



Comunicación y Hombre

ISSN: 1885-365X

j.conde@ufv.es

Universidad Francisco de Vitoria

España

del Prado Flores, Rogelio
Mediología, ícono, redes sociales digitales
Comunicación y Hombre, núm. 12, junio, 2016, pp. 121-134
Universidad Francisco de Vitoria
Pozuelo de Alarcón, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129446703013>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Mediología, ícono, redes sociales digitales

Mediology, icon, digital social networking

En el presente trabajo se abordan los temas de la mediología y las redes sociales digitales. Se analizan las categorías de ícono digital, de lo virtual, de la interacción en las redes sociales digitales, con el apoyo de la hermenéutica analógica, la deconstrucción, la ética y la sociología desde el enfoque de un realismo crítico. Analizo el tipo de interacción que acontece en las redes sociales digitales y sus efectos en el tejido social, con la intención de invitar a un uso prudente y responsable de las nuevas tecnologías de la información.

PALABRAS CLAVE: mediología, redes sociales digitales, ontología, ícono, prudencia

This paper addresses the issues of mediology and the social networks. Categories of digital icon of the virtual, of interaction in online social networks, with support of hermeneutics, deconstruction, ethics and sociology from the perspective of critical realism are analyzed. The aim is to analyze the type of interaction that occurs in digital social networks and their impact on the social net, with the intention of inviting a prudent and responsible use of new information technologies.

KEY WORDS: mediology, digital social networks, ontology, icon, prudence.

1. Introducción

¿Qué lugar ocupa la Comunicación dentro de las ciencias? Inicialmente este cuestionamiento implica valorar la Comunicación en su justa dimensión, lo cual lleva a plantear interrogantes sobre el trasfondo en el que se apoya el empirismo contemporáneo. Los alcances de este estudio problematizan, sin ser exhaustivo, los ejes que estructuran a la Comunicación. El enfoque adoptado corresponde al realismo crítico. Por realismo crítico entendemos que la teoría tiene un componente aplicativo, igual de importante que su fundamentación. Por lo tanto se trata de pensar que la Comunicación es más que un campo profesional determinado por leyes, categorías y estrategias (Bourdieu, 2003), dado que la comprensión de la concepción de lo comunicativo revela el entramado de experiencias de vida, de desarrollo y de desplazamiento de las comunidades de seres humanos. Solo desde una teoría de la Comunicación como encuentro con el otro será posible pensar sobre la trascendencia de

lo que es la Comunicación. Las ciencias sociales marcadas por el positivismo de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, se encuentran embarcadas desde entonces bajo el binomio causa y efecto. Las metodologías empleadas recurrentemente revelan cuestiones de interés, como son las diferencias entre generaciones y grupos, los índices sobre los que se mide el consumo de medios, los diferentes tipos de interacciones, tipologías de usuarios, y así, se analizan indefinidamente las motivaciones que inclinan a los hombres a comunicarse. De igual manera, la cultura empirista se ha propuesto medir escrupulosamente los efectos de los contenidos de los medios masivos en las llamadas audiencias, diferenciando segmentos de la población. Así, los estudios de Comunicación forman parte de las disciplinas que supieron adoptar con rigor y encuadre el mandato empirista. Sobre todo fueron las ciencias sociales las que mejor supieron explotar esta perspectiva. Sin embargo, las ciencias sociales marcan a los estudios de Comunicación de una manera que restringen el potencial que se encuentra en su objeto de estudio.

Esta restricción no es menor, porque lo que se encuentra empeñado en la comprensión de la concepción de la Comunicación es el sentido mismo de lo humano. La noción de Comunicación nos comunica dimensiones incuantificables. En efecto, desde la Comunicación el hombre se ve involucrado en lo real, en la Comunicación centellean realidades no previstas por el ojo humano. Como sujeto y actor de una realidad que lo sobrepasa, el hombre se esfuerza por comprender a Dios que a su vez se comunica a los hombres. Antropólogos, filósofos y novelistas –como Peter Sloterdijk (2006a) y Mario Vargas Llosa (2008)– han referido que desde tiempos del paleolítico la humanidad se moviliza gracias a la vocación de narradores que con el apoyo de soportes comunicativos, contagian a su público espectador de un entusiasmo que les lleva a rozar lo no presente. Convivir con lo otro, con lo ausente, con lo que está más allá, es uno de los tantos motores que impulsan la acción comunicativa. A partir de esto es posible la analogía entre la paleopolítica, la mediosfera y la videoesfera como esferas-comunicativas que engloban el devenir de la humanidad hasta la época contemporánea (Debray, 2001). La idea es que la comunidad sobrevive a las tensiones, a los conflictos y a las crisis, resistiendo a las decepciones y a los desencuentros, gracias a la efectiva Comunicación de estados anímicos. De tal suerte que la Comunicación lo es todo, es la actividad a través de la cual se comparte un estado espiritual que anima, agrupa y alimenta al grupo (Sloterdijk, 2006a).

Si la Comunicación lo es todo, si todo tiene su epicentro en la Comunicación, o, como dice Baudrillard, “en nuestro tiempo, al parecer, todo se ha vuelto un problema de Comunicación” (Baudrillard, 2000b, p. 32), hay que comenzar por abrir la comprensión de la Comunicación hacia un horizonte científico de mayor calado que el que otorga el empirismo. Esta tarea requiere convocar a un conjunto de disciplinas que favorezcan la apertura sobre una unidad temática que se revela como horizonte y con un carácter factual. Es decir, la Comunicación permite dibujar un horizonte –un puente, una línea en el tiempo– de cual

se desprende una comprensión del pasado, del presente y del porvenir de las comunidades humanas, y por otro lado, la Comunicación permite ubicar los ejes sobre los que se teje en franca relación tanto la facticidad espiritual, como la materialidad de un soporte comunicativo y lo real de la convivencia humana. Estos ejes se pueden agrupar bajo el título de mediología. La mediología trabaja analógicamente y empíricamente, conjunta en una singular dialéctica, tanto entidades ideales como soportes técnicos. La Comunicación como disciplina puede ser ciencia del espíritu e ingeniería social; teje y trama el aspecto espiritual que cobran las múltiples formas de Comunicación, lo que comúnmente llamamos con el título de tradiciones.

La comprensión de entidades ideales está a la base de las ciencias exactas, como lo es el de las matemáticas y el de la geometría. Edmund Husserl (2000) cuestionó el grave error en el que cayó Galileo y con él, el desarrollo posterior de las ciencias en la modernidad, al descuidar la comprensión del horizonte comunicativo que hacen comprensibles los postulados, los axiomas y los principios de la geometría. Las entidades numéricas y los axiomas de la geometría requieren un horizonte a partir del cual se desprenda un punteo de supuestos compartidos. El hombre de ciencia moderna demeritó explicar el estatus precientífico de las Ideas: las bases culturales, políticas y técnicas. Se omite considerar las disputas entre grupos que conforman una civilización, los conflictos entre grupos de científicos (Latour, 2007). Los geómetras modernos abordan las cuestiones relacionadas con la lógica en un proceso de purificación, limpieza y exfoliación de los elementos impuros. Según Husserl (2000), Galileo no se cuestionó jamás el sentido de la génesis pasiva en la mente de los primeros hombres que captaron las cuestiones ideales, estructura pasiva que es general a cualquier mente que se inicie en el estudio de entidades ideales. Entendió que la rigurosidad es sinónimo de descontextualización.

La idea de purificar, la delimitación de objeto y el método y la descontextualización fueron las formas de ocultar las tensiones entre grupos de investigadores. La forma de operar de las ciencias modernas desembocó en lo que George Steiner (2001) denomina la gramática de la tristeza del pensamiento. Zygmunt Bauman (2004) describió el fracaso rotundo de las ciencias sociales: son incapaces de comunicar algo vivo, estable y con sentido a las comunidades. Lo efímero, lo líquido y movedizo no son características exclusivas de las relaciones humanas, también los resultados de las ciencias son contingentes; a lo mucho, perspectivas de la realidad sin ningún tipo de anclaje en la experiencia de la comunidad.

Sin embargo, gracias a la introducción del análisis sobre el papel que juegan las tecnologías de la Comunicación en el desarrollo de las mentes, los cuerpos y la vivencia interior, la mediología está en la capacidad de mostrar los cambios en las estructuras de convivencia humana, así como explicar la génesis en la comprensión de entidades comunicativas. Como se verá, la mediología elabora puentes de comprensión a partir de entrelazar cuestiones referentes a las tecnologías de Comunicación, con cuestiones relacionadas con el poder y sus

vínculos con estados anímicos de convivencia comunitaria. Estos puentes se pueden estirar tan ampliamente en tanto existan los suficientes elementos teóricos y los soportes técnicos que permitan acercarse a comunidades del pasado para entrelazarlas con las comunidades actuales. La mediología es una tecnofilosofía del encuentro, requiere de tecnologías de la memoria y políticas de la memoria para propiciar un encuentro con el otro.

Mediológicamente, entonces, podemos elaborar la siguiente pregunta de investigación que guiará el presente estudio: ¿qué le ocurre y, qué está por ocurrirle al tejido social –entramado anímico– en tanto gran parte del epicentro comunicativo acontece en los nuevos soportes de la Comunicación digital?

2. Episteme, praxis y mediología

Al entrelazar temáticas de distinta naturaleza, la mediología se encuentra en el embrollo de aclarar su carácter científico. Recordemos que las ciencias trabajan con ideas, datos, números y demás cuestiones universalmente abstractas. Si bien, el carácter trascendental de la Fenomenología de Husserl (2000) sirve para fundamentar la necesidad de que toda ciencia requiere de un horizonte que haga comprensible la génesis pasiva en las mentes –la explicación de la aparición de entidades ideales, así como la lógica que las acompaña y sus relaciones posibles–, la mediología proporciona una singular comprensión de tal horizonte, y lo hace recurriendo a un enfoque materialista y no sólo formal como en el caso de la Fenomenología. Como se ha dicho, la apuesta mediológica supone que el uso de tecnologías de Comunicación permite generar otros procesos de comprensión del sentido de lo real a partir de anudar lo material-espiritual (desde el pincel rupestre hasta el ordenador moderno). Se ha sugerido que la ciencia moderna acarrea una serie de prejuicios que la incapacitan para pensar mediológicamente. La polémica que se suscitó en el siglo XVII entre Thomas Hobbes (2001) y Robert Boyle a la que se refiere Bruno Latour (2007), no es nada trivial, sus efectos son de largo aliento. Desde entonces se sienta el precedente de jerarquizar disciplinas en función de obtener beneficios especiales. Boyle representa el paradigma de que la ciencia consiste en reproducir fenómenos naturales que ocurren sin la intervención de la cultura, mientras que Hobbes representa la idea de que ningún saber puede estar por encima de la soberanía del Estado. Bruno Latour (2007) muestra que esta disputa encierra contradicciones con consecuencias sistémicas, esto es, los hombres de ciencia encabezados por Boyle, requieren de testigos calificados, avalados por el Estado, que son los garantes de lo que ocurre en el laboratorio, sin estos testigos no sería posible la publicación de hallazgos. En cambio los defensores de la supremacía del saber del Estado representados por Hobbes, necesitan de argumentos basados en los hechos de la naturaleza humana, para justificar al Estado.

Entre Hobbes y Boyle existe una contradicción, a saber, el naturalista no es científico sino cuenta con el apoyo de estructuras creadas, y el jurista al servicio del Estado, no es creíble si no se apoya en argumentos basados en la naturaleza humana. Esta polémica está suficientemente trabajada por Pierre Bourdieu (2007) que explica perfectamente como a través de la especialización de campos de investigación se revela una lucha encarnizada por mantener una serie de privilegios. Esta disputa entre disciplinas está disfrazada dentro del sistema de enseñanza estatal. El Estado se beneficia de la división de saberes; saca una considerable ventaja al excluir saberes que le pueden ser adversos. En lugar de un trabajo interdisciplinario que agrupe experiencias, conocimientos compartidos y una sensibilidad crítica, el sistema político moderno se privilegia del divorcio entre disciplinas. Como se sabe, esta división se encuentra ya presente en la Grecia antigua.

Sin embargo, si se adopta una concepción mediológica de la ciencia, ésta tendría que recuperar un sentido de convivencia humana, que en justicia beneficie y no excluya los diferentes saberes de que es capaz el hombre. Este anudamiento deberá ser la condición que posibilite la acción, el dinamismo y la participación junto con el otro, asistiendo que el sentido de lo real es fruto del encuentro con el otro. Pero la comprensión de lo real ha estado siempre en disputa, desemboca en la jerarquización de profesiones. Las de mayor rango se encuentran dentro de las actividades epistémicas. Bourdieu (2007) muestra que esta jerarquización pende de qué tan cercano se encuentre el conocimiento de beneficiar a grupos de poder, es decir, a la derecha o la izquierda política. La disputa ideología, como sostiene Slavoj Žižek (2008) está presente en todas las áreas de lo social.

Ahora bien, para los griegos antiguos *episteme* produce un conocimiento veraz por necesidad, y se utilizaba principalmente para distanciarse del saber incompleto del pueblo. Por ejemplo, en el *Fedón* de Platón el conocimiento está asociado a una actividad del alma. En sentido análogo, para Aristóteles en *De la interpretación* reconoce que en la Comunicación, son las almas de los seres humanos las que se relacionan independientemente de la materialidad del signo. Por tanto, el alma es condición de la Comunicación entre personas. Sin este *subjectum* la Comunicación queda despiritualizada. Sloterdijk retoma estas intuiciones básicas, sin embargo, a través de otros supuestos asienta que la vida de comunidad depende de la Comunicación de estados anímicos apropiados. La sintomatología del alma, lo que la psicología moderna entiende como estados anímicos, y lo que recientemente la psicología reconoce como patologías del cuerpo y de la mente producidas por un malestar interior, parten de la concepción del hombre como una unidad entre mente, espíritu y cuerpo. Mediológicamente, la ciencia de la Comunicación no es más que la descripción de la vida del espíritu prolongada por soportes.

Para que la mediología sea creíble, tendrá que reconocer que la tecnología y el saber también han sido usados para controlar, someter y excluir al otro. Michel Foucault (2001) ha mostrado que la evolución de la especialización del enfoque epistémico, aliada al poder,

cuenta con mayores recursos técnicos para hacerse de un saber especializado, indaga apoyándose en puntos fijos, en estrategias de observación, como es el panóptico, el hospital psiquiátrico, la prisión y demás instituciones que modelan la conducta de las personas como también lo es la escuela. Estos saberes sirven con la finalidad del control y la modelación de conductas, perfeccionan tecnologías de observación, respaldadas por saberes disciplinarios como lo es la psicología, la pedagogía, la teoría del derecho penal, entre muchas otras.

Los estudios emprendidos por Foucault (2001), y de igual forma, los trabajados de Peter Sloterdijk (2006b), detallan, de manera provisional, algunas de las perspectivas que la mediología puede adoptar como enfoque interdisciplinario del conocimiento. Enfocar la atención en los usos sociales de la tecnología para conocer las estrategias de modelación de la conducta, permite adentrarse en la trama del poder. La hipótesis radica en que la conducta de individuos y de grupos que se saben observados, dependiendo del perfeccionamiento de estrategias y herramientas que utilice el poder para sus propios fines, modifica los estados anímicos del resto de la sociedad. Las preguntas que se haría un mediólogo serían: ¿qué estado anímico refleja la sociedad disciplinada por la existencia de prisiones y de hospitales psiquiátricos en comparación con la situación premoderna de convivencia? ¿Cómo describir esta transición sintomática del alma?

El estudio de la imbricación entre saber-poder-tecnología no es para nada nueva, se encuentra en Platón (2003), por ejemplo, por su puesto de manera distinta al enfoque mediológico, pero, lo importante es que muestra la necesidad que tiene el filósofo gobernante, un filósofo rey, tejedor y pastor de comunidades de hombres, que requiere echar mano de aquellos recursos disponibles para gobernar lo mejor posible. La referencia a Platón obedece a la necesidad de mostrar que la jerarquización de los saberes está en la génesis de la cultura occidental, y para mostrar que la relación entre conocimiento y poder está presente dentro de las preocupaciones platónicas. En el *Político*, Platón divide el conjunto de las ciencias en dos especies: una ciencia práctica y otra pura y simplemente cognoscitiva. La división no es dictada por prejuicios, según Platón, obedece a un orden lógico-ontológico, lo real se presenta como racional, lógico y por lo tanto comprensible. Dentro de las ciencias prácticas, Platón describe oficios como el de la carpintería. La ciencia pura y simplemente cognoscitiva es dividida en dos, en saberes directivos y en saberes críticos (*kritikē* cuya función es la de juzgar, discernir, emitir un juicio, *krínein*). Los saberes críticos implican la posición de espectador para juzgar con agudeza. Por su parte, la ciencia puramente cognoscitiva y directiva es caracterizada por el arte de tejer comunidades de hombres disímiles.

Ahora bien, la mediología tiene la necesidad de deconstruir el orden instaurado por una falsa comprensión platónica del mundo, la cual oculta las tensiones, los conflictos y los estados anímicos que se producen en la comunidad (Derrida, 1978). (La deconstrucción es el desmontaje de supuestos teóricos que jerarquizan un cierto orden de las cosas). Por una extraña razón, el horizonte cultural que rige las esferas del poder tiende a perpetuarse,

se normalizó la exclusión de la sabiduría de la comunidad, el poder consiste en no perder el poder. En este sentido, la mediología pone especial atención en la transmiten de las costumbres, en cómo se mantiene el poder. Analiza las estrategias de Comunicación que modelan las subjetividades: la educación de las pasiones del alma.

Es por demás sugerente referir que la era del libro, de la lectura en papel, provee una estructura estable. La lectura inhibe las pasiones. Mientras que los medios masivos, como el teatro Romano, influyen en sentido contrario, promueven una pasión por lo desmedido, lo mismo que los eventos de competencias deportivas. Esto se ve claramente en las preocupaciones de San Agustín (1995), en su apología del recogimiento como fruto de una sabiduría interior, luminosa y trascendente, que a groso modo recomienda no asistir a la red temática de entretenimiento que mantenían en funcionamiento el emperador Constantino II y Valentiniano I, a los largo de Imperio Romano.

Herencia política que desde el poeta Juvenal se sintetiza en la frase “al pueblo pan y circo” (Sloterdijk, 2006b). El Circo Romano estudiado desde la mediología nos da a comprender la triada entre poder, tecnologías de Comunicación masiva y estados anímicos colectivos. Entramado que mantiene un tipo determinado de comunidad, una forma peculiar de convivencia, donde los estados anímicos individuales son reflejo de un horizonte mayor, de una mediosfera, en palabras de Régis Debray. La mediosfera es la categoría que sintetiza los estudios sobre mediología al revelar los componentes que hacen posible la vida anímica de la comunidad, que bajo cierta combinación, influyen, regulan y dosifican la vida del espíritu que se convierte en la condición de posibilidad para la unidad grupal, pero también en su desertización, división y desaparición.

Una hipótesis de largo aiento intentaría demostrar que las imágenes prehistóricas, junto con la dosificación del canto-parloteo-danza, condujeron a la humanidad por un periodo que se mide por centenas de miles, y que de manera convencional se llama paleolítico, que comprende la nada amistosa era glaciar hasta la era del bronce. La combinación de imágenes, danzas y el parloteo, produjeron una membrana psicoacústica e icónica a la vez, lo suficientemente resistente para soportar un mundo hostil (Sloterdijk, 2006a). Se trata de una membrana con la función de útero social, que en absoluto es un lenguaje –lo que no tenía la forma de representar la intencionalidad de un autor ni la habilidad de interpretación de un lector–, fue más poderosa para conjuntar a comunidades que lo que suelen ser los actuales medios de Comunicación digital. En cambio, la videoesfera, o el auge de la imagen digital, produce el distanciamiento, el hiperconsumo y la vida atomizada y la desertización del tejido social (Baudrillard 2000b).

3. Mediología e ícono digital

La mediología cuida de no separar los recursos técnicos de Comunicación de sus propósitos efectos. Borrar la intención que dio origen al recurso artificial, -tecnológico, instituciones culturales, equivaldría a la fetichización del medio (Debray, 2001: 23). La comunidad se explica en su convivencia a partir de la integración de estados de ánimo con la organización materializada, que permite la implementación de tecnologías de Comunicación. El medio de Comunicación no es el único responsable de producir los estados espirituales de la comunidad. Lo es también el mensaje interpretado a través de iconos que sirven como vehículo. El ícono es un signo que se presta a ser interpretado de manera análoga. No es un signo que lleve a la concretización de una sola interpretación, sino que se presta para producir el diálogo, la mutua comprensión. Ciertamente, el ejercicio del poder, puede detonar una interpretación unívoca del ícono. El poder puede controlar la producción de iconos. "En Esparta, oligarquía militarizada, donde el voto se efectuaba por aclamación, y no por votos, había cien veces menos de estelas grabadas (nueve inscripciones en seis siglos) que en Atenas (donde el número de inscripciones disminuye en períodos de restauración oligárquica, 480-457)" (Debray, 2001: 62). Las estrategias de vigilancia, control, y gobierno que el poder emplea, dependen de los dispositivos de Comunicación y de la propaganda. El ícono como signo del lenguaje no reviste de ningún tipo de interés para la mediología. La semiótica y las filosofías del lenguaje tienen poco que aportar para la comprensión de la génesis pasiva presente en los cambios de estados animáticos. Para la mediología resulta más atractivo estudiar el ícono entramado con otros gestos, en la integración de bienes simbólicos, que nos dicen más que el sólo ícono en tanto entidad de la semiótica. Siguiendo a Beuchot, "el ícono no es únicamente visual, también es verbal. De modo que también el ícono visual contamina las palabras que se usan para describirlo y el ícono verbal contamina las imágenes con las que se lo trata de representar. El ícono, además, privilegia el plano del discurso, con lo cual posibilita la función generalizadora del lenguaje" (2009: 20). Los bienes simbólicos adquieren relevancia porque advierten la presencias de aspectos híbridos, combinación entre tecnología-cultura-espíritu (Latour, 2007).

Así, la mediología se presente como una disciplina que combina episteme y praxis, como Comunicación aplicada para la comprensión de lo humano. El ícono que ocupa un cabó en el anudamiento híbrido en tanto objeto de estudio de la mediología, se presta para una comprensión analógica de lo real, "la iconicidad es analogicidad, analogía, y esta nos ayuda a interpretar con mucho riesgo de error pero con suficiente objetividad" (Beuchot, 2007: 16). La mediología no trabaja con aspectos puramente culturales ni con aspectos puramente naturales, no es ni sociología ni filosofía, pues aborda cuestiones intermedias, híbridos, nudos que conjuntan tecnología y espíritu, pero no por eso menos rigurosa que estas. La mediología tampoco es una hermenéutica. La hermenéutica es interpretación del signo, del

lenguaje, incluso de lo real (hermenéutica ontológica). Existen hermenéuticas univocas y equivocistas. La mediología integra la hermenéutica con la Comunicación (con el uso y efectos de las tecnologías). Si redescribimos la hermenéutica analógica de Mauricio Beuchot (2009) en términos mediológicos obtenemos que los resultados que ofrece la mediología están preñados de analogicidad. El ícono es un enclave no equivocista de interpretaciones:

El ícono es algo intermedio, un signo que no es completamente artificial, convencional o cultural. No es completamente cultural porque no es mero producto del acuerdo, sino que requiere cierta semejanza con lo que representa. Tampoco es completamente natural, pues requiere la intervención del hombre, que lo capta ya interpretándolo (Beuchot, 2007: 18).

La mediología que lanza hipótesis sobre el horizonte de formación de estados anímicos que son la explicación de la génesis de conocimientos y de cambios sociales, analiza con especial rigor la acción híbrida que Debray denomina transmisión que, “incluye, más allá o más acá de lo verbal, otros soportes de sentido: gestos y lugares en la misma medida que palabras e imágenes, ceremonias en la misma medida que textos, lo corporal y lo arquitectónico en la misma medida que lo ‘intelectual’ o lo ‘moral’” (2001: 24). De modo que, el ícono cobra especial interés en el momento que abre un horizonte de producción técnica de la imagen, lo que Debray denomina como videoesfera. En la videoesfera, el ícono digital se encuentra vehiculizado por los resortes del capitalismo. Las industrias de Comunicación masiva operan de manera especializada el entrelazamiento de entretenimiento con la cultura (Vargas Llosa, 2013).

En efecto, el ícono digital aparece en un contexto de Comunicación virtual, que le posibilita aumentar la flexibilidad, combinar el potencial de fluorescencia eléctrica con el sonido. La videoesfera produce sentidos diacrónicos, que emergen desde la imagen y el audio en anudamiento con otro íconos digitales, significando más de sí mismo, recreando sentidos a partir de otros. La imagen digital cumple “de otro modo que ser” el ícono convencional. De otro modo, la Comunicación digital cumple el cometido universal del lenguaje: nos habla, nos dice, más allá de las diferencias culturales y contextuales. El otro, redescubriendo a Emmanuel Lévinas (1995) se convierte en cualquier otro, no en usuario, ni en consumidor, la Comunicación digital revela el sentido de proximidad que tiene que ver conmigo, que me incumbe.

Esto es así porque el ícono digital es híbrido, está cargado de un sentido cultural, pero también hace referencia a lo real del sujeto interpretante. En el ícono digital se anudan dos aspectos sobre una base eléctrica. Por un lado refiere una sentido convencional, cultural, histórico, que puede mezclar aspectos del capitalismo de mercado, pero por otro lado, hace referencia a una dimensión objetiva, comunica algo de lo real, ya sea del ser humano, de la comunidad, del mundo. Estos aspectos hacen que el ícono funcione, que sea medio, vehículo digital, que el sujeto descifra, no cabalmente, pero sí asumiendo un sentido que lo hace

interactuar con sentido, comunicando algo de sí mismo, construyendo el estado anímico de comunidades. Existe, por tanto, la posibilidad de que el ícono responda a la lógica del porvenir, de la justicia, de una sociedad diferente, mejor, más democrática. En la integración de la mediología con la ética, es posible advertir que el ícono es una suerte de hospitalidad para el extranjero, performatividad de la promesa originaria, o preoriginaria como fundamento del qué hacer, del trato responsable, del contrato social.

4. Mediología y redes sociales digitales¹

En este sentido, la mediología (Debray, 2001), es una forma de abordar la interacción en las redes sociales digitales, encargada de enfatizar las condiciones ineludibles que impone el soporte técnico sobre el pensamiento y la sociedad. Para el primer Derrida (1978), lo mismo que para Debray (2001), la materialidad del signo y del soporte conducen modos de convivencia.

Jean Baudrillard (2000b) advierte que la pantalla de los dispositivos electrónicos se parece a un desierto y a un enjambre, también a un aluvión de luminiscencias vectorizadas, heterogéneas, superficiales y contingentes; la memoria es llevada al límite en la interacción digital. De una experiencia del tiempo, se pasa a la sensación de simultaneidad de la Comunicación, el paso de la contingencia del tiempo al estallamiento del vértigo, de la finitud de los procesos psíquicos a una tormentosa transparencia. “La instantaneidad, la simultaneidad crean la transparencia obscena y pornográfica” (Del Prado, 2015). Entonces, la mediología se pregunta: ¿qué le ocurre a nuestra memoria colectiva, a nuestros lazos de empatía comunitaria, cuando la producción masiva de simulacros asechan sin tregua a la Comunicación digital? ¿Cómo cambia la Comunicación digital nuestra responsabilidad con el otro, la comunidad y la democracia? ¿Qué dificultades se presentan a la convivencia simulada? El simulacro consiste en una cuestión de indecidibilidad entre lo real y la ficción de una Comunicación digital. Para Baudrillard (2000a) el olvido del ser deja de ser un problema, el simulacro es apremio de lo actual.

Por otro lado, la interacción en la web tiende a anular las barreras entre lo público y lo privado, desaparece el razonamiento prudencial sobre la vida privada, disponibilidad para comunicar fragmentos de estados anímicos desconectados del entorno familiar y social. La lógica de estar siempre actualizado, eclipsa el tiempo de retiro para el descanso en soledad. El instante en la web es como epicentro de todas las facetas del hombre, éxtasis de la temporalidad desajustada, “Out of joint” (Derrida, 1995: 33), el mundo a la mano enloquecido,

1/ Algunas de estas ideas de este apartado fueron expuestas en el *III International Conference on Media Ethics*, en la Universidad de Sevilla, España, marzo del 2015 (en prensa).

trastornado por el acecho de espectros. En efecto, es importante analizar la naturaleza comunicativa que se construye en las redes sociales digitales, lo cual lleva inevitablemente a preguntar por lo virtual, a cuestionar con mirada aguda, qué tipo de realidad es esta que tiene efectos ambivalentes, que es y no es a la vez, que permite la simultaneidad del ser y de lo que no es, por lo tanto el acontecimiento de lo fantasmagórico, la interacción artificial de presencias y ausencias (Del Prado, 2014). En las redes sociales digitales se observa la participación de ausencias que, paradójicamente, termina por afectar situaciones concretas. Como sugiere Derrida (1978), las dicotomías metafísicas estructuran al lenguaje para un desenvolvimiento del pensamiento. El problema que presenta las interacciones en Internet es que se apoyan en una experiencia artificial, que imita la simulación, el escepticismo.

La interacción en las redes digitales según la lectura mediológica sufre de la crisis del distanciamiento, del respeto y la diferencia (Han, 2014), pues acontece que la Comunicación se libera de la lentitud del tiempo sincrónico y de la pesada carga del espacio físico. Los vectores de las redes estructuran interacciones verticales, horizontales, encadenamientos ilimitados de información, simulación de epicentros alegóricos donde se condensan imágenes. Como apunta Derrida (2009), la escritura se transforma en vínculos, conectores y vectores. Los bordes de las páginas desaparecen, la escritura lineal cede su lugar a las imágenes, el texto aparece y desaparece, la pantalla como pizarra en *collage*, tendedero artificial (Derrida, 2009).

El uso de las redes sociales digitales está en apogeo y en aumento gracias a que posibilitan interconexiones a la velocidad de los fotones. Existen considerables ventajas sobre la proximidad en las interacciones, pero hay indicios de que se produce una desertización del territorio donde se teje el entramado social; la responsabilidad de cada individuo es inaplazable e insustituible sobre el tipo de amistad que construye (Levinas, 1995) en la interacción digital.

La mediología provee de un realismo crítico que revela el sentido del ícono virtual, es decir, ofrece una lectura humanista que nos aparta de la simple cultura de masas (sentido eminentemente de capitalismo pragmático que lleva hacia una Comunicación como mero entretenimiento). Esta distinción de cultura de masas como entretenimiento es de la autoría de Umberto Eco, que ha sido popularizada por los deseos editorialistas, pero sirve como eje para señalar que la cultura de masas, la cultura compartida por todos es una contrasentido, “la cultura de masas es la anticultura” (Eco, 2014: 24).

En las redes sociales digitales la proximidad del cara a cara, asignación insustituible de responsabilidad, “el rostro es una presencia viva, es expresión” (Levinas, 1995: 89), actualmente cede su lugar a la interacción con espectros digitales. En efecto, el otro, el prójimo, no habita en la web, sin embargo al parecer su persona se revela igual que yo en la interacción artificial. La Comunicación en Internet hace que la experiencia se vuelva contradictoria, es decir, fantasmagórica, real y ficticia (Derrida, 1995). Las apariencias son el vector

que enlazan al enjambre (Han, 2014). El ecosistema digital pone en situación de crisis las capacidades de resistencia de los individuos, la tristeza del pensamiento (Sloterdijk, 2013), la estrategia que sigue el mercado de comunidades virtuales es muy simple pero efectiva, se trata de convertir al consumo como una decisión racional y emotiva, de esta forma, el sujeto es rodeado de argumentos y emociones que modelan su conducta de compra. Como menciona Lipovetsky, el hiperconsumo provoca felicidad paradójica (2013: 13).

En consecuencia, una Comunicación líquida, finita y fantasiosa, hipercconcentración de la Comunicación a través de la Comunicación digital. Mundo digital habitado por forasteros, de extraños que simulan interacción. La Comunicación digital no propicia el encuentro con el otro, es decir, la vida espiritual de la comunidad digital está compuesta de piezas sueltas. La fantasía de la Comunicación digital acecha cuando el drama humano, ya sea individual o social, pasa o se agota en el ámbito de las redes digitales como apariencia de realidad o simulacro de encuentro con el otro. Hiperrealidad como analogía con el consumo de drogas (Baudrillard, 1988). La hiperrealidad es la apreciación que tenemos de lo real a través de los soportes tecnológicos. Hiperrealidad o éxtasis de la Comunicación, en palabras de Baudrillard (1988), se trata del vértigo seductor de la inmediatez artificial de la interacción humana. La interacción digital no se reduce al acto de compartir información, se traduce en escenario, en hiperrealidad, en la exacerbación de la imagen, en videosfera.

El enfoque de Baudrillard (2000a) señala la muerte de lo real, la videosfera es la conformación con la hiperrealidad, la anulación del motor que inspira a trabajar por un mundo diferente. Inmanencia, transparencia, obscenidad digital, todo secreto es expuesto, revelado, transparentado; las redes digitales como espacio para la expansión de una Comunicación pornográfica, es decir, lo íntimo se transmite sin reservas, obscenidad, transparencia del mal. La sensualidad privada pierde su encanto al perderse el diálogo, la distancia, la diferencia, el respeto, la alteridad de lo otro (Levinas, 1995).

El análisis mediológico compara escenarios de convivencia. Por ejemplo, a diferencia de otros soportes –como el libro, la hoja de papel, la página–, las redes digitales producen un efecto seductor. Sabemos que la escritura en papel invita a la reflexión, a la interiorización, a pensar, al goce de la lectura gracias a que permite el tiempo de distancia, el respeto entre el texto y el sujeto. Por otro lado, la interacción en las redes digitales provoca encantamiento. La lectura en papel es a temperatura media, sin embargo, la interactividad en las redes es mucho más intensa, emocionante, vertiginosa y adictiva (Boudrillard, 1988). De esta forma se produce un éxtasis en la Comunicación digital: atracción irresistible, fascinación abductora frente estas nuevas posibilidades de interacción; provocación, sugestión del medio. Es posible que el sujeto esté seducido por esta realidad de lo virtual, llegando al extremo de padecer una fuerte angustia cuando las conexiones fallan o faltan.

De cara al simulacro, la mediología entiende al ícono digital como diagrama en que se revela un sentido analógico de participación comunitaria y democrática, no como algo absolu-

tamente porvenir, sino como diagrama que opera para que las cosas sucedan en el presente sin perder de vista la noción de justicia, así el ícono digital que se revela como diagrama operante de justicia (Beuchot, 2007: 18-19).

5. Conclusión

La mediología tiene un lado luminoso, nos ayuda a evitar el consumismo mediático, a mirar con recelo crítico las supuestas bondades que acarrea la Comunicación por Internet, el recurso que nos quedan es asumir una “la analogía, modo de significar (e, incluso de hablar y de conocer) intermedio entre la univocidad y la equivocidad, pero en ella, a pesar de la semejanza predomina la diferencia” (Beuchot, 2007: 15-16). Invitación a la prudencia, actitud precavida, en serenidad y responsablemente, cuestionar qué es lo que le ocurre a nuestra interacción digital que puede caer en la simulación, pero que también puede ser condición para el encuentro con el prójimo. El mismo cuestionamiento se puede hacer respecto a la sociedad: qué le ocurre a nuestra convivencia una vez que dependemos de la Comunicación digital. ¿Cuál es el resultado del éxtasis de la Comunicación digital? El ecosistema digital es una analogía impropia con riesgos de equivocismos, en estas alegorías la libertad del hombre es cuestionada. El abuso, la dependencia total en la Comunicación digital comporta el riesgo de lo que Baudrillard (2000b) llama como la desertización de lo social y de la misma naturaleza. Se trata de la muerte de lo real o su eclipse por medio de la invasión de pantallas digitales. En efecto, actualmente las carreteras de la información son el paradigma de las carreteras por donde transitamos a pie o en auto: invadidas de publicidad, y como fondo, la naturaleza muerta (Baudrillard, 2000b). Pantallas de todo tipo, pantallas planas, simples, sin trascendencia, ocupan el centro de los espacios, más que decoración, las pantallas armonizan el entorno, ecosistemas de pantallas. La mediología, la producción ética de bienes simbólicos, resiste al consumo desmedido, se aparta de la vida materialista, valora la utilidad de los móviles, de las computadoras y de la tecnología en función de propiciar encuentros reales con el otro, cara a cara con el prójimo, en la proximidad con el otro, condición preoriginaria de la ética (Levinas, 1995). En cambio, el abuso, un uso imprudente y desmedido de la producción técnica de la imagen propicia una Comunicación obscena, que no respeta nada, no hay lugar para el secreto y la intimidad, todo queda expuesto en la web. La mediología revisa el anudamiento entre cultura, tecnología y estados del alma. El ícono digital se revela como medio entre una estructura referencista y la producción de bienes simbólicos comunitario, que puede remitir a un carácter realista de la Comunicación en tanto provocación para el pensamiento. □

Bibliografía / Bibliography

- AGUSTÍN. *Confesiones*. México: Porrúa, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. *El otro por sí mismo*. Barcelona: Anagrama, 1988.
- BAUDRILLARD, Jean. *El crimen perfecto*. Barcelona: Anagrama, 2000a.
- BAUDRILLARD, Jean. *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama, 200b.
- BAUMAN, Zygmunt. *Sociedad sitiada*. Argentina: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- BEUCHOT, Mauricio. *Tratado de hermenéutica analógica. Hacia un nuevo modelo de interpretación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Editorial Itaca, 2009.
- BEUCHOT, Mauricio. "Interpretación, analogía e iconicidad". En Lizarazo, D. (Coord.) (2007). *Semántica de las imágenes. Figuración, fantasía e iconicidad*, México: Siglo XXI, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Istmo, 2003.
- DEBRAY, Régis. *Introducción a la mediología*. Barcelona: Paidós, 2001.
- DEL PRADO, Rogelio. "El humanismo y las hipermediaciones", en Del Prado, R. (Coord.) *Ética y redes sociales*. México: Coedición de Tirant Humanidades México e Investigaciones y Estudios Superiores SC, 2014.
- DEL PRADO, Rogelio, "La prudencia y el uso responsable de las redes sociales digitales". *Ponencia dictada en el III International Conference on Media Ethics*, Universidad de Sevilla, España (en prensa), 2015.
- DERRIDA, Jacques. *De la gramatología*. México: Siglo XXI, 1978.
- DERRIDA, Jacques. "El papel o yo, ¡Qué quiere que le diga...!". En Vidarte, P. (2009). *Marginales leyendo a Derrida*. Madrid: UNED, 2009.
- DERRIDA, Jacques. *Espectros de Marx. El estado de la deuda. El trabajo del duelo y la Nueva Internacional*. Madrid: Editorial Trotta, 1995.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. México: TusQuets Editores, 2014.
- FOUCAULT, Michel. *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.
- HAN, Byung-Chul. *En el enjambre*. Barcelona: Herder, 2014.
- HOBBS, Thomas. *Leviatán, o la materia, forma y poder de una república eclesiástica y civil*. México: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- HUSSERL, Edmund. "El origen de la geometría". En Derrida, J. (2000). *Introducción a "El origen de la geometría" de Husserl*. Buenos Aires: Manantial, 2000.
- LATOUR, Bruno. *Nunca fuimos modernos. Ensayos de antropología simétrica*. Argentina: Siglo XXI Editores, 2007.
- LEVINAS, Emmanuel. *Totalidad e Infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Ediciones Sígueme, 1995.
- LIPOVESTKY, Gilles. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2013.
- VARGAS LLOSA, Mario. (2013). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara, 2013.
- VARGAS LLOSA, Mario. *El viaje a la ficción. El mundo de Juan Carlos Onetti*. México: Alfaguara, 2008.
- SLOTERDIJK, Peter. *En el mismo Barco. Ensayo sobre hiperpolítica*. Madrid: Ediciones Siruela, 2006a.
- SLOTERDIJK, Peter. *Normas para el parque humano*. Madrid: Ediciones Siruela, 2006b.
- SLOTERDIJK, Peter. *Muerte aparente en el pensar. Sobre filosofía y la ciencia como ejercicio*. Madrid: Ediciones Siruela, 2013.
- STEINER, George. *Gramáticas de la creación*. Madrid: Ediciones Siruela, 2001.
- ŽIŽEK, Slavoj. *Cómo leer a Lacan*. Buenos Aires: Paidós, 2008.