



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Cultura popular, redes sociales y nuevas tecnologías: cambios en las subjetividades a través de los consumos culturales

Luciano Francisco Del Hoyo

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e198>

Recibido: 24-03-2019 Aceptado: 17-09-2019

Cultura popular, redes sociales y nuevas tecnologías: cambios en las subjetividades a través de los consumos culturales

Popular culture, social networks and new technologies: changes in subjectivities through cultural consumption

Luciano Francisco Del Hoyo luciano.delhoyo@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6271-4434>

Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina)



Luciano Francisco Del Hoyo *Cultura popular, redes sociales y nuevas tecnologías: cambios en las subjetividades a través de los consumos culturales*

Resumen

El artículo expone una reseña del libro *La intimidad pública* de Beatriz Sarlo, reconocida ensayista argentina, licenciada en letras por la Universidad de Buenos Aires y especialista en el ámbito de la crítica literaria y cultural. El texto propone un recorrido a través de los géneros literarios centrales de la Argentina moderna para interesarse así por los cambios en la sexualidad, la sensualidad y las subjetividades que proponen el mundo del espectáculo mediático, las nuevas tecnologías y las redes sociales. A su vez, se hace hincapie sobre los distintos modelos de felicidad contruidos por la literatura sentimental de principio del siglo XX y los géneros mediaticos del escándalo y el idilio de la maternidad.

Palabras clave: Cultura popular; redes sociales; Consumo cultural

Abstract

The article offers a review of the book *Public intimacy* of Beatriz Sarlo, renowned Argentine essayist, graduate in literature from the University of Buenos Aires and specialist in the field of literary and cultural criticism. The text proposes a journey through the central literary genres of modern Argentina for the interest in changes in sexuality, sensuality and subjectivities proposed by the world of medical spectacle, new technologies and social networks. In turn, we can emphasize the different models of happiness constructed by the sentimental literature of the beginning of the 20th century and the middle genres of scandal and the idyll of motherhood.

Keywords: Popular culture; social networks; cultural consumption.

Beatriz Sarlo en *La intimidad pública* busca entender la plétora de experiencias y sensibilidades que la cultura del espectáculo mediático ofrece a través de los géneros del escándalo y el idilio de la maternidad en los medios escritos, audiovisuales y en las redes sociales. En otras palabras, le interesan los cambios en la intimidad y las subjetividades a través de los consumos culturales. Con tintes nostálgicos analiza las continuidades y rupturas entre dos géneros literarios centrales de la Argentina moderna, para ver así, cómo los modelos de felicidad contruidos en los folletines y las novelas sentimentales de principios de siglo XX, que por entonces formaban parte de la cultura popular y letrada, pasan ahora a tener un sentido



supuestamente igualador a través de la banalidad del escándalo mediático que produce cierta democracia de los sentimientos y fantasías.

A la autora le preocupa que vivimos en una sociedad escandalosa mediada por los cambios que trajeron las nuevas tecnologías: un mundo efímero, volátil y figurado que reconfigura el régimen de circulación de lo que leemos y de cómo lo leemos, y por lo tanto, dice Sarlo, de lo falso, semifalso, semi verdadero, inventado, sabido, comprobado e improbable. Para ella, el escándalo mediático es la manera de notoriedad actual entre famosos, una hipérbole que acumula inectivas, una forma dramática con cierta lógica explosiva. A diferencia de otros tipos de escándalo, como el político, son fácilmente comprensibles y se adaptan muy bien al régimen de atención corta. Se caracterizan por ser breves, impactantes, fugaces, repetitivos e intensos. Interrumpen violentamente el curso de la vida cotidiana a través de insultos y agresiones. Interesan, siguiendo a Sarlo, porque prometen una perspectiva sobre la intimidad permitiendo a su público ocupar el lugar de espía mientras ofrecen fábulas sentimentales o pasionales.

El escándalo, un género de muy larga data en occidente, ha mutado en lo que a sus funciones refiere. Desde finales del último tercio del siglo XVIII, años previos a la Revolución francesa, el escándalo de la moral sexual se amplía en la política a través de los panfletos difamatorios. Por aquel entonces adquiría un sentido revolucionario ya que se denunciaba principalmente a los privilegiados y el público actuaba de juez y de cómplice convirtiendo al hecho en una causa moral, personal o familiar. Por el contrario, en la actualidad, su función es la de un simple pasatiempo para todas las edades. El mundo del espectáculo mediático ha construido una especie de famosos que son objetos de escándalo; chismosos “conocidos” que compiten por ser el tema del momento y que por tanto se les permite un lapso generalmente breve de fama en los medios escritos, audiovisuales y las redes sociales. Sarlo piensa a la fama de estos personajes como consecuencia del escándalo: un atributo volátil que en términos psicológicos y morales son gigantografías de lo que su público no se atreve a poner en escena de modo tan desfachatado. Preservar y proliferar este atributo es garantía de trabajo remunerado sin necesidad de cualidades especiales más que el de producir escándalos. Lo que muestran en las redes sociales rebota y se amplifica en los medios escritos, audiovisuales y viceversa. Los famosos escriben y comentan en las redes al igual que su público. Gracias a estas últimas, se enfrentan a un espacio discursivo en el que todos sus personajes son equivalentes ya que las redes posibilitan la circulación democrática de la opinión. Son comunicadores en un mundo informativo donde se dice todo, es decir, no hay diferencias entre lo público y lo privado. Perduran aquellos que han sabido hacer uso de la “técnica de levantar la apuesta” por lo que nada garantiza sucesos verdaderos en la búsqueda por la visibilidad y viralidad. La banalidad



Luciano Francisco Del Hoyo Cultura popular, redes sociales y nuevas tecnologías: cambios en las subjetividades a través de los consumos culturales

del escándalo mediático es garantizada a través de los modelos culturales que emplea y es transmitida a través de su forma de hipérbole y las figuras de la invectiva.

A principios del siglo XX la literatura sentimental popular ofrecía 'el imperio de los sentimientos', es decir, divulgaba un modelo de felicidad que predominaba por sobre la moral y las costumbres basado en el matrimonio como idilio amoroso. Por lo tanto, la intimidad y la sexualidad aparecían reguladas o contenidas a través de valores como la monogamia, la privacidad y la familia. El folletín y las novelas sentimentales demostraban a sus lectores que es posible ser feliz obedeciendo las reglas en un mundo jerarquizado entre lo masculino y lo femenino. En sus relatos había privilegios y humillaciones pero su desenlace buscaba restituir valores que habían sido pisoteados. Eran literatura de gran circulación popular que requería de cierta destreza y consolidaba una cultura letrada. En la actualidad, la continua dialéctica entre los géneros del escándalo y el idilio de la maternidad irrumpe el curso de lo siempre igual de la vida cotidiana. Son mercancías que restauran el aura que el desencanto del mundo había borrado y habilitan la aventura. La autora reconoce que la intimidad se ha vuelto pública: gracias al avance de las nuevas tecnologías estamos situados en un estado de proximidad metafórica en el que se ha democratizado la primera persona. Sirviéndose de los aportes de Simmel piensa las subjetividades modernas como constitutivas de una cualidad fluida, esto es, que hombres y mujeres carecen de modelos estables que regulan las conductas. Nos autoconstruimos en tanto nos narramos, reparamos y entrenamos a nosotros mismos a través de distintas tecnologías. En otras palabras, el yo de la nueva intimidad se planifica, adquiere nuevas formas de reinvencción donde la exhibición pública es una forma más de la subjetividad contemporánea. Se amplía lo mostrable de las relaciones, cambian los modelos de expresión y comunicación. Mientras que en los folletines y las novelas sentimentales las reglas prevalecían por sobre los deseos, ahora debes desear y ser deseable. Surge una nueva configuración de la sexualidad producto de la confusión entre deseos y pulsiones. Presentan la extrema sexualización de los cuerpos y la maternidad como materialización del idilio amoroso y la égloga consumista y urbana: una canción a la alegría, a la plenitud y a las normas. En este sentido, mientras que el escándalo es una interrupción violenta de la vida cotidiana, la maternidad pública resulta una especie de equilibrio compensatorio logrado a través de un escenario tierno y una nueva posibilidad del desnudo femenino. Lo novedoso radica en que estos géneros posibilitan una ilusión de igualdad a su público en un mundo cada vez más jerarquizado y desigual a través de un nudo de sentimientos comunes que evidencia que todos formamos parte de la misma especie, que compartimos un mismo espacio emocional. Este es su modelo de felicidad. Todos sufrimos, amamos, odiamos, nos alegramos. Lo único que nos diferencia es la publicidad del sentimiento, no su calidad o intensidad. Así la subjetividad se ve

Question, Vol. 1, N.º 63, julio-septiembre 2019. ISSN 1669-6581

Instituto de Investigaciones en Comunicación | Facultad de Periodismo y Comunicación Social | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

Página 4 de 5



Luciano Francisco Del Hoyo *Cultura popular, redes sociales y nuevas tecnologías: cambios en las subjetividades a través de los consumos culturales*

expuesta en tres dimensiones: la epopeya del yo, la de una estructura sencilla y la de lugares comunes de la sensibilidad.

La intimidad pública es un ensayo significativo para el campo de estudios culturales. Sugiere un enfoque creativo acerca de cómo la cultura popular es intervenida por el mundo del espectáculo mediático, las redes sociales y las nuevas tecnologías. Si bien dedica partes del libro en trabajar la relación existente entre consumidor y el medio tecnológico parecería que no hay salida al control de la gran mente universal que nos clasifica mediante algoritmos. En este sentido, de un modo nostálgico y a través de un diagnóstico pesimista la autora percibe como la cultura letrada y escrita es cada vez más fragmentada a través de los géneros mediáticos del escándalo y el idilio de la maternidad.

Bibliografía

Sarlo, B. (2018). *La intimidad pública*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Seix Barral.