicación, como se ha explicado a lo largo de la investigación, representa la capacidad de poner en común dos mundos, desde la necesidad de reaccionar ante la influencia del medio hasta la creación de hermosas piezas y obras artísticas. La comunicación sirve como el motor de unión entre dos mundos diferentes, por ello, la comunicación en cierta medida puede proveer la libertad creativa para volar entre materiales, palabras, números, colores, etc. Y hacer surgir mundos nuevos en donde no existía nada más que el caos.

Uno de los conceptos más teorizados a lo largo de la historia de la humanidad, es el de la “libertad”, sobre todo en la actualidad en donde las fronteras ideológicas, metafísicas e incluso religiosas parecen desvanecerse sobre si mismas como un castillo de naipes ante la influencia del pleno conocimiento del otro, y de un mundo tan extenso y a la vez, completamente a nuestro alcance. Al parecer, las carreteras informativas y los medios de información nos brindan alas para poder ir más allá de nuestro propio mundo, esto, enriquece de manera significativa uno de los elementos fundamentales para la comunicación, el contexto, ya que “el mundo que nos rodea” se vuelve más amplio, ahora, las opciones que tenemos para elegir parecen infinitas, tenemos acceso a textos sobre religiones lejanas, por lo tanto somos libres de elegir el credo que más se nos “acomoda”, podemos enterarnos sobre los últimos gritos de la moda, por lo tanto, podemos elegir el “outfit” que mejor nos represente o nos resulte cómodo, entramos en contacto con personas de cada rincón del mundo, por lo que podemos elegir nuestra pareja de diferentes latitudes, razas o creencias, ahora, somos “libres” de apoyar los movimientos en contra de la caza de delfines en Japón y el movimiento en pro del aborto en Argentina mientras jugamos League of Legends en nuestro ordenador. Pareciera entonces que la libertad (aquel que parecía tan complicado de conseguir en tiempos feudales) ahora está al alcance de un click y de deslizar nuestro índice sobre la pantalla táctil, la humanidad en esta nueva sociedad Red como lo conceptualiza Castells parece tan democrática, de una mentalidad tan abierta, y sobre todo, con valores humanos

tan sólidos que la libertad es algo que se da por añadidura, por el mero hecho de pertenecer a una aldea global posmoderna.

Más allá de teorizar sobre las concepciones de “libertad” en la actualidad y de generar controversia en torno a las nuevas formas de esclavitud (laboral, ideológica o de facto) lo que se pretende es desarrollar la forma en que la comunicación (más allá de la virtualidad de la libertad dentro de las dinámicas comunicacionales) en realidad puede funcionar como un eje armónico en el desarrollo de una libertad en un mundo que parece alejarse cada vez más de una realidad tangible, por lo tanto, la libertad se convierte en la capacidad de encontrarse consigo mismo desapegándose de las dinámicas de comunicación modernas. Más allá de una búsqueda interior y medio new age sobre la forma de lograr el desapego de la tecnología, se pretende encontrar de que forma el ruido comunicacional actual nos vuelve esclavos de la tecnología, del consumo y de la simulación en la que nos vemos inmersos, y como la comunicación misma nos brinda la opción de poder alejarnos de ésta.

Encontrar un concepto que pueda englobar las numerosas definiciones de libertad puede resultar, complicado, por decir lo menos, resulta evidente entonces comprender la libertad como una elección entre relaciones, con nosotros mismos, con el ambiente y con nuestros congéneres ¿Por qué? La libertad de alguna manera se estipula a sí misma como la capacidad de elegir una cosa o situación sobre otra, es decir, una suerte de ejercicio del poder al momento de tomar decisiones, en cierta forma, nuestra propia naturaleza perceptiva predefine o puede determinar las decisiones que tomamos, ya que el primer determinante para nuestra libertad es elegir nuestra supervivencia sobre una “inminente” muerte, esta decisión se vuelve elemental en el pensamiento del escritor, periodista, dramaturgo y filósofo francés Albert Camus, en sus propias palabras:

“No hay más que un problema filosófico verdaderamente serio: el suicidio”¹⁴⁵

Esta decisión, este primer acto de libertad, nos enfrenta de manera brutal con el verdadero alcance de la misma, la capacidad de abrazar o terminar nuestra propia existencia, si bien, el suicidio es un tema muy complejo como para pretender abordarlo de manera superficial en la presente investigación, también es cierto que no se puede hablar de la libertad sin la que sería una de sus mayores expresiones, el tomar nuestra vida en nuestras propias manos, en Camus, por tanto, encontramos una expresión de libertad legítima, visceral y en cierta medida primigenia, ya que ésta, fluye desde y entre nosotros. De cierta manera, el enfrentarnos con una libertad capaz de poner fin a nuestra existencia nos pone en el nivel de poder entender el verdadero concepto de libertad, el cómo somos capaces de anteponer una cosa sobre otra, de esta manera, como seres sensibles, como animales, el hombre tiene la capacidad de responder ante los “mensajes” enviados por el medio, sobre todo, con la acción legítima de la libertad, por decir algún ejemplo, si durante un día las condiciones climatológicas se mantienen frías y con lluvia, el hombre tiene la capacidad de elegir entre ponerse ropa que lo cubra, o no: buscar algún lugar donde éste pueda guarecerse de las acciones atmosféricas o quedarse al descubierto, etc. Ahora bien, si el hombre tiene la capacidad de “elegir” una acción a otra conforme a sus propios intereses, también es cierto que la influencia del medio sobre éste tiene una acción relevante en las decisiones que éste toma, en Zacatecas por ejemplo, quizá pueda parecernos impensable desnudarnos y meternos a nadar a un lago con agua helada, mientras en Rusia, algunos individuos se descubren y nadan en los lagos durante los meses más gélidos del año con fines terapéuticos o lúdicos, al final, la acción de la libertad se ve motivada por agentes externos.

La libertad entonces, revisada desde el punto de vista de Camus enfrenta a las acciones, al existencialismo, a la libertad, y porque no decirlo, al siglo XX, con

¹⁴⁵ CAMUS, Albert. *El mito de Sísifo*. España. Ed. Alianza. 1995. p.13

una ejecución imperante de la libertad, pero relacionando directamente a ésta con la rebeldía, desarrollemos un poco mejor. Por un lado el pensamiento de Camus inicia en el intento de buscar definir y entender el “absurdo”, que de alguna manera, después de la segunda guerra mundial y sobre todo influenciado por las corrientes de pensamiento existencialistas y la crítica al iluminismo, el absurdo nos llevaba de manera directa a renegar de nuestra propia naturaleza humana, de aquel animal racional que había sido capaz de atroces actos en contra de la humanidad misma, por ello, el hombre cae en el vacío que deja su propia división, ya que al enfrentar al hombre con el hombre mismo también sale a luz la lucha que surge entre sus ideales de “valor”, ahora, valores que se creían tan arraigados como la justicia, o la libertad caen víctimas de su propia concepción, ¿De qué nos sirve la justicia si tenemos la capacidad de desaparecer culturas y pueblos enteros? ¿Para qué nos sirve la libertad si anteponemos el poder a la vida misma?, esta indolencia y abandono en los que queda el hombre del siglo XX hace que de alguna forma entendamos de nueva manera el concepto de “libertad”.

Ahora bien, en Camus, la libertad renace con una fuerza explosiva, ya en 1942 adelantaba la preocupación “filosófica” (o que debía serlo) sobre la libertad de elegir sobre la vida misma, dicha preocupación tarda aun nueve años para desarrollarse y eclosionar con toda claridad, Camus, en *El hombre rebelde*¹⁴⁶ recalca sobre todo en la libertad de confirmar aquello que es evidente, incluso, aquello que podría parecernos completamente nihilista:

*Yo grito que no creo en nada y que todo es absurdo, pero no puedo dudar de mi grito y tengo que creer por lo menos en mi protesta. La primera y la única evidencia que me es dada así, dentro de la experiencia absurda, es la rebelión.*¹⁴⁷

¹⁴⁶ CAMUS, Albert. *El hombre rebelde*. España. Ed. Alianza. 2005

¹⁴⁷ CAMUS, Albert. Op.Cit. p.15

En Camus entonces podemos encontrar el que quizá sea uno de los saltos más vigorosos para encontrar la libertad dentro de la posmodernidad, si por un lado, ya elegimos algún bando, una acción que llevará nuestros pasos hacia alguna ruta determinada, al menos, podemos confirmar esa decisión determinando toda nuestra protesta en la realización de dicha acción, por lo tanto, la libertad, también se convierte en un compromiso, hacia consigo mismo y hacia la afirmación de la decisión tomada, esta afirmación, (desde el punto de partida de Camus) surge de afirmar la negación, afirmar el absurdo y por lo tanto, asumir la responsabilidad de la negación tomada (lo cual, desde el punto de vista de la lógica, se convierte a su vez en una afirmación), por tanto, la libertad se convierte en un acto de rebeldía, de responsabilidad y de afirmación, la capacidad sí, de negarlo todo, pero de negarlo de manera tan contundente que no quepa duda alguna de que lo negamos, y al hacerlo, afirmar la decisión tomada.

De alguna manera, el pensamiento de Camus va más allá, supera el absurdo con la rebeldía, la rebeldía se transforma en responsabilidad y la responsabilidad en libertad, pero atestiguando el pensamiento de Camus podemos agregar (quizá de manera atrevida) que a raíz de éste, la libertad también se vuelve nacimiento, es decir, el concepto de esclavitud se contrapone con el concepto de “hombre libre”, pero el esclavo, se asume a sí mismo como esclavo, por lo tanto adopta de manera “libre” su esclavitud, si por el contrario, el esclavo reniega de su situación de esclavo (niega la misma) se convierte a sí mismo en un “hombre rebelde” (aun no libre) pero si, con la capacidad de afirmarse a sí mismo dentro de la negación de su estado, ahora, si el esclavo a través de los mecanismos que éste tiene a su alcance logra su libertad, se afirma en esta, es decir, confirma su resolución de “hombre libre” para asumir su libertad, por lo que dicho concepto surge precisamente de la negación del estado anterior, es decir, el nacimiento de la libertad surge necesariamente de la negación de un concepto previamente enraizado como la esclavitud, dicho pensamiento, nos lleva de manera particular a dos cosas, negar nuestra situación con la necesidad de ser “libres” y por lo tanto, en la negación misma, a conocer aquello que estamos negando y aquello en lo que nos estamos

convirtiendo, esto se encuentra fuertemente ligado en la concepción budista de libertad, ya que ésta surge necesariamente del auto conocimiento, ya que dentro del Budismo, el objetivo final del mismo es la “obtención de la felicidad” (no como sensación o sentimiento, más bien como estado), por lo que se vuelve elemental para el hombre acatarse a sí mismo con la capacidad de ser libre, desde el punto de vista del budismo aquello que surge como afrenta directa a nuestra libertad, es el miedo, el miedo como tal surge como el temor al fallo ante las reglas e imposiciones que vamos ejerciendo sobre cada uno de nosotros en nuestro proceso “civilizador”, por ello, el miedo nos va dirigiendo en cierta medida no hacia nuestras decisiones, sino hacia las decisiones de “alguien” más, ya que al caer en falta contra alguna de las normas impuestas sufriremos un castigo impuesto igualmente por la sociedad.

Es precisamente aquí en donde la comunicación tiene un efecto de medular importancia en la libertad del hombre, la comunicación, al servir como nexo entre las realidades, sirve como elemento civilizador colectivo, los medios a través de múltiples canales inducen en la audiencia diversas características que permean en su propia capacidad para decidir. A la audiencia, le son impuestas modas, ropa, peinados, formas de desenvolverse que no son necesariamente propias, el fallo en esto lleva al hombre a ser relegado como “desinformado” o “pasado de moda”, es decir, se infunde un miedo al rechazo, por lo que el individuo somete su “libertad” ante los designios de la sociedad que le rodea, por lo que en cierta medida se afirma lo que se desarrollaba párrafos arriba, la libertad, es un ejercicio tácito del poder, ya que se desarrolla en el hombre la simulación de creer ser libre, “libre” para presionar un botón en el mando a distancia para poder cambiar de canal cuando algo nos aburra en el televisor, “libres” para encontrar otra estación en la radio cuando suene una canción que no nos guste, “libres” de cambiar la página del diario, de deslizar nuestro dedo, de dar clicks, por tanto, el hombre es “libre” de decidir qué es lo que consume, lamentablemente, nunca se es libre de decidir sobre “aquellos que se consume”, si en algún momento presionamos ese botón y ponemos cualquier canal, éste, nos enseña “como ser libres” y somos libres para burlarnos de los cuerpos de las personas que necesitan una cirugía gástrica para bajar de peso, pero no somos

libres para “elegir” contra el miedo de ser delgados u obesos, somos libres para ver el noticiero matutino mientras bebemos una taza de café, pero no somos libres para elegir la agenda noticiosa que aparece a través de nuestras pantallas, somos libres para elegir diferentes estaciones de radio, pero no somos libres para evitar las 30 veces que se programa la canción de “Despacito” cada día, en cada estación, es decir, la libertad al final queda relegada una vez más, a los designios de alguien más.

De acuerdo con el filósofo norteamericano Noam Chomsky es precisamente en los medios masivos de “comunicación” en donde encontramos el mayor grillete para la libertad en la actualidad, ya que esta se ve sujeta a lo transmitido a través de los medios, Chomsky, a través de su estudio del funcionamiento de los medios de comunicación, y sobre todo, de los filtros impuestos sobre estos en *Los guardianes de la libertad*.¹⁴⁸ Encuentra que los medios al final se mantienen como fieles servidores del poder, es decir, del consumo motivado para seguir ejerciendo el poder, por lo tanto, la libertad, o aquello en lo que pretendemos ser libres se ve ajustado a las necesidades de los mecanismos del estado, por ello, la simulación de la libertad, lejos de brindarnos una verdadera libertad o la capacidad de elección, le brinda al sistema mecanismos para mantenernos sumisos.

Resulta sobrecogedor analizar entonces la incapacidad del hombre actual por elegir por sí mismo, ya que de alguna manera todo parece estar sujeto a dinámicas de ejercicios de poder impuestas sobre nosotros, inclusive el desear salir del sistema forma parte de los mecanismos de éste para ejercer su autoridad, atentar en contra del estado, en contra del sistema es motivado por el sistema mismo para desarrollar diversos mecanismos de influencia y si por alguna causa no visualizada el individuo logra salir de esta red de influencia, este “vacío” puede ser considerado como un glitch capaz de corregirse, o incluso, utilizarse en pro del ejercicio del poder del estado, pongamos un ejemplo: Nirvana en 1991 lanzó uno de los álbumes que en teoría, contenía letras salvajes en contra del sistema, basta escuchar el primer

¹⁴⁸ CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. *Los guardianes de la libertad: Propaganda, Desinformación y Consenso en Los Medios de Comunicación de Masas*. México. Ed. Planeta. 2000

verso de la canción *Smells like teen spirit* para dilucidar que ese álbum pretendía quedar fuera del estereotipo “rockstar” de la época, sin embargo, esta “minoría” subversiva, rebelde y apática motivada por el grunge de Seattle de finales de los ochentas y principios de los noventas convirtió a Nirvana y a su líder Kurt Donald Cobain, en todo lo contrario de lo que ellos pretendían. Sobre Nirvana no fue impuesto filtro alguno, (más allá de las pegatinas de “Parental advisory”) al contrario, las letras subversivas y renegadas sonaban una y otra vez en los parlantes de todo el mundo, el rostro de Cobain se convirtió en el portavoz de la generación equis y Nirvana en un afiche colgado de alguna pared, por lo que una vez más, éste Leviatán victorioso terminaba devorando aquello que pretendía ponerle final. Así, encontramos pantalones Levi's con la cara de Ernesto Guevara adornando los bolsillos traseros, playeras con la cara de Assange, máscaras de Guy Fawkes vendidas al por mayor, etc.

La libertad entonces, como tal, como ejercicio propio del poder y de autoconocimiento pretende alejarse completamente de la influencia del *mass media*, ya que los medios, más que buscar el desarrollo e impulso de la libertad del hombre, buscan mantenerse como eje rector de ideologías. La publicidad y la propaganda de esta manera forman un atentado directo al punto vital de la libertad, pero a su vez, la libertad puede ser “vendida” a través de los medios masivos de información como material de consumo.

En el evangelio de Juan encontramos una máxima que de alguna manera pretende influir en nosotros, (o en el lector) un concepto directo a la libertad, en el capítulo ocho, versículo 32 encontramos lo siguiente:

(...) “*y conoceréis la verdad, y la verdad os hará libres*”.¹⁴⁹

Dentro de lo poético de la Biblia, la frase dicha por Jesús (y transcrita por Juan) nos deja ver de una manera clara como acceder a la libertad, a través de la

¹⁴⁹ Jn, 8:32

“verdad” el problema radica en ¿Cuál verdad? Quizá la principal dificultad radicaría entonces en comprender como encontrar la verdad en un mundo lleno de verdades, y como cada una de estas verdades termina convertida en una “libertad”, quizá, entonces sería justo comprender que en la actualidad, la libertad va de la mano de la verdad, y al final, la verdad no deja de ser subjetiva, por lo tanto, acercándonos de nueva cuenta a una percepción budista de la libertad, ésta consiste en elegir el camino para ser feliz, a partir del conocimiento de uno mismo, por lo tanto, la comunicación, como herramienta para poner en común los mundos, resulta incapaz de motivar el desarrollo de una concepción de “libertad personal”, más bien, se convierte desde el uso interpersonal de esta, en una manera de ejercer el poder, la voluntad y por lo tanto, la libertad de uno, sobre la del otro.

La flor, la sonrisa y el silencio.

Cuenta la leyenda, que cierto día cuando Buda enseñaba a una asamblea de monjes las leyes del Dharma, éste tomó una flor con su mano, y guardó silencio, esto llevó a un momento que más allá de su duración y su profundidad demostraban en sí mismo la totalidad del Dharma, ante esto, uno de los monjes, sonrió al percibir la enseñanza en el gesto de Buda.

En el mundo actual, pareciera muy complicado poder desarrollar una teoría que se base en el silencio, sobre todo más allá del silencio ideológico y platónico que surge al adoptar posturas new age y alternativas que aparecen como nuevas modas dentro de la dinámica del consumo actual, el silencio, ahora se etiqueta y se vende en aplicaciones para meditación y en canales de YouTube que persiguen volverse referente en la vida actual, en donde la velocidad y el consumo forman la pauta de nuestra forma de vivir. Actualmente las formas de crear y vivir el silencio parecen formar parte del ruido y del consumo, ya que todas las maneras con las que podríamos acceder al silencio, parecen estar ligadas al status y a la esfera económica en la que nos desenvolvemos, ya que como menciona Miguel Mora, *el silencio es un lujo muy caro*, esta afirmación, que se aborda páginas arriba nos enfrenta de manera contundente con la realidad del silencio en la actualidad, el silencio, más que un espacio, pareciera un artículo de consumo exclusivo para aquellos que tienen la oportunidad de vivirlo, de crearse un espacio para acceder a éste, y de alguna manera, el impulso consumista de la sociedad actual demuestra que efectivamente el silencio está ligado al tiempo libre, y por lo tanto a la holgura con la que podamos vivir.

La actualidad de nuestra sociedad impulsada por el desarrollo basado en el consumo, está motivada por la aplicación del tiempo en tareas productivas que puedan darnos bienes o permitirnos el consumo de servicios, esto crea en cada uno de nosotros la necesidad por saturar nuestros días en actividades que consideramos puedan “rendirnos frutos” todo el tiempo o el espacio que parezca

vacío, por tanto, tiene que ser saturado de actividad, movimiento y sonido para generar expectativa y desarrollo, la pasividad, la calma y el tiempo “libre” son considerados tiempos muertos, tiempo perdido, apatía, falta de desempeño, falta de rendimiento o que va en contra del desarrollo, por ello, la saturación de los espacios y de los momentos buscan demostrar que “aprovechamos” nuestro tiempo en cosas y en acciones que nos vuelven personas funcionales y productivas, además, el impulso de las redes sociales le brindan al usuario el escaparate perfecto para demostrarle a los demás lo productivos que podemos llegar a ser y cómo nos volvemos a nosotros mismo el motor de dicha productividad, la simple acción de comer debe de considerarse como una escenificación potenciada por la simulación de nuestra propia realidad, por lo tanto, nuestros alimentos en las redes sociales se convierten en la prueba fehaciente que somos conscientes de la importancia de consumir un nivel calórico necesario para mantenernos activos y productivos durante el día (claro, sin engordar), por lo tanto, las imágenes *instagrameadas* deben de ser más vistosas, con filtros más coloridos, que saturen a quien la ve de color y vivacidad, que la fotografía tenga la capacidad de demostrar quienes somos a través de la simulación que proyectamos en una pantalla de 5.8 pulgadas.

Los colores, los sonidos, los olores, los sabores y las texturas forman parte de nuestro mundo sensible, y de alguna manera estamos siempre rodeados de los mismos, incluso, nuestro cuerpo está desarrollado gracias a las sensaciones que percibimos, tal es el caso que no podemos permanecer en una cámara anecóica por más de quince minutos sin que nuestra percepción sensorial y de la realidad se vean alteradas, por lo tanto, el hombre tiene que estar en constante contacto con los mensajes transmitidos por el ambiente para encontrar su lugar dentro de su propia existencia, por ejemplo, gracias al oído podemos percibir aquellos sonidos que puedan alertarnos sobre algún peligro o podemos percibir sonidos que nos producen placer, pero a su vez, el oído es el encargado de manejar el equilibrio en nuestro cuerpo, y por tanto, ayudar en la percepción espacial de nuestro entorno,

esto puede llevarnos a creer que el hombre no está “diseñado” para vivir en silencio, pero, a fin de cuentas ¿Qué es el silencio?

Desde el punto de vista más básico, el silencio es la ausencia de sonido, pero desde ya podemos entender que esto no es necesariamente obligatorio, ya que el hombre se mantiene en contacto constante con sonidos que van más allá de su control, (el sonido de las aves, el viento a través de las ramas de los árboles, nuestra propia respiración} el silencio entonces, se puede considerar un espacio (por decirlo de alguna manera) un espacio que nos sirve para brindar armonía a aquello que nos rodea, de acuerdo al escritor francés Georges Perec:

*“El control y la libertad definen los dos ejes de todo sistema estético, la mera percepción del control, es lo que permite la libertad”*¹⁵⁰

En Perec, podemos entender entonces como no necesariamente el silencio está determinado por la ausencia de sonidos, sino más bien como el equilibrio que surge entre la armonización de sonidos y espacios. Sería imposible entender la música sin el silencio que da ritmo a los sonidos, sin éstos, los sonidos se seguirían unos a otros sin dar espacio a la percepción estética (algo que parece evidente en algunas composiciones de Kitajima) pero el silencio de manera obvia nunca será percibido como una obra de arte, o como un mero ejercicio estético, el silencio, “la ausencia” necesita del objeto para poder equilibrarse, de esta forma, aquello que conocemos como “silencio” no es más que el equilibrio armónico entre el vacío y el objeto, dando pie a la apreciación total de todos los elementos que lo forman.

El silencio, como tal se mantiene comprendido en las religiones e ideologías contemporáneas no como la ausencia, sino como el recogimiento, el enfrentamiento total con uno mismo en una actitud contemplativa que le permita al hombre conocerse a sí mismo, para de esta manera encontrar el equilibrio, en

¹⁵⁰ PEREC, Georges. *La cosa: Un estudio sobre el jazz libre*. Revista literaria. 1993 No. 36 p.57

palabras garrapateadas en el papel suena a una tarea sencilla, sentarse, entrecerrar los ojos, respirar y encontrarse consigo mismo, la realidad, dista mucho de la lírica, en palabras de uno de los máximos estudiosos del “arte de la meditación” Pablo D’Ors:

*No tardé en extraer de aquí una nueva conclusión: para mí resultaba casi insopportable estar conmigo mismo, motivo por el que escapaba permanentemente de mí. Este dictamen me llevó a la certeza de que, por amplios y rigurosos que hubieran sido los análisis que yo había hecho de mi conciencia durante mi década de formación universitaria, esa conciencia mía seguía siendo, después de todo, un territorio poco frecuentado.*¹⁵¹

Para el hombre contemporáneo, y sobre todo para el occidental, resulta complicado “encontrarse” consigo mismo, la búsqueda de sí mismo está relegada para individuos en crisis, para aquellos que no saben quiénes son y necesitan refugiarse en la búsqueda personal para alejarse del mundo que los rodea, esta nueva simulación parece envolverse de nueva cuenta en la necesidad de desterrarnos del mundo con la finalidad de crearnos o asentarnos en un mundo “virtual”, la realidad, es que el silencio provee la oportunidad para ir más allá de encontrarnos dentro de la simulación, encontrarnos a nosotros mismos dentro de nuestra realidad, sobre todo en una realidad en la que el ruido forma parte de nuestro desarrollo en sociedad, pero también de nuestro desarrollo individual, en palabras de Aldous Huxley:

El siglo XX es, entre otras cosas, la edad del ruido, ruido físico, ruido mental y ruido del deseo, todos los recursos de nuestra casi milagrosa tecnología se juntan en un asalto en contra del silencio. Toda la publicidad tiene un solo

¹⁵¹ D’ORS, Pablo. *Biografía del Silencio*. España. Ed. Siruela. 2012 p.17

*propósito, prevenir que la mente consiga el silencio. El estado de no deseo es la condición de la libertad y la iluminación.*¹⁵²

Para Huxley, el silencio adquiría un valor inclusive revolucionario, en su novela *Un mundo feliz* el autor nos enfrenta con un mundo en el que el ruido ya no es necesario para mantener controlada a la sociedad, ésta, se mantiene apática e inamovible en contra de los designios del estado (que de manera virtual se mantiene al margen de la población, contrario a lo que sucede en 1984 de Orwell, en donde el estado controla los medios) para Huxley la apatía incluso se vuelve más peligrosa que el manejo de los medios, en la distopía de Huxley, el “ruido” parece que ya fue “superado”, no así en ensordecimiento causado por éste, ahora (en un mundo feliz) la sociedad se mantiene al margen de lo que incluso aparece en las noticias, porque simplemente no sienten interés por involucrarse en el medio que los rodee. Quien haya leído la primera veintena de páginas de la novela de Huxley se dará cuenta de que ese “mundo feliz” es un mundo tan “plano”, incluso, tan “zen” en el que hasta Helmholtz Watson se niega a dar rienda suelta sus encuentros sexuales por mera apatía, de esta forma, Huxley nos presentaba un mundo polarmente diferente al mundo ruidoso con el que nos hemos encontrado, sin embargo, la apatía se mantiene disfrazada de una simulación de poder, los medios, y los canales de comunicación le brindan al público la capacidad de decidir sobre los designios del mundo, a través de *change.org* se puede firmar de manera virtual para unirse a un grupo de “revolucionarios” que pretenden obligar a Kim Jong-an a renunciar al poder en Corea del Norte, a través de presionar el mando a distancia del televisor se puede ayudar a algún concursante a elegir entre una casilla u otra, a través de las redes sociales podemos elegir que integrante de la casa de Big Brother abandonará la casa entre las opiniones encontradas del público y la voz de Miguel Ríos

¹⁵² HUXLEY, Aldous. *Ciencia, libertad y paz*. Argentina. Ed. Sudamericana 1963. p.74

El ruido en la actualidad ejerce su influencia sobre la población desde diferentes vectores, motivando en el usuario una sensación de poder sobre aquello que le es mostrado, además, ante la saturación de mensajes y la intensidad de éstos, el usuario permanece en un constante estado de ensordecimiento ante la influencia de los medios externos, la dificultad para el usuario, radica entre otras cosas, en poder distinguir algo entre el ruido, ya que en el mar de información emitido pareciera imposible encontrar mensajes claros que nos brinden información adecuada, la comunicación, de esta manera sirve únicamente como mecanismo para transmitir la información de un lugar a otro, pero a su vez, los medios de información y la dinámica comunicacional actual ejercen una influencia en el usuario para mantenerlo cautivo ante el imperante empuje del consumo, por ello, el ruido actual es empujado por el mercado y el consumo, por la oferta y la demanda, ya que si algo no hace ruido, no es percibido por el usuario, y por lo tanto, no se vende, como dice la máxima en la política mexicana, -“quien se mueve, no sale en la foto”- esta afirmación nos ayuda a entender cómo el ruido y la vistosidad funcionan como dinamo para la comunicación en la actualidad.

Al estudiar la comunicación, podemos entender al “ruido” como toda aquella barrera (física o no) que impide que el proceso de la comunicación se lleve de manera adecuada; la incapacidad para poder entender el código con el que mensaje es transmitido, una mala elección en el canal de comunicación, no lograr la fusión en los contextos del emisor y del receptor, alguna enfermedad que impida la recepción del mensaje o enviar el mensaje en un ambiente “saturado” impiden que éste sea enviado y recibido de una forma correcta, por lo tanto, el proceso comunicacional se dificulta o se impide, dichas barreras se pueden dar bajo cualquier contexto o sistema comunicacional, la dificultad actual radica en que el ambiente se mantiene constantemente saturado de información, por lo que ésta se vuelve prácticamente incomprensible entre toda la información flotante, por lo que la contaminación visual, y auditiva forman parte de la dinámica de comunicación del hombre, esta situación trae consigo problemáticas con las que quizá no estábamos acostumbrados.

Vivir en un estado constante de “ruido” trae como consecuencia significativos cambios en nuestra manera de entrar en contacto con el mundo, el hombre hipermoderno necesita de mensajes cortos e inmediatos para poder entender la información que le es transmitida, necesita mantenerse constantemente sobre estimulado para que los mensajes llamen su atención y no sean perdidos entre la diversidad de canales, ahora, la publicidad invasiva y sobre todo, muy, muy llamativa parece ser la constante en la publicidad actual, además, los contenidos mediáticos (en su mayoría) parecen estar encaminados a ser meramente mercantiles, la información, por tanto pretende ser tomada como publicidad, y la publicidad como contenido informativo.

Encontrar un espacio vacío, en donde la comunicación pueda fluir sin la necesidad de ser presionada parece prácticamente imposible, ya que las dinámicas de la comunicación actual se rigen precisamente por la velocidad, la invasión del usuario y la persuasión como lenguaje primordial de la comunicación, aquí, encontramos otra de las dificultades de la comunicación hipermoderna, los mensajes tienen que sobreponerse unos sobre los otros para llamar la atención del público y convencerle que el producto o servicio ofertado resulta mejor que el de enfrente, este carácter persuasivo de la comunicación hipermoderna convierten a ésta en una moneda de cambio, los datos personales como objeto mercantilístico se ofertan y compran con la finalidad de aumentar el rango de mercados a los que determinada empresa o personaje puedan ingresar, por ende, nosotros, nuestra presencia virtual termina convertida en ruido.

La comunicación actual, parece estar determinada entonces, y sobre todo, por el ruido, por la saturación de estímulos sobre el receptor, este, cautivo, cae sumiso ante la impotencia de poder defenderse de los embates comunicacionales transmitidos, a la larga, nos volvemos cómplices y testigos de las formas de “hacer comunicación”, ya que nosotros mismos nos volvemos combustible y motor de dichas dinámicas, muchas veces culpamos a los medios por mantenernos sub o

des informados cuando aquellos que suplican por contenidos que busque solamente entretengan, por lo tanto, la creación de contenidos mediáticos está desarrollada únicamente para entretener, alejarnos de nuestra “realidad” y por lo tanto de una completa apertura ante el entorno, Huxley ya lo afirmaba, la comunicación busca alejarnos de nosotros mismos, el ruido constante que entra por nuestros sentidos nos mantiene a raya, alejados de nuestro centro.

La aparente incapacidad del hombre por encontrar una salida a esta dinámica lo arrastra a mantenerse sujeto a ésta, en la búsqueda por mantenerse al margen, termina volviéndose mercado de nuevas corrientes de pensamiento, nuevas ideologías, incluso religiones que lo terminan reduciendo a un producto, una moneda.

De alguna forma, todas las religiones buscan lograr que el hombre se sacuda del ruido excesivo del exterior para llevarlo a nuevas formas de mantenerse en contacto consigo mismo, por tanto, la introspección busca desarrollar en el hombre un canal para escucharse a sí mismo, el catolicismo promueve el ejercicio de diferentes niveles de silencio en la promoción de desarrollar una oración profunda que entre en contacto directo con el creador, en el judaísmo, el silencio se exterioriza y se convierte en una acción, por lo tanto, el silencio se expresa como la aplicación de nuestra paz sobre aquellos puntos en donde tengamos alguna injerencia, en el Islam , por otra parte, el silencio (la introspección) está determinada por la bondad o maldad en aquello que expresamos, en última instancia, llevar una vida religiosa en la actualidad es considerado un retroceso, pero ¿Por qué?, Quizá la respuesta más obvia la podamos encontrar de nueva cuenta en Huxley, “El ruido busca mantenernos en un constante estado de deseo” y la religión, sea cual sea, pretende alejarnos del deseo para mantenernos en estado de *iluminación*, esta, no puede ser alcanzada a través del consumo, pero si a través del contacto directo con nosotros mismos.

Quizá pueda parecer un poco confuso, por ejemplo en la corriente tántrica del budismo como el deseo se elimina incluso a través de los sentidos, el silencio tántrico quizá evada un poco la definición de silencio como la hemos definido en la investigación, ya que es precisamente a través de los sentidos como se puede alcanzar la “iluminación”, pero el tántrico, como tal “habla como un iluminado” es decir, anula el deseo de lo externo a través de la explotación propia de los sentidos, por lo tanto, todas las sensaciones se perciben de una manera primigenia, permitiendo en el ejercicio pleno de las sensaciones la autoexploración y el autoconocimiento, pero revisado, y revivido plenamente a través de las sensaciones “reales”, ya que para el budista sólo existen dos maneras de alcanzar la iluminación, la primera es a través de la meditación y la segunda, entrando en contacto directo con el mundo sensible y canalizarlo no a través de la razón, sino de la propia capacidad de sentir, ya que esto nos eleva de manera inmediata a un conocimiento pleno del “actual” estado de conciencia.

El hereje

*El verdadero contacto entre los seres
Sólo se establece en la presencia muda,
En la aparente no comunicación,
En el intercambio misterioso y sin palabras,
Que se asemeja a la plegaria interior.*¹⁵³

Quizá uno de los temas que con mayor eco se ha estudiado y ha sido objeto de obras literarias, cinematográficas, etc., es el de la locura, que de acuerdo a diversas definiciones del término, podemos conceptualizar a ésta, como “*Todo mecanismo que está en contra de la razón*” el término, quizá pueda parecernos vacío, carente de fundamento, poco académico, y más, la verdad es que de acuerdo a la construcción de nuestra sociedad, efectivamente, la locura es una afrenta a todo aquello que consideramos como “razón”, por lo tanto debemos de entender la medida justa de la razón frente a la locura, y de ésta, frente a la razón.

Entendiendo la razón, desde una mirada cartesiana podemos encontrar en esta el génesis ideológico que se enraíza en la concepción actual de *razón*. Desde el fundamentalismo matemático encontramos la rigidez de la razón como el mecanismo mediante el cual se miden todas las cosas, es decir, nuestra realidad, una realidad tangible y sujeta a la escrupulosa medición a través del método científico, es decir, la realidad es plausible para ser dividida anatómicamente y estudiada a partir de sus partes, de esta forma podemos entender su funcionamiento y estructura, esta perspectiva “racionalista” de la realidad sistematiza ésta en conceptos cuya característica es también, que son sujetos a análisis que determinen su practicidad dentro del mismo método y sistema, todo aquello que no puede ser explicado a través de dicho método es considerado como “fallido, desestructurado, o disfuncional”, por ende, la razón, científica y moderna

¹⁵³ CIORÁN, Emil, *Del inconveniente de haber nacido*. EUA. Ed. Penguin Random House. 2014. p.12

hecha por el suelo aquello que no puede ser comprobable, medible y en constante movimiento.

De alguna manera podríamos pensar que el surgimiento de la posmodernidad como crítica al pensamiento totalitariamente racional de la modernidad, menoscabaría el espíritu moderno, éste, de alguna manera queda raído y evidenciado, pero detrás del telón, aun engrasaba los engranes del desarrollo social, la *Crítica al iluminismo* de Horkheimer y de Adorno, los estudios de la posmodernidad de Vattimo, Jacobson, etc. Sin duda cuestionan las acciones científicas que llevaron al hombre durante la primera mitad del siglo XX a atentar en contra de sí mismo, sin embargo mientras el mundo caía en el vacío que dejaba el pensamiento moderno éste se lamía las heridas y se preparaba para dar un paso adelante ya que sería ingenuo pensar que la hegemonía racionalista no se viste de gala aun en nuestros días.

El desarrollo de la sociedad actual, radica en que ésta se fundamenta a sí misma en la virtualidad de la libertad, en la percepción del control del tiempo, en la velocidad de la información, en el avance tecnológico y sobre todo, en el “desarrollo” personal en pro de la satisfacción, el que quizá sea el principal motor del “desarrollo” social actual, es precisamente el provisto por la tecnología, ésta sujetá los hilos del progreso, de los alcances de la civilización, pero también ejerce una influencia ineludible en lo económico, en lo académico y en lo personal, por ello, la ciencia, la técnica, y la razón parecen permanecer entronadas en la médula de nuestra concepción social, esto trae consigo que la percepción de “normalidad” sea fundamentada aun en el mismo mecanismo ejecutor de la razón, es decir, a pesar del velo contrapuesto por el pensamiento posmoderno, dentro de la hipermodernidad, el hombre galopa sobre la razón justificando negar a la razón misma mediante mecanismos que lo orillan a caer dentro de las fauces del consumo que permite a esta nueva esfera de razón, seguir avanzando entre el pensamiento híper y posmoderno.

Dentro de la dinámica avasalladora de la técnica en la hipermodernidad y en el virtual control del hombre, por el hombre mismo, surgen nuevos mecanismos por parte del sistema para mantener a raya aquello que pueda atentar en contra de éste, por ello, como hemos visto a lo largo de la investigación, la comunicación funciona como el mecanismo mediante el cual los iguales pueden ponerse en común, pero también funciona como mecanismo de control tanto para las mayorías, como para las minorías, por esto, la comunicación se vuelve fundamental para el control y desarrollo cotidiano de la sociedad, de la civilización y para la vida comunitaria, lo preocupante, es que los mecanismos comunicacionales se vuelven tan eficaces que los mensajes enviados, los emisores y los canales se vuelven irrefutables y todo poderosos, además, las dinámicas comunicativas globales tienden a moverse en un mismo sentido, sobre todo a lomos del consumo, la oferta y la demanda.

La facilidad para inocular mensajes por parte de los medios masivos de información trae como consecuencia el desarrollo de una sociedad mayoritariamente influenciada por mensajes determinados, esto, revisado desde la perspectiva de Chomsky nos deja ver que la mayor parte de la población es informada a través de mecanismos del estado o de un sistema ideológico hegemónico, que permea a través de los medios para seguir anteponiéndose al resto de ideologías o corrientes, por ello, surge una mayoría influenciada y dispuesta a defender aquello que considera como “real” y una minoría convencida de que es su propia mentalidad (aunque no se contra ponga necesariamente con la influencia mediática) la que está en lo correcto, por lo tanto, más allá de las fronteras “físicas” que pudieran existir entre países, surgen nuevas fronteras ideológicas e informáticas que separan a la nueva humanidad (global e informada) más que unirla, así, surgen nuevos conflictos en donde los nuevos misiles balísticos son dirigidos a través de las redes sociales mediante un like y un meme apoyando determinada causa o situación, entonces encontramos a “libre pensadores” debatiendo febrilmente contra católicos empedernidos, a veganos discutiendo con carnívoros y a millenials peleándose con todo el mundo. Estas, “nuevas batallas”

informativas buscan ya no la supremacía de algún país, la hegemonía de alguna clase, ni siquiera la imposición religiosa, ahora, se trata de posicionar una ideología sobre otra, con la simple finalidad de saberse, o creerse con la razón.

*La interconexión digital total y la comunicación total no facilitan el encuentro con otros. Más bien sirven para encontrar personas iguales y que piensan igual, haciéndonos pasar de largo ante los desconocidos y quienes son distintos, y se encargan de que nuestro horizonte de experiencias se vuelva cada vez más estrecho*¹⁵⁴

En el trabajo del filósofo surcoreano Byung-Chul Han encontramos una preocupación genuina por la virtual escisión que la influencia de los medios digitales tiene sobre la población y sobre todo, cómo esta influencia determina o genera una mentalidad colectiva de acuerdo a los mensajes transmitidos, por un lado, tenemos a la mayoría de los receptores quienes aceptan los mensajes como “ciertos” o “verdaderos” por lo que de manera hegemónica construyen una realidad en cierto punto alternativa que se cimenta en lo mostrado a través de los medios; por otra parte, tenemos a un grupo de personas quienes niegan o se contraponen con lo “establecido” a través de los medios de difusión, éstos, los segundos se sienten de alguna manera relegados o separados del colectivo de acuerdo a su propia ideología, ésto hace que usen precisamente esta “diferencia” como un escudo ante los embates de la mayoría, por lo tanto, esta minoría latente utiliza sus propias diferencias para marcar una línea divisoria con el “normal”, aquí, podemos encontrar un primer momento de esta *nueva herejía*, un instante en el que el yo, pone barreras infranqueables ante la perspectiva “del otro” de aquel que es y piensa diferente a mí, esto, crea una coraza ideológica en la que la minoría considera que al pensar distinto, su mentalidad va más allá de la mentalidad del otro, cómo si ésta supusiera una élite ideológica capaz de superar (si no en número, si en *razón*) a la mentalidad de la mayoría por el simple hecho de pensar distinto.

¹⁵⁴ HAN, Byung-Chul. *La expulsión de lo distinto*. México. Ed. Herder. 2017 p.8

Para poder comprender a totalidad la complejidad de la sociedad actual, es indispensable entender la dinámica y funcionamiento de las minorías, ya que la apertura y crisis actual, motivan al surgimiento de nuevas dinámicas sociales que más allá de unir a nuestra especie, parece dividirla, la migración masiva, la apertura a nuevas formas de expresión sexual, los movimientos sociales en contra de los nuevos “tiranos”, la economía local y global, la preocupación por el medio ambiente, la religión, la dieta, etc. Se vuelven ideologías a través de las cuales surgen nuevas identidades y formas de pensamiento.

Las minorías actuales dentro de la dinámica social, buscan encontrar y determinarse por cierto tipo de “identidades” que las puedan diferenciar del resto, más allá de incluso defender aquello que las conformara, por ello, hacen uso de los diversos canales de comunicación para definir, ante los otros, cuales son los valores que la determinan, estas tribus, adoptan modas o características que potencien su propia identidad, dejando sobre todo, muy en claro, aquello que los diferencia de la sociedad. Ahora bien, la principal convocatoria que posee una minoría es precisamente la afinidad, ésta pudiendo ser sexual, religiosa, política o social, que va en correlación con los intereses particulares de quienes conforman el grupo social, por ende, sería imposible pensar en un grupúsculo social, o minoría sin atender a las necesidades particulares del individuo.

Dentro de la conformación de las necesidades, y retomando las necesidades definidas y clasificadas por el psicólogo estadounidense Abraham Maslow encontramos que dentro de cada “escalón” de necesidades, se puede encontrar una afinidad característica, por ejemplo, dentro de las necesidades básicas tenemos la alimentación y la procreación, por ello, podemos encontrar aquí a ciertos grupos conformados por personas que rigen su dieta a cierto tipo de alimentos específicos, por ejemplo, los veganos que se abstienen de comer cualquier tipo de producto de origen animal o en que en su proceso se motive el maltrato animal, dentro de la necesidad de reproducción encontramos la afinidad sexual, por ello aquí entrarían grupos como el colectivo LGBTTIQA; pero quizá el tipo de

necesidades que de manera obligatoria tienen que ver con la “afinidad” sean las necesidades de *pertenencia*, que se motivan en el desarrollo individual de características con la finalidad de entrar en ciertos grupos, esta búsqueda particular, en cierta medida permea con la identidad personal, desarrollando en cada miembro del colectivo necesidades similares en torno a la propia necesidad de pertenencia, lo cual, resulta complejo desde la propia perspectiva de la individualidad en busca de la formación colectiva, por ello Rita Vega Baeza en su libro *Hermenéutica de la identidad. Eros y lo dionisiaco o de una sabiduría fronteriza* menciona:

*Ahora bien, Freud no se contenta con explicar al sujeto y los procesos que lo hacen tal, sino que piensa en plural, hace la conjectura de que la masa tendría que estar cohesionada por algún vínculo y habría que desentrañar la naturaleza de tal ligadura (...)*¹⁵⁵

En Vega Baeza encontramos por lo tanto la forma como Freud determina los vínculos que nos hacen pensar precisamente en la unión entre hombres, en un primer momento, al Eros, al dios del panteón griego en quien cae el deseo y la atracción; en un segundo momento, aquel en el que

*(...) el individuo englobado en la masa renuncia a lo que le es personal y se deja sugerir por los otros, experimentamos la impresión de que lo hace por sentir en él la necesidad de hallarse de acuerdo con ellos y no en oposición a ellos, esto es, “por amor a los demás”*¹⁵⁶

De esta manera, podemos encontrar dos maneras mediante las cuales el individuo busca una suerte de complementariedad con el otro, la primera, latente, pasional y

¹⁵⁵ VEGA BAEZA, Rita. *Hermenéutica de la identidad. Eros y lo dionisiaco o de una sabiduría fronteriza*. España. Ed. McGraw-Hill. 2017 p.12

¹⁵⁶ FREUD, (Citado en VEGA BAEZA, Rita. Op.Cit. p12)

febril impulsado sobre todo por el deseo, el eros; la segunda en donde el individuo de acuerdo a sus propias necesidades o de acuerdo a su propia búsqueda, superpone su propia personalidad al “bien común”, en donde los valores del colectivo se adoptan como propios.

El problema radical para la comunicación entonces se supone en la creación de contenidos o “satisfactores” mediáticos que lleguen a todos los públicos o mercados, problema potenciado sobre todo por la expansión digital a través del internet, en donde ahora cada persona se puede volver emisor, y sobre todo, tiene la capacidad de “elegir” aquello que desea ver, leer o escuchar. Por ello, los medios masivos “tradicionales” sufren una severa crisis durante la segunda mitad de la primer década del siglo XXI, ya que la “manera tradicional” de hacer comunicación, ya no era aceptada o asimilada con la misma facilidad que lo hacía durante la última década del siglo anterior, por lo tanto, se tuvieron que buscar nuevas dinámicas y canales para poder comunicar de manera efectiva, pero sobre todo, satisfacer a un nuevo mercado, conformado sobre todo por “minorías”.

Este desarrollo de nuevos públicos le permitió a los medios buscar mecanismos mediante los cuales pudieran sobrevivir ante los mismos ataques que los tuvieron al borde de la desaparición, y es, precisamente mediante los ataques como se logró crear un nuevo mercado, el mercado de las minorías, a éstas, se les dio la voz y el voto para poder echar raíces dentro de los medios, aquello que era considerado como “alternativo” o “subversivo” ahora formaba parte de la normalidad mediática, y pudimos ser testigos del nacimiento de nuevas formas de hacer comunicación, pero sobre todo del empuje hacia nuevos mecanismos económicos, los colectivos ahora respondían de manera contestataria y abiertamente en los medios, por lo tanto, la publicidad también era accesible a éstos, por lo que antes era frontal y activo en contra del sistema, ahora (y de nueva cuenta) se volvía material de consumo, por lo tanto, la herejía en contra del sistema establecido, se volvía parte del sistema mismo, los nuevos herejes caían rendidos ante la nueva

manera de hacer mercadotecnia y formaban parte de lo que antes se atestiguaba como malvado, controlador e inhumano.

Resulta complejo encontrar una forma en la que el desarrollo del individuo a través de los sistemas comunicacionales pueda salir de manera contundente del control impuesto por los medios mismos, como podríamos entender (al menos metafóricamente) a través de la canción *Counting bodies like sheep to the Rythm of the War Drums* del grupo norteamericano *A Perfect Circle*¹⁵⁷ los medios se vuelven una suerte de control parental que nos aleja o nos permite entrar en contacto con determinadas dinámicas, si por alguna razón, pretendemos salir de éstas, los mismos medios tienen la oferta mediante la cual podemos hacerlo, por lo tanto, se cae en un círculo del cual, parece realmente complicado salir, y seguimos siendo víctimas de los nuevos cantos de las sirenas, en el virtual poder de las minorías que no hacen otra cosa más que buscar establecerse como nuevas potencias comunicacionales anteponiendo su estructura ideológica a la de los demás.

Entonces, el hereje se ciñe camisas de diseñador con la finalidad de pertenecer en genio y figura a la minoría que representa, y todo aquello que pareciera diferente, se convierte en lo igual.

*A causa de su positividad, el violento poder de lo igual resulta invisible. La proliferación de lo igual se hace pasar por crecimiento. Pero a partir de un determinado momento, la producción ya no es productiva, sino destructiva; la información ya no es informativa, sino deformadora; la comunicación ya no es comunicativa, sino meramente acumulativa.*¹⁵⁸

¹⁵⁷ JAMES KEENAN, Maynard. *Counting Bodies Like Sheep to the Rythm of the War Drums*. De *A Perfect Circle* En *Emotive*. EUA. Prod. Virgin Records 2004

¹⁵⁸ HAN, Byung-Chul. Op.Cit. p.6

De nueva cuenta, Han vuelve evidente éste problema, este terror patológico que le tenemos a “lo igual” que necesariamente buscamos salir de este buscando ser diferentes, lo complejo, es la dinámica avasalladora del mercado, del sistema y de los medios que terminan agrupando a lo diferente, en un nuevo mecanismo de “lo igual”.

Es precisamente dentro de lo “normal”, en donde encontramos una de las más grandes dificultades para la identidad y el conflicto contemporáneos, ya que al anteponer la mentalidad “diferente” aquello que es considerado tradicional, normal, o natural es visto como retrógrado, estúpido, des informado e ignorante, por lo que los valores propios de la hipermodernidad se sustentan en el virtual poder de las minorías para poder existir, sin las minorías, la percepción de lo posmoderno, y de lo hipermoderno serían prácticamente imposibles, de igual manera, la percepción “del otro” a través de la propia imposición ideológica en contra de lo que se considera “ordinario” resulta en la percepción superior de lo propio sobre lo ajeno, de aquí que la herejía de atentar en contra de la comunicación actual como mecanismo de adiestramiento y consumo, falle de manera garrafal y rotunda en su intento.

Pregunta crítica ¿Existe alguna alternativa a las dinámicas comunicacionales actuales? La pregunta, más allá de tener un respuesta entra en un debate personal que centra al consumo de contenidos mediáticos en el ojo del huracán, por una parte, dejar de entrar en contacto con la información transmitida nos relega a no estar al tanto de aquello que acontece en un mundo cada vez más pequeño, esto nos aísla de alguna manera como si nos convirtiéramos en ermitaños., esto, quizá pueda brindarnos la perspectiva para poder observar el movimiento de la información desde nuestra propia dinámica, pero de alguna manera, lejos de una construcción social que se establece de acuerdo a la información misma.

Por otro lado, sujetarse a los mecanismos absolutos de comunicación nos mantiene “saturados, ciegos, apáticos y sordos” ante las verdaderas problemáticas

globales, a fin de cuentas “los medios no son pa’ eso”, entonces, ¿Quién es el hereje? ¿Quién el héroe? ¿Para la comunicación hay buenos y malos? Al final, el hereje no es aquel que está a favor del sistema y los medios para convertirlo en hegemónico, tampoco es aquel que considera que si mentalidad o ideología es superior a la del resto por el hecho de pensar diferente, el nuevo hereje es aquel que entiende y percibe la comunicación como lo que es, una fuerza total, incontenible, incontrolable, incapaz de ser poseída, que está destinada a fluir, como el resto de las energías del universo.

CONCLUSIONES

La comunicación, como referente, como necesidad, como medio, o como dificultad a lo largo de la historia de la humanidad, ha ejercido una fuerte influencia sobre el desarrollo y posicionamiento del hombre como especie predominante, si bien animales, plantas, incluso microorganismos poseen sistemas de comunicación, ninguno ha demostrado ser tan complejo, ni eficiente como el utilizado por el hombre, por ello, a lo largo de la investigación realizada se pudo corroborar la importancia de la comunicación para la conformación del hombre en sociedad, como sistema de ejercicio del poder y como eje de influencia para el desarrollo de la totalidad de nuestro sistema cultural, es así, como en un primer momento se buscó, mediante el primer capítulo **INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN Y AL PROCESO COMUNICATIVO** establecer, y definir los elementos y conocimiento de la comunicación a manera de introducción y marco teórico.

Para fines prácticos, la investigación se dividió en cuatro capítulos, cada uno abordando un tema de interés en lo referente a la influencia de la comunicación en la vida posmoderna e hipermoderna, el primero, como ya se dijo, explicando la actualidad y realidad de la comunicación en la actualidad, el segundo capítulo titulado **LECTURAS DE LA COMUNICACIÓN ACTUAL** buscó desarrollar las diferentes posiciones que se tienen sobre el fenómeno comunicacional, desde la perspectiva de la Organización de Naciones Unidas, pero sobre todo influenciado por la perspectiva semiótica dentro de un mundo preponderantemente visual, revisado por Umberto Eco y por la perspectiva de la sociedad red de Manuel Castells, por lo que el capítulo segundo se volvió la plataforma de despegue para los posicionamientos realizados en el capítulo tercero y cuarto.

El capítulo tercero **COMUNICACIÓN: RUIDO Y CANIBALISMO** y el capítulo cuarto **APOLOGÍA AL SILENCIO** están de alguna manera, relacionados. En el capítulo tercero se busca hacer una fuerte crítica al sistema comunicacional actual mediante la revisión de pensadores y filósofos como Eco, Castells, Foucault,

Nietzsche, Byung-Chul Han, Lipovetsky, entre otros, con la finalidad de entender, o de visualizar a la comunicación como un ente disruptivo dentro de nuestra propia percepción como “humanidad” colocando sobre todas las cosas al mensaje, y cómo éste pretende volverse todo poderoso, formando una parte fundamental de nuestra percepción posmoderna de cultura; en contraposición, el capítulo cuarto busca enfrentarse con el discurso del capítulo anterior para fundamentar lo que podría considerarse un primer punto de alguna *teoría de comunicación orgánica* buscando que al final, sea la comunicación una nueva postura precisamente ante el ruido y la confusión de la comunicación actual.

Al final, haber realizado la presente investigación, si bien me marca una pauta como investigador en cuanto a mi conocimiento de la comunicación, deja más preguntas y puertas abiertas que las iniciales, al menos cuatro o cinco temas de investigación que se catapultan como futuros trabajos que de alguna manera podría parecer orbitantes a la comunicación actual, pero por sus propias características cada uno independiente, por ejemplo, la influencia que tiene el virtual poder de las minorías en la concepción actual de cultura, la influencia de la comunicación en las nuevas tendencias sexuales, nuevos códigos y lenguajes digitales, en fin, un amplio abanico de fuentes de estudio y trabajo a desarrollarse buscando precisamente lo que se pretendía encontrar al resolver la pregunta inicial al pensar en ese primer protocolo de investigación ¿Qué es la comunicación?.

Bibliografía

- A, PERFECT CIRCLE. *Counting Bodies Like Sheep to the Rythm of the War Drums*. Direc. Howard Howerdel. Comp. Maynard JAMES KEENAN. 2004.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. España: Gredos, 2005.
- ASSANGE, Julian, APPELBAUM, Jacob. *Cyberpunks: Freedom and Future of the Internet*. USA: Or Books, 2012.
- Audrey, LEVY. «Liberation.» 13 de Diciembre de 2004. <https://next.liberation.fr/vous/2004/12/13/> (último acceso: 22 de Marzo de 2019).
- BALDOCK, John. *El libro tibetano de los muertos*. EUA: Chartwell Books, 2009.
- BATESON, Gregory. *Comunicación: La matriz social de la psiquiatría*. España: Paidos, 1984.
- BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. España: Kairós, 1993.
- . *Las estrategias fatales*. España: Anagrama, 2000.
- BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México: Fondo de Cultura Económica, 2012.
- . *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica, 2015.
- BENJAMIN, Walter. *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*. México: Santillana, 1998.
- BETANCOURT, Valeria. *La Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información*. Resumen y apuntes, Ginebra: APC, 2004.
- BUKOWSKI, Charles. *Antología*. Colombia: Arquitrave, 2015.
- CAMUS, Albert. *El hombre rebelde*. España: Alianza, 2005.
- . *El mito de Sísifo*. España: Alianza, 1995.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y Poder*. España: Alianza, 2009.
- . «Internet, libertad y sociedad: Una perspectiva analítica.» *Lección inaugural del curso académico 2001-2002*. Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya, 2001.
- CASTRO, Ixchel. *El modelo comunicativo: Teóricos y teorías relevantes*. México: Trillas, 2006.
- CHOMSKY, Noam, y Edward S. HERMAN. *Los Guardianes de La Libertad: Propaganda, Desinformación y Consenso en Los Medios de Comunicación de Masas*. México: Planeta, 2000.
- CIORÁN, Emil. *Del inconveniente de haber nacido*. EUA: Penguin Random House, 2014.
- D'ORS, Pablo. *Biografía del Silencio*. España : Siruela, 2012.
- ECO, Umberto. *El péndulo de Foucault*. Argentina: Sudamericana, 2003.
- . *La estructura ausente*. EUA: Penguin Random House, 2016.
- . «Con i social parola a legioni di imbecilli.» *La stampa*, 11 de Junio de 2015: 1.
- . *Obra abierta*. España: Ariel, 1990.
- . *Tratado de semiótica general*. EUA: Penguin Random House, 2015.
- ELIOT, T.S. *Four Quartets*. USA: Houghton Mifflin Harcourt, 2014.
- . *The waste land*. España: Círculo de lectores, 2012.
- Española, Real Adademia de La Lengua. *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: RAE, 2014.
- FEINMANN, José Pablo. «Encuentro 13 - Los posmodernos.» *Filosofía Aquí y Ahora*. Argentina: Canal encuentro, Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos de la Argentina, 2015.
- FOUCAULT, Michel. *El poder, una bestia magnífica*. México: Siglo XXI, 2013.
- . *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI, 2009.
- GADAMER, Hans-Georg. *Verdad y Método*. España: Sígueme, 1991.
- HAN, Byung-Chul. *El aroma del tiempo*. México: Herder, 2015.
- . *La agonía del Eros*. España: RBA, 2014.
- . *La expulsión de lo distinto*. México: Herder, 2017.
- . *La sociedad de la transparencia*. México: Herder, 2013.
- HEIDEGGER, Martin. *Los problemas fundamentales de la fenomenología*. España: Trotta, 2000.
- . *Ser y Tiempo 6ta. ed.* México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- HESÍODO. *LA Teogonía*. España: Gredos, 2010.
- HORKHEIMER, Max, y Theodor ADORNO. *Dialéctica del iluminismo*. Argentina: Sur, 1969.
- HUXLEY, Aldous. *Ciencia, libertad y paz*. Argentina: Sudamericana, 1963.

- IKASKUNTZKA, Euzko. «Drogas: Antecedentes históricos, situación actual y hábitos de consumo.» Octubre de 2011. <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/04/04139158.pdf> (último acceso: 30 de Marzo de 2019).
- ILLOUZ, Eva. *¿Por qué duele el amor?* Argentina: Katz, 2010.
- IRIART, Carlos. «El posmodernismo es acostumbrarse a pensar sin moldes ni criterios.» *El país*, 1985.
- JAMESON, Fredric. *El posmodernismo revisado*. España: Abada, 2012.
- . *Ensayos sobre posmodernismo*. Argentina: Imago Mundi, 1991.
- JODOROWSKY, Alejandro. *Psicomagia*. España: Siruela, 1990.
- Juan. «La Biblia.» En *Evangelio según San Juan*, de Juan. México: San Pablo, 1992.
- LASSWELL, Harold. *Propaganda Techique in the World War*. USA: Martin Publishing, 2013.
- LAZARSFELD, Paul, y Elihu KATZ. *La influencia personal: El individuo en la comunicación de masas*. España: Hispano Europea, 1979.
- . *Personal influence, The part played by people in the flow of mass communication*. EAU: Transaction Publishers, 1966.
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del Vacío*. España: Anagrama, 1990.
- LUHMANN, Niklas. *Sociedad y sistema: La ambición de la teoría*. España: Paidos, 2016.
- LYOTARD, Francois. *La condición posmoderna*. Argentina: R.E.I., 1991.
- MACGOWAN, Kenneth. *La escena viviente. Historia del teatro universal*. Argenitna: Universidad de Buenos Aires, 1966.
- MARX, Karl. *El capital, Tomo I Vol III*. México: Siglo XXI, 2009.
- MATTELARD, Michelé. *Historia de las teorías de la comunicación*. España: Paidos, 1996.
- McDOWELL, John. *Mente y mundo*. España: Sígueme, 2003.
- MC LUHAN, Marshall. *La galaxia Gutenberg*. España: Círculo de Lectores, 1998.
- MC LUHAN, Marshall: POWERS, B.R. *La aldea global*. México: Gedisa, 1990.
- MOLINA, Diego. «Realidad y ser: Una lectura comparada de Zubiri y Heidegger.» *Thermata. Revista de filosofía*, 2003: 13-17.
- MORA, Miguel. «Gorge Steiner, El último sabio propone el humor y el silencio como recetas para vivir.» *El país*, 17 de Enero de 2001.
- NABOKOV, Vladimir. *El ojo*. España: Anagrama, 1999.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Así habló Zaratustra*. España: Alianza, 1991.
- . *Más allá del bien y del mal*. Argentina: Ed. Lea, 2015.
- Nine, Inch Nails. *Every Day is Exactly the Same*. Direc. Trent REZNOR. Comp. Trent REZNOR. 2005.
- ONFRAY, Michel. *Teoría del cuerpo enamorado*. España: Pre-Textos, 2002.
- OROZCO, Guillermo. «La mediación en juego. Televisión, cultura y Audiencias.» *Comunicación y Sociedad*, 2003: 109-128.
- PEREC, Georges. «La cosa: Un estudio sobre el jazz libre.» *Revista literaria*, 1993: 57.
- PINKER, Steven. *El instinto del lenguaje*. España: Alianza, 2001.
- . *La tabla Rasa*. España: Grupo Planeta, 2003.
- PLATÓN. *Fedro*. España: Gredos, 1996.
- PROA, Observatorio. *El tiempo hay que vivirlo, no aprovecharlo*. Actividades del Observatorio, España: PROA, 2016.
- PROUST, Marcel. *En Busca del tiempo perdido*. España: Alianza, 1998.
- SALAS, Hernán. *Anales de Antropología Vol. 36*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2012.
- SÁNCHEZ, Uriel. *Modelos y Esquemas de comunicación*. Colombia: Universidad de Medellín, 2006.
- SEVERINO, Emanuelle. *La filosofía contemporánea*. España: Ariel, 1987.
- URIBE, María de la Luz. *La comedia del Arte*. España: Destino, 1983.
- VARGAS LLOSA, Mario. *La civilización del espectáculo*. España: Alfaguara, 2012.
- VATTIMO, Gianni. *En torno a la posmodernidad*. España: Anthtropos, 2003.
- VEGA BAEZA, Rita. *El vigor de los abismos y todo el amor*. México: Texere, 2018.
- VEGA BAEZA, Rita. «Nomadismo cyborg: entre el arte, la filosofía y la comunicación.» En *Las expresiones culturales analizadas desde la universidad*, de C Del Valle y M. Linares, 422-436. España: Tecnos, 2018.

- VEGA BAEZA, Rita, y A. VARGAS. «Metáforas del humanismo cyborg. El cuerpo humano como texto: ¿Violencia o posibilidad? .» *Confluencia: Revista Hispánica de Cultura y Literatura*, 2018: 93-101.
- VEGA BAEZA, Rita, y VALDERRAMA M. «El sujeto de la creatividad y las TIC. Una hermenéutica de la pulsión y el nihilismo.» En *Experiencias y manifestaciones culturales de la vanguardia*, de M. Valderrama Santomé, 809 - 825. España: Mc Graw-Hill, 2016.
- VEGA BAEZA, Rita. *Hermenéutica de la identidad. Eros y lo dionisiaco o de una sabiduría fronteirza*. España: McGraw-Hill, 2017.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. *Tractatus lógico-philosóphicus*. España: Gredos, 2009.
- YOUNG, Kimball. *Psicología social de la propaganda*. España: Paidos, 1969.
- ZIZEK, Slajov. *YOUTUBE*. 28 de Julio de 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=Xy89nSG8NG8>.
- ZIZEK, Slavoj. *Bienvenidos al desierto de lo Real*. España: Akal, 2005.

Filmografía

- BERTRAND, Jear Arthus. *Human*. Prod. Humankind Production. Francia. 2015
- JACKSON, Peter. *The Two Towers*. Prod. WingNut Films/New Line Cinema. E.U.A. 2002
- KUROSAWA, Akira. *Shichinin no samurái*. Prod. Toho. Japón. 1954
- WACHOWSKI, Lili; Lana. *The Matrix*. Prod. Village Roadshow. E.U.A. 1999
- WEBB, Mark. *500 Days with Summer*. Prod. Fox Searchlight. E.U.A. 1999
- NOLAND, Christopher. *Interstellar*. Prod. Legendary Pictures. E.U.A. 2014