



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Habitar la red: subjetividades y consumos culturales digitales
Luis Sujatovich
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

Habitar la red: subjetividades y consumos culturales digitales

Luis Sujatovich

sujatovich@gmail.com

Departamento de Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Quilmes | Argentina

Resumen

Se describen algunos hábitos y consumos culturales digitales contemporáneos, prestando especial interés a las interacciones que se suscitan en las redes sociales. Se parte de la premisa de que no es lo mismo consumir un medio de comunicación tradicional (en cualquier soporte) que habitar la red. A partir de establecer una definición acerca de esa condición y de postular un núcleo de abordaje conceptual, se definen cuatro instancias de estudio: la velocidad del entendimiento, la diversión es un fin absoluto, la empatía como recurso aglutinante y la enunciación polifónica.

Palabras clave

Habitar la red, hábitos, subjetividad.

Introducción

Hay una distinción fundamental que realizar para introducirnos en el paradigma digital y cultural contemporáneo: no es lo mismo consumir un medio de comunicación que habitar la red.

Si durante el siglo XIX y, principalmente, el siglo XX uno de las preocupaciones centrales en relación al desarrollo de las sociedades de masas fue su inestable carácter y el

aprovechamiento que los medios inescrupulosos podían hacer de esa debilidad, llegando incluso a establecer recomendaciones para evitarlos (Eco, 1964; Mattelart y Dorfman, 1971; Schmucler, 1984).

Desde el inicio del siglo XXI esta situación ha ido cambiando. Ya no somos televidentes ni lectores, somos usuarios activos implicados en el proceso de creación, distribución y consumo de los contenidos digitales. Este cambio de paradigma se completa con la construcción de un ecosistema mediático (Scolari, 2015), considerando la convergencia (Jenkins, 2008) como un proceso imprescindible y con la lenta pero sostenida elaboración de conceptos que buscan explicar el rol de los sujetos en la red, a partir, principalmente, de la categoría de ciudadanía digital (Mossberger, Tolbert y McNeal, 2008).

Sin embargo, es preciso destacar que habitar la red es la sumatoria de los derechos que constituyen la ciudadanía digital junto a las prácticas de consumos culturales y a las diferentes construcciones de subjetividad que se construyen desde múltiples registros, espacios y referentes. Por lo tanto, habitar la red se define como la condición de participación, consumo, apropiación e inscripción de los sujetos en ella a partir de la cesión de diferentes datos particulares a cambio de gozar con la posibilidad de gestionar un espacio - que se presume propio- desde el cual interactuar con contenidos digitales, perfiles (personas, grupos, instituciones, etc.), datos y aplicaciones con escasas restricciones (exceptuando las que están ligadas a la conexión) y en el que se distinguen las emociones positivas como forma predilecta de presencia y acción cotidiana.

Para volver operativa la conceptualización realizada se vuelve indispensable establecer algunas palabras clave que posibiliten el análisis acerca de las acciones, interpretaciones e intercambios que se suscitan. Es por ello que se propone un núcleo de abordaje conceptual: entendido como un conjunto de categorías articuladas en oposición que favorecen la construcción de hipótesis interpretativas desde una perspectiva comunicacional. Se definen de la siguiente manera: la velocidad del entendimiento, la diversión es un fin absoluto, la empatía como recurso aglutinante y la enunciación polifónica.

A continuación se explicitara a cada una de ellas.

La velocidad del entendimiento

Nuestra concepción del tiempo ha sufrido, desde la digitalización de nuestras prácticas sociales, una aceleración frenética. Pero no debemos caer en el error de considerar que se trata de un fenómeno exclusivo del siglo XXI. Hay una aceleración intrínseca a la actividad humana que los medios de comunicación, durante el siglo XX, lograron advertir: basta leer un diario de 1940 y uno de 1980 para comprender la diferencia. Hay mucho menos texto y éstos son más precisos y breves.

Pero en pleno siglo XXI el viejo refrán: <<lo bueno si breve, dos veces bueno>> precisaría un cambio. Algo así como: <<lo bueno si breve, sino no es bueno>>.

¿Y cuál es la relevancia de esta consideración tan detallada del tiempo?

Porque una de las cualidades que podemos consignar en la lista de hábitos propios de nuestra acción en la red es la impaciencia. Cuanto sucede allí debe ser veloz porque tendrá poco tiempo de exposición antes de que nuestra atención se desplace hacia otra publicación. Y también, es necesario que se comprenda rápido, de forma sencilla. De tal forma que se pueda compartir, celebrar y consumir sin que requiera mucho esfuerzo ni obligue a dedicarle un lapso muy extenso (Igarza, 2009) . Somos contemporáneos de crecientes disminuciones acerca de nuestras posibilidades de percepción que parecen no acabar y que – acaso porque muchos aún resultamos modernos al fin y al cabo – no tenemos en claro qué dejarán a su paso. Es decir, qué nuevo orden discursivo se está erigiendo. Y qué lugar habrá para ejercer la fruición de la razón. Si los contenidos que se consumen en la red deben ser breves, efímeros y requieren bajan densidad interpretativa: ¿no estaremos haciendo lo mismo con nosotros? Es decir, nuestras publicaciones, nuestras interacciones, nuestra forma de habitar la red no estará sujeta al mismo rigor que articula brevedad, sencillez y emoción de rápido efecto. Quizás, sin proponernos, estamos colaborando en la elaboración de una inasible existencia digital que a diario se consume, y a diario se olvida.

La diversión es un fin absoluto

Resulta muy complejo advertir de dónde proviene la necesidad casi absoluta de incluir la diversión en la mayoría de las actividades, contenidos y relaciones en la red (Ierardo, 2019). Un curso de idiomas, una receta, un ejercicio, una foto, hasta un pedido de solidaridad debe estar sujeto a una condición discursiva que por, agradable que parezca, es muy opresiva. Si los primeros imprenteros debían ceñir el texto a las rígidas cajas de

impresión, sin las cuales era imposible realizar la tarea, en la actualidad esas reglas han evolucionado y ya no exigen la paciente labor de un oficio ya extinto, sino que se han vuelto invisibles pero tan efectivas como aquellas: la mayoría las adopta como una condición no escrita pero inherente a la acción comunicacional digital que nos incluye y nos conforma en sujetos contemporáneos.

Quizás alguien pueda argumentar que no es censurable esta necesidad de volver agradable, dinámico y de fácil comprensión los mensajes que circulan abundantemente. No son agresivos ni feroces ni nos producen pesadillas, entonces ¿qué tiene de malo? Y esa pregunta nos confronta con la primera dificultad: la afectada bondad que entraña el binomio diversión/velocidad pone en apuros a cualquiera que no esté convencido de sus virtudes. En una primera aproximación no tienen nada reprochable, sin embargo si hacemos el esfuerzo de detenernos y acallamos el rumor constante de los bites llevando y trayendo luces y sonidos, podríamos inquirirnos acerca del lugar que les cabe al del esfuerzo y al de su villano insustituible: el fracaso.

En consecuencia, nos hallamos ante una situación que no parece tener solución en los términos que la red establece: ¿cómo actuar ante el intento fallido? Si equivocarme no es gracioso y necesito otra oportunidad, ¿podré tenerla? Bajo cuáles condiciones es posible difundir en una perfil (o mejor, en muchos) que el curso de idiomas requiere constancia, dedicación y largos horas de meticoloso estudio. No deja de ser curioso que un espacio que incita a la diversión valide como tal una foto de un sujeto paseando su perro en la plaza del barrio o tomando mate en la playa bonaerense, pero que tache de aburrido una cita literaria, una explicación científica o la angustiosa lucidez de un sujeto ante sus propias limitaciones. El problema no estriba en la búsqueda de diversión (a pesar de los excesos que pudiera ocasionar) sino más bien en la potestad de gruesos grupos sociales de adoptar como absoluto su interés particular. Si la diversión (en un sentido profundamente unívoco) acaba convirtiéndose en la única estrategia comunicacional permitida, la red acabará siendo tan trivial como la vidriera de un shopping. Y para peor apenas tendremos el módico consuelo de constituirnos en la mercadería que se consume en busca de un entretenimiento de solaz digestión y a bajo precio intelectual.

La empatía como recurso aglutinante

El uso de la razón no se encuentra entre las formas más habituales de participación de la sociedad en la red: a diario es posible encontrar evidencias que lo demuestran. Las

fake news y las campañas en contra o a favor de algo, de alguien (sea real o ficticio) abundan. Incluso los hashtags (o etiqueta en castellano) suelen proponernos consignas que riñen con la sensatez y ponen a prueba la capacidad de ridículo de los participantes. Pero esas situaciones no parecen incomodar más que a unos pocos: aquellos que no han podido adaptarse a la vorágine realidad digital donde las emociones ocupan un lugar preponderante. Ellas ordenan las interacciones bajo sus caprichosas reglas.

Uno de los emergentes más notables de esta circunstancia está dada por los botones que están debajo de las publicaciones, ya que facilitan la adhesión y replica de cualquier mensaje constituyendo a cada integrante en un emisor de igual valía que el resto. La red, entonces, se configura como un espacio que simula organizarse bajo criterios de democracia directa: quien obtiene más aprobación, gana notoriedad (Van Dijck, 2016).

Pero ¿en qué se basa la diaria elección de la historia del día, de la foto más comentada, del video más compartido? En la empatía. O más precisamente, en la capacidad que tengan de lograr suscitarla en cada habitante de la red. El “me gusta” es más que una opción pues conforma el horizonte de expectativas de quienes allí están y a la vez resulta la síntesis expresiva más efectiva que haya tenido alguna vez un espacio sociodigital. Ese término es capaz de expresar adhesión, interés, alegría, reconocimiento, felicidad, orgullo, amor, satisfacción, goce y varios más. El lenguaje de la red está codificado para expresar emociones y si son positivas, mejor (Ferrés, 2014).

Pero a pesar de la facilidad que ofrece, pues con un simple clic ya estamos participando de la fiesta, del cumpleaños, del paseo, del café, de cualquier evento, también es una restricción de las posibilidades de manifestarnos, pues no emitir opinión en la única opción que resta. De esta forma se va construyendo un modo de proceder en el cual el “me gusta” es el premio esperado y a la vez una de las pocas formas automáticas de omitir una opinión.

Luego, es cierto, tenemos la posibilidad de escribir un comentario pero no se contabiliza ni circula con la misma velocidad. Además, también sabemos que muchos menos serán quienes se detendrán a revisar nuestro “posteo” si no es breve.

El resultado de tal galante intercambio de buenos augurios es la confianza depositada en el espacio conquistado: un comfortable gueto digital en el cual sólo acontece aquello que esperamos. A veces aparece alguien que no respeta el orden establecido pero es rápidamente expulsado, como se merece. Nadie organiza su espacio para leer mensajes desalentadores o para que le recuerden que esa foto en la playa ya la compartió tres veces. A la red se va a pasarla bien, a divertirse, si es preciso, a simular. ¿O acaso no

saben que la obligación de estar alegres se ha convertido en un acuerdo tácito que casi todos los habitantes digitales, de buena voluntad, conocen y respetan?

La enunciación polifónica del yo

No es una novedad sostener que la consagración de lo propio es una de las características más frecuentes en la conformación de los espacios personales, si es que es válido un término así para un espacio multitudinario y en expansión como la red (Turkle, 1995; Sibila 2008). Pero, de alguna forma debemos denominar a ese ambiente del cual nos apropiamos (es decir hacemos íntimo a la vez que público) y que configura, sostiene y propicia nuestro desempeño de un modo inédito.

Aunque no resultaría sencillo elucidar en busca de qué utopía cada uno se sube a la torre de babel informática y arma su gueto, bien podemos acordar que sus cimientos están enraizados en elección subjetiva y puramente empática que cada sujeto realiza en pos de sentirse acompañado. Al fin y al cabo, somos individualistas y posmodernos pero gregarios.

Y entonces, como una consecuencia lógica (mitad algoritmo mitad reglas de urbanidad digital), se despliega una larga réplica de micro comunicaciones ligadas a los sentimientos positivos, velando los accesorios retóricos y los recursos discursivos propios de la ficción (¿televisión, fotográfica, cinematográfica?), ¿de qué arte se han incorporado la mayor cantidad para construir nuestros perfiles y publicaciones: somos fotógrafos, cineastas, dramaturgos? Las variaciones en las estrategias discursivas puestas al servicio de la exaltación del yo y de todo cuanto me parece verdadero, bueno y bello habilitan preguntarse acerca del preciado valor que aglutina la aprobación social en la red.

Me pregunto qué sustenta el intercambio cotidiano (y acaso fatigoso) de "me gusta", qué lo hace atractivo a pesar de su consabida reiteración.

¿Cuál es el objetivo y/o el sentido que se persigue en la frecuente publicación de secuencias rutinarias cuyo único mérito parece ser la constancia para realizarlos y la aplicación para transformarlos en asuntos compartidos? ¿Será que un evento vale por su triunfo en la red (es decir por la cantidad de comentarios y felicitaciones que es la capacidad de obtener) y no por su experiencia en sí? Si es así, ¿cómo podríamos discernir la simulación, el plagio o la impostura de la realidad? ¿O acaso no tiene sentido tal distinción?

En consecuencia, si confundimos comunicación (es decir, poner en común con otros) con acumular reconocimiento cuantitativo no solo estaríamos ante una experiencia que parece más próxima al consumo que al intercambio, sino que también estaríamos ante el peligro de preferir su representación que a la persona, su foto de perfil a su rostro (Feuerbach, 1841).

Últimas consideraciones a modo de cierre

A partir de esta sucinta mención de algunas prácticas y cualidades culturales digitales contemporáneas, es posible colegir que estamos ante una situación inédita que ofrece más interrogantes que certezas. Y si hay alguna, bien sabemos que en poco tiempo, perderá su condición. La condición de habitantes de la red, supone el despliegue de una serie de estrategias comunicacionales que parecen encontrarse supeditadas a ciertas reglas de circulación, consumo y reproducción que le imprimen una aceleración y un acento hacia la brevedad que obliga a imaginar horizontes de sentido y apropiación muy diferentes a los que la sociedad estaba acostumbrada respecto a su relación con los medios masivos de comunicación. Ya no somos televidentes ni lectores, somos usuarios activos implicados en el proceso de creación, distribución y consumo de los contenidos digitales.

En consecuencia, nos involucramos desde nuestra identidad, hábitos y relaciones sociales conformando un variado archivo multimedial de videos, fotos, textos, gustos y rechazos que no sólo conforman la materia prima sobre la cual se edifican los diferentes espacios sino que además constituyen un reducido círculo confortable en el cual sólo tienen lugar, voz y reconocimiento aquellos que acepto como semejantes. El núcleo de abordaje conceptual que se propone pretende ofrecer una alternativa de estudio que facilite una comprensión crítica y valiosa de las interacciones y diferentes situaciones e informaciones que se multiplican en la red.

Sin ánimo de formular ninguna afirmación concluyente, es posible advertir que nuestra subjetividad, nuestros hábitos, nuestros vínculos están ligados de una forma estrecha, activa y cotidiana (de manera creciente) con la red y por lo tanto, más allá de las distinciones que podamos realizar (y que sin dudas serían válidas), no podemos menos que pensar en términos comunicacionales cuáles son las condiciones de nuestra inscripción en ella.

Referencias

- ECO, U. Apocalípticos e Integrados. Buenos Aires, De bolsillo, 1964.
- MATTELART, A. y DORFMAN, A. Para leer el Pato Donald. Buenos Aires, Siglo XXI editores, 1971.
- SCHMUCLER, H. Un proyecto de comunicación/cultura. Comunicación y Cultura (N.º 12), pp. 3-8. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1984.
- SCOLARI, C. Ecología de medios: entornos, evoluciones e interpretaciones. Madrid, Gedisa, 2015
- JENKINS, H. Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios. Barcelona, Paidós, 2008.
- MOSSBERGER, K., TOLBERT, C.J. & MCNEAL, R.S. Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008.
- IGARZA, R. Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- IERARDO, E. La sociedad de la excitación. Buenos Aires, Ediciones Continente, 2019.
- i Prats, J. F. (2014). Las pantallas y el cerebro emocional. Madrid, Editorial Gedisa, 2014.
- TURKLE, S. La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet. Barcelona: Editorial Paidós, 1997.
- SIBILA, P. La intimidad como espectáculo. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2008.