

YouTube



Escópica de videos confessionales en Youtube ¿Lugares de resistencia o Subjetividades en suspensión?

Scopic confessional videos on Youtube? Subjectivities in resistance or suspended?

**Vídeos confessionais escópicos no Youtube?
Locais Subjetividades resistência ou suspenso?**

Édgar Giovanni Rodríguez Cuberos
rodriguez.edgar26@gmail.com

Édgar Giovanni Rodríguez Cuberos⁴
rodriguez.edgar26@gmail.com

2 Profesor cátedra, Maestría en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos IESCO, Universidad Central. Catedrático de la asignatura Informática educativa en la Fundación Universitaria Monserrate, Programa Licenciatura en Educación Preescolar.

Fecha de recepción: 28 de Septiembre de 2013 / Fecha de aprobación: 8 de noviembre de 2013

Escópica de videos confesionales en Youtube ¿Lugares de resistencia o Subjetividades en suspensión?

Resumen

El texto indaga, en clave exploratoria, la atención a las dimensiones estéticas desplegadas en el consumo de videos confesionales como parte de la relación de niños y jóvenes como usuarios de la Internet. Se problematiza la ausencia de los maestros y la escuela en la interpelación de dichos productos de consumo y sus impactos en las subjetividades, dando como resultado lo que se denomina aquí subjetividades en suspensión, es decir, cuerpos y mentes predisuestos a la captura, al pensamiento de medianía en su devenir propiamente tele/maquínico. Se proponen algunos modos probables de resistencia desde la educación.

Palabras clave: *control neuronal, identidad, subjetividad, filosofía de la tecnología, TIC.*

Scopic confessional videos on Youtube? Subjectivities in resistance or suspended?

Summary

The text explores key exploratory attention to the aesthetic dimensions deployed in confessional video consumption as part of the relationship of children and young people as internet users. It problematizes the absence of teachers and school in the questioning of such consumer products and their impacts on subjectivities, resulting in what I have called here by subjectivities in suspension, ie, bodies and minds predisposed to capture, the thought of mediocrity in its becoming actual tele / machinic. We propose some probable modes of resistance from education.

Keywords: *Neural control, identity, subjectivity, philosophy of technology, ICT.*

Vídeos confessionais escópicos no Youtube? Locais Subjetividades resistência ou suspenso?

Resumo

O texto explora chave exploratório, a atenção à estética implantado no confessionário video consumo como parte da relação das crianças e jovens como os usuários da internet. É problematizada a ausência dos professores e da escola como a interpelação destes produtos para o consumidor e os seus impactos, as subjetividades, resultando no que tenho dado aqui para chamar as subjetividades em suspensão, Ou seja, corpos e mentes predispostas a captura, o pensamento de grunhir no seu futuro como tele/maquínica. Propomos alguns provavelmente os modos de resistência da educação.

Palavras-chave: *controle neural, identidade, subjetividade, filosofia da tecnologia, TIC.*

“[...] después que la descarga política volviera a encauzarse por otros medios: por las vías del entretenimiento apolítico orientado a la disposición afectiva de las democracias liberales de masas”.

P. Sloterdijk, *El desprecio de las masas*.

I. Introducción

Históricamente los medios de comunicación han sugerido condiciones receptivas y de registro de formas de visualidad, sonoridad, temporalidad o espacialidad, es decir, afectan las subjetividades y los ámbitos de formación y referencia de valores o inclinaciones hacia el mundo de la vida y lo cotidiano (posturas éticas/estéticas y políticas). En la actualidad el uso de TIC, plataformas y dispositivos electrónicos y digitales, entre otros aspectos de las llamadas sociedades de la información y el conocimiento, favorecen la consolidación de estilos de vida, hábitos y costumbres hasta ahora inéditos². La reflexión antropofilosófica sobre estas transformaciones es asimétrica frente al permanente y vertiginoso avance de la tecnología, al igual que el papel de la escuela dentro de dicha complejidad como punto de inflexión de las nuevas generaciones en dicho entorno.

A pesar de la velocidad con que las redes y los hábitos telemáticos se dispersan y amplían, la mirada disciplinar escolar y la academia parecen estar más preocupadas por anacrónicas disputas de legitimidad (contenidos, competencias, memorística), que por considerar los repertorios de lenguaje de las “culturas digitales”, o la descripción y crítica de las mamposterías de verdad, que conducen a su vez a un registro particular (gramáticas y semánticas de visibilidad en red) de la realidad y de las formas de poder/saber que despliegan en sus productores y consumidores.

“YouTube es ahora un estilo, una estética propia. No le tomó mucho tiempo para instalarse en nuestra psique de los consumidores como una serie de convenciones reconocibles desde lo visual, lo auditivo y lo narrativo. En ese sentido, es un gran acontecimiento que merece, por lo menos, un pie de página en la historia de los medios de comunicación (Vihñ, 2007, citado por Roncallo, 2012, p. 198).

El predominio de YouTube y de sus contenidos, debe ser materia de exploración por parte de los docentes y de la academia en general, pues no es un secreto que los niños (as) y los jóvenes acceden a dichos contenidos por estrategias virales de distribu-

ción, y que este comportamiento de recepción es, por supuesto, mucho más efectivo que las estrategias discursivas o las prácticas de enseñanza de la forma escuela. En síntesis, se trata de entender que la atención del docente no debe estar exclusivamente en “encontrar materiales educativos”, sino en describir en el currículo oculto de la Internet, formas de re-presentación como hegemonías discursivas y metodológicas frente a otros saberes menores, marginales, alternos o en exilio. En este sentido, el trabajo académico por parte del educador es el reconocimiento de estas otras modalidades de captura de la atención de los niños(as) y jóvenes y sus efectos o potencias.

Entonces, debemos aceptar que es urgente que en el contexto escolar dichos saberes múltiples, y sus manifestaciones socio-culturales, visibilizadas a través de las redes digitales, deben permitir un análisis que dé cuenta de las relaciones y los campos heterotópicos que describen. Entonces, la exigencia a las disciplinas está dada por su capacidad para encontrar la ocasión y las circunstancias por medio de las cuales una summa de relaciones puede dar cuenta de la saturación analítica de un fenómeno. Para las ciencias de la comunicación y la educación este propósito determina, de entrada, una atención sobre las tecnologías y las transformaciones socioculturales que producen subjetivación.

En tal sentido, se trata de un tipo de saber estético como lugar interdisciplinar en el que se disputa la disposición afectiva, de una persona o colectivo, que decide política y éticamente emprender el *pathos* y el *agon* como parte de su proyecto de vida y que lo conduce por la senda del deseo de crear y no sólo portar ideas. Lo contrario a esta visión estética puede interpretarse como la instrumentalización del sujeto y su sometimiento a una dinámica particular. Dicho sea de paso, se trata de un ejercicio de alta complejidad que teje pero que también cierne con diferentes métodos, la designación, ya no del qué ilustrado, sino del cómo y el cuándo, lo que le da su carácter y, por qué no, su estatuto epistémico en unas condiciones de dominancia tecnológica que

2 Sólo hay que considerar fenómenos como el llamado matoneo virtual, el *sexting*, venganza pornográfica, o el *hacking*, entre otros.

hacen énfasis en la posesión y archivo del dato informacional y no de su uso y aplicación.

De tal suerte, con la implementación acelerada de nuevas tecnologías info comunicacionales, y la incidencia que tienen éstas en los circuitos de producción de la última etapa del modelo económico (basados en la distribución y acceso diferencial a los datos y a la exacerbación de los estímulos desde el entretenimiento comercial), la pugna por la constitución de subjetividades críticas cercanas a un proyecto humano y en condiciones de equidad y justicia, se torna cada vez más lejana.

“El verdadero poder de las condiciones posfordianas en red reside en la producción de nuevas formas de inteligencia general; la mercantilización de lo que se conoce como externalidades, unas redes intensivas sumergidas que forman las otrora secretas relaciones del valor de marca. En la actualidad, la inconsciencia rizomática del valor de marca genera valor en formas inéditas y desconocidas, hoy convertidas en una realidad, en una abstracción real en la que esos factores, en otro tiempo no reconocidos, forman unos complejos bucles collageados dentro de sus propias distribuciones y se afirman como normas constantes y repetibles, susceptibles de comercializarse con un valor asignado, generando beneficios futuros como parte de presupuestos predeterminados. En tanto que tales, con ayuda de nuevos cálculos informáticos intensivos, las contingencias de su valor —que en otro tiempo podrían ha-

berse dado por descontadas—, son hoy realizables, analizables y fiables. Esta mercantilización de las externalidades encarna la nueva definición del trabajo inmaterial y la inteligencia general” (Neidich, 2009, p.139).

En esta complejidad, diversas miradas que puedan involucrar diseños metodológicos heterogéneos y arriesgados (*mixed methods*³), como propuestas conceptuales de avanzada que promuevan una cercanía interpretativa con los fenómenos y, en tal caso, una hermenéutica crítica y reflexiva de la cual se desprendan argumentos, intuiciones y/o teorías con elementos pragmáticos orientados a incitar, con su efecto discursivo y práctico, dimensiones distintas en la planeación de políticas públicas y privadas, o que de manera alterna, generen movimientos de resistencia, resultan por demás urgentes. Es en esta medida que puede acudir a una Ciencia Social Contemporánea que se permita unos métodos mixtos o heterodoxos donde confluyan los estudios sociales, culturales, comunicacionales, etc. Ellas pueden ofrecer nuevas hermenéuticas para ámbitos como el de las nuevas tecnologías, la educación y la producción de subjetividades telereacionales, dado que:

“[...] hará falta desarrollar nuevos órganos perceptivos; en este caso, instituir propiedades distribuidas de computaciones neuronales en una generación que ha crecido de hecho dentro de esta nueva forma de espacio dinámico e intensivo, con el fin de comprender la lógica del nuevo espacio construido” (Neidich, 2009, p. 126).

II. Los videos confesionales o monólogos

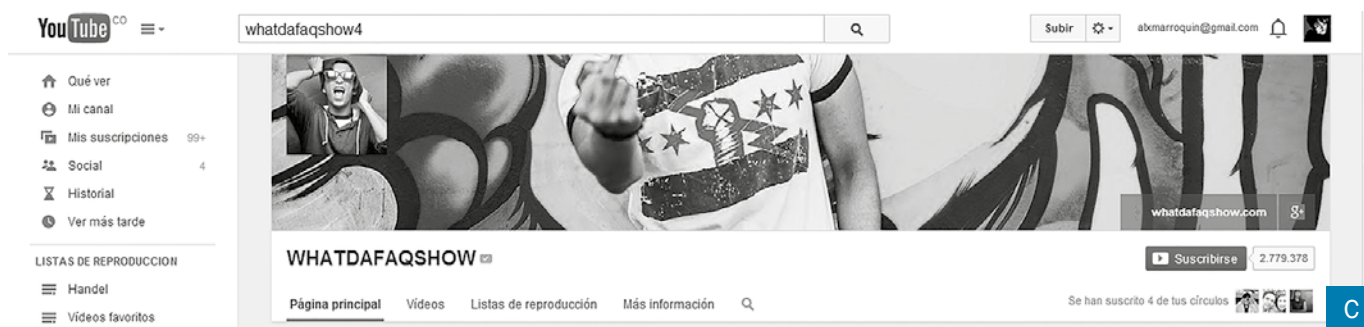
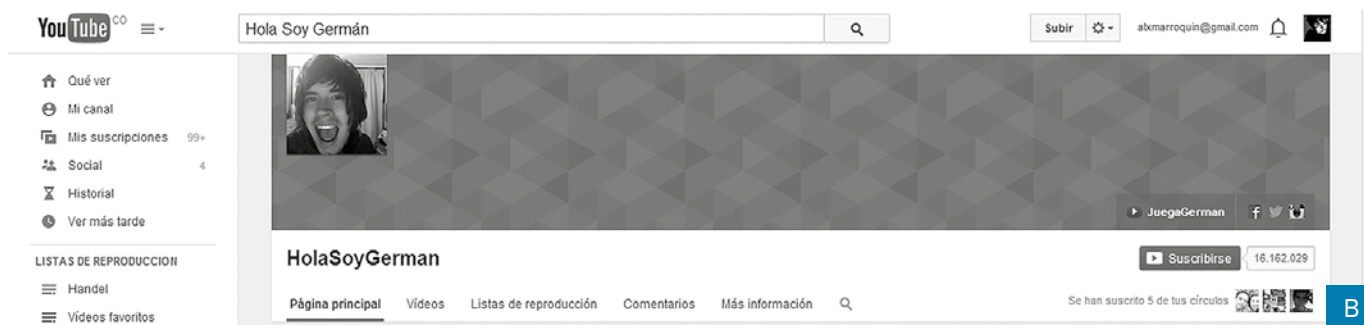
Para Sibilia (2012), los “videos confesionales” representan múltiples fases del yo contemporáneo, sujetos que se muestran confesándose ante millones de ojos y oídos en potencia; son, al mismo tiempo y según la denominación más consensual de lo autobiográfico, autores, narradores y protagonistas de los productos culturales en cuestión. También son ellos mismos quienes se ocupan de publicarlos en diversos sitios de la red, actualizándolos con nuevas entregas de modo periódico y más o menos regular (2012, p. 38).

Para estos “confesores” devenidos estrellas, quienes detentan un tipo particular de verdad que es consumida asiduamente por niños (as) y jóvenes de primaria y secundaria (como *target* principal), el asunto de la producción de contenido es claramente irrelevante, dado que es imposible filtrar los usuarios y, en últimas, el carácter bufón o fanfarrón de sus intervenciones se constituye como hilo narrativo de una “rebeldía juvenil” consensuada y soportada en la burla. El problema radica en que lo cómico se difumina también en la exclusión religiosa, de género, racial, etc.

3 Esta preocupación implica el reconocimiento de unas complejidades distantes que requieren otros esquemas y formatos de hacer investigación y de asumir sus prácticas. En ello se juega una forma de resistencia concreta frente a la vehemencia y obliteración del discurso, que termina generalmente arrinconando en el desaliento a los que, en plano intelectual, navegan sobre la aventura del conocimiento. Así, frente a la capacidad de pensar, imaginar y crear tratando de contemplar activamente las fuerzas poéticas que animan la naturaleza y la existencia misma, el motor subjetivo de cada máquina de pensamiento se puede dejar tentar al riesgo jovial del esquema propio, de la insurrección erótica de la idea personal, de allí de nuevo su *radicalidad*.

Estos “tips” excluyentes sirven como material a los confesores para naturalizar sus efectos a través de la publicidad asociada o

la aparente ingenuidad de lo jocoso. Al respecto, afirma Germán Garmendia, de “Hola soy Germán”:



Portales Youtube de algunos “videos confesionales”. A. YosStoP; B. Hola Soy Germán; C. whatdafaqshow4.

4 En este tipo de sitios resulta interesante cruzar los contenidos (el video) con las asociaciones semánticas que genera el sistema, los vínculos a publicidad emergente y los comentarios y perfiles de los receptores. El conjunto da como resultado todo un despliegue de “modos” articuladores de subjetivación que, a su vez, dan lugar a la navegabilidad de otros contenidos trazados sobre lo homogéneo: descalificar y/o naturalizar la exclusión (“el pobre”, “la puta”, “el negro”, “el freak”, etc.).

“El humor que hago en YouTube es bastante inocente. Siempre me ha gustado hacer reír a la gente burlándome de mí mismo, nunca de los demás [...] Mi popularidad ha ido creciendo poco a poco, por lo que he tenido tiempo de acostumbrarme. Es algo extraño porque nadie te enseña a dar un autógrafa o a tomarte una foto con un desconocido. Todavía lo veo como un juego y no le doy importancia [...] En mis vídeos no hay que tomarse nada en serio. No tengo broncas con nadie. Cuando hablo de algo con rabia probablemente lo estoy haciendo también con humor. Es mi forma sarcástica de hacerlo” (BBC, 2013).

Pero aún así, circulan como “referentes” para sofisticar otras prácticas como el matoneo o la persecución, pues como sustrato

semántico amplifican la capacidad de humillación en un contexto determinado, aportan calificativos u opiniones que a la ligera se asumen como verdad:

“Esa cara no te la quita ni tu papá homofóbico” (whatdafaqshow.com).

“Como cuando sales de fiesta y te levantas a cualquier cosa” (whatdafaqshow.com).

“Sí, sí, sí eres GAYtorade y no te juzgo” (whatdafaqshow.com)

“Son más traviesos que tu novia en la cama” (whatdafaqshow.com)

“Para que tú stopper puedas identificar a una zorra fácilmente” (Lo que dicen las putas y las zorras, YosStoP).

III. La recuperación de la sinapsis

El logro de la singularidad se constituye como objetivo fundamental, no sólo para la inteligencia artificial, sino para el pensamiento contemporáneo agobiado, cercado y marginalizado en una época de ausencia de proyectos con ansias de transvaloración. Si aceptamos las teorizaciones que se realizan sobre el campo de las llamadas neurociencias y sus aplicaciones en campos particulares como el neuromarketing, podemos suponer que en efecto, se trata en la actualidad de facilitar aún más la distribución de contenidos comerciales a partir del desarrollo de interfaces o soportes mediales que afecten directamente los sistemas de elección y decisión de unas subjetividades en tránsito, fragmentadas y suspendidas en una *mercadosfera*⁵.

“Todo aquello que se ve constantemente repetido, interconectado y luego magnificado, por ejemplo, por las tecnologías del capital global neoliberal, atrae la atención del cerebro y la mente que pasarán en consecuencia a registrarlo. Por otro lado, el arte y la arquitectura son prácticas que, en su condición de experimentales, son susceptibles de asumir la variabilidad potencial inherente a un entorno temporal metaestable para producir varias formas nuevas de vínculos temporales inmanentes dentro del contexto del virtuoso” (Neidich, 2009, p. 122).

La influencia de dichas tecnologías no sólo problematiza viejas condiciones de reflexión antropológica y filosófica como la iden-

tidad, la libertad, la igualdad, etc., sino que traza nuevos paradigmas en torno a categorías típicamente ontológicas: ser/realidad/existencia. Sin lugar a dudas, un abordaje contemporáneo sobre estos campos nos lleva a pensar en la pertinencia de una filosofía de la tecnología, partiendo por ejemplo, de la Teoría Medial de la existencia propuesta por Sloterdijk que, entre otras cosas, tenga como objeto de contraste e investigación fenómenos tecnológicos como la realidad aumentada, háptica, la inteligencia artificial, la nanociencia o, en este caso, los materiales de consumo digital de niños y jóvenes etc., y sus posibles efectos sobre lo sociocultural —entendido en esta línea de análisis como distribución neuronal particular y colectiva—, dado que dichos avances tecnológicos pueden comprenderse como esferas protésicas y dispositivos de climatización autoinmune.

“La clave de esos cambios radica en que la selección experiencial no tiene lugar, como la selección natural de la evolución, como resultado de la reproducción diferencial, sino más bien de la amplificación diferencial de ciertas poblaciones neuronales, lo que significa que esas neuronas y redes neuronales estimuladas con mayor frecuencia e intensidad, por ejemplo, los juguetes publicitados que aparecen y reaparecen en entornos reales y televisados o por los objetos señalados una y otra vez por los padres como importantes, desarrollarán patrones de disparo más eficaces o cada vez

5 En el caso de whatdafaqshow, se comercializan gorras y camisetas como venta de la experiencia y modo de nombrarse “usuario oficial”.

más enganchados a una fase, vinculados sincrónicamente entre sí en el tiempo, lo que les concede una ventaja selectiva de la que los demás carecen” (Neidich, 2009, p.143).

A contrapelo de una ética, se trata más bien que el objeto de esta filosofía medial de la tecnología sugiera una reflexión de orden estético. Pues tal como lo propone Ranciere:

“La esencia de la política consiste en la interrupción de lo sensible para y por parte de quienes no hacen parte de dichas coordinadas perceptuales de la comunidad, de tal suerte que modifiquen muchos de esos campos de posibilidad estético políticos” (Ranciere, citado por Neidich, 2009, p. 3).

Las coordinadas organizadas a las que hace referencia Ranciere son las leyes, normas y acuerdos tácitos, implícitos o institucionalizados, que dividen la comunidad en clases, grupos, posiciones sociales y funciones. Solamente a través de procesos de subjetivación en los que las personas se narran como agentes activos y dispuestos a estas transformaciones ético estéticas, es posible la transformación de coordinadas, la inversión de *axis* o la reorientación de los sentidos que iluminan los proyectos sociohistóricos.

Entonces, un control neuronal, un dominio sobre la forma en que las conexiones cerebrales, la biología y fisiología cerebral

agrupa, distribuye, conserva y accede a la información, al dato y su procesamiento, es en definitiva un lugar de poder: de *Neuro poder*; en términos de Neidich:

“[...] en la transición desde la sociedad disciplinaria a la sociedad de control y, más allá, hacia eso que Lazzarato denomina noo-política, el foco del poder y la tecnología a su disposición no se orienta hacia la materialidad del cuerpo sino, en lugar de ello, hacia su existencia psíquica y muy especialmente a sus recuerdos y atención, teniendo en cuenta que cerebro y cuerpo se encuentran inextricablemente relacionados mediante condiciones voluntarias e involuntarias, somáticas y auto-nómicas, estriadas y lisas” (Ranciere, citado por Neidich, 2009, p. 3).

¿De qué manera, y bajo este terreno de pugna por un nuevo dominio de la conciencia, pueden trazarse líneas de fuga?; ¿cómo posibilitar unas identidades distintas a las que el mercado ofrece como valor de intercambio?; ¿de qué manera el uso protésico de las tecnologías emergentes, puede ofrecer herramientas para la constitución de esas otras identidades?; ¿qué cuerpos constituyen, cuáles anulan?; ¿qué modos de pensamiento generan?

IV. De la celebridad a la cerebriudad

El título del apartado se da en un campo telerrelacional, que es como se organiza en efecto la dimensión real/virtual/virtualizante de las sociedades contemporáneas, que migran paulatinamente del control y disciplinamiento biopolíticos, hacia la fragmentación y deslocalización de la Noopolítica, entendida ésta como: “Un conjunto de técnicas de control que se practica sobre el cerebro. Implica, por encima de todo, atención, y va dirigida al control de la memoria y su poder virtual” (Neidich, 2009, p. 135).

La mirada objetiva debe orientarse a los mecanismos de desarrollo de las capacidades neuronales y la alteración de los procesos que, en baja intensidad, decodifican y samplean órdenes de sentido y significado con propósitos de administración productiva del intelecto general; de forma que si hablamos de una(s) resistencias posibles a la cooptación sináptica y a la clarividencia comercial del comportamiento, se dependería en gran medida de una práctica sub-versiva (diversidad de textos y versiones) que amplíe las posibilidades, es decir, expanda lo diverso, lo alterno, como forma -otra- de despliegue de la subjetividad cooptada, de

forma permanente, por dispositivos culturales, unos extensivos y otros intensivos:

“La cultura extensiva es accionada por la producción de objetos exactos y es una cultura de la equivalencia, mientras que la intensiva se caracteriza por la no equivalencia y la diferencia. Lo intensivo es único y singular. Mientras las culturas extensivas generan el producto como una forma de equivalencia, lo que mejor describe la cultura intensiva es la noción de marca. Todas las marcas difieren entre sí, y, aunque la marca no genera productos sí les da valor y los enriquece a través de un amplio espectro de externalidades conectadas (Neidich, 2009, p. 124).

Cada medio sugiere una narratología, el carácter intensivo o extensivo se muestra en la relación con los objetos que circulan ante los sentidos de los espectadores, consumidores, usuarios, y propone unos discursos que terminan transformando mucho más rápidamente el comportamiento de los individuos que los dispositivos tradicionales como la participación política o la edu-

cación. Su efecto es de velocidades y tiempos distintos. Trágicamente, esta relación tiempo espacio muestra de qué manera las estrategias educativas son altamente descontextualizadas, pues no logran insertarse a estas lógicas siempre cambiantes; lo que conocemos como “crisis generacionales”, por ejemplo, no son más que evidencias de un sistema mundo que captura las subjetividades por etapas sobre la apariencia de lo nuevo o de lo vanguardista, sin que exista una referencia del proceso completo en clave histórica que permita a los individuos una toma de posición al respecto, es decir, una preferencia por lo intensivo y no por lo superficial.

Se trata entonces de que a partir del conocimiento de las maneras en que se generan en la actualidad las esferas de producción de subjetividad, basadas en dispositivos de economía neuronal, se permita al individuo un repliegue en sentido de *epojé* al reconocimiento y mapeo de los mecanismos aparático-mediáticos que pugnan por su deseo emancipatorio y libertario propio de la condición planamente humana. Dado que:

“Podríamos afirmar que esa nadería que llamamos sujeto no es otra cosa que el efecto por excelencia (por supuesto sin exclusión de ninguna de las muchas otras prácticas que también al respecto son constituyentes) de los actos de representación, de visionado y escopia, de su participación en las redes de intercambio -producción, consumo y circulación- de la imagen, de la visualidad” (Brea, 2003, p. 2).

Más allá de una -otra- teoría reivindicatoria y de una crítica anacrónica hacia los medios y su influencia, se trata más bien del empoderamiento de los mecanismos actuales; que, como parte de esas dos visiones de culturización (expandida ó intensiva), seamos capaces de reorganizarlos, subvertirlos en clave de producción, creatividad e imaginación, por el despliegue de los recursos tecnológicos, hacia un horizonte de posibilidad y de la potencia individual y colectiva para la emergencia de otras dinámicas de afectos, pues es probable:

“Un proceso de asociación que tendrá consecuencias en la forma en la que el cerebro es esculpido por la experiencia cultural. La constancia y la repetición a mano, sobre todo cuando se distribuye globalmente, constituyen intensos directores de la atención. Lo chocante y lo novedoso son condiciones de los excesos culturales de la modernidad y la refutación artística que desestabiliza y disocia los dictados institucionalizados. Recientemente, lo chocante se ha abierto camino dentro del andamiaje institucional y es hoy utilizado como forma de administrar afecto” (Neidich, 2009, p. 122).

Frente a la espectacularización, la distracción y el uso del tiempo libre en sociedades posfordistas articuladas a lógicas de productividad inmaterial (Cfr. Rodríguez, 2008, 2011), la cerebriudad, es decir, el estudio, reconocimiento y empoderamiento de nuestra red neuronal, de nuestro complejo cerebral, produce un sisma en la etapa de configuración de “celebridades” en el plano personal, que pugnan por destacarse al ritmo de lo que la metafísica imperante denota como clave de éxito, es decir, de garantes de los afectos.

El logro de las redes sociales, en este sentido, los blogs, la Tv interactiva, la conectividad de contenidos de pantalla en pantalla, etc., se verifica cuando se propone en su uso y aplicación una idealización de la libertad en tanto que signa a los usuarios (devenidos avatares) como gestores y productores de “su propia imagen”, otorgándoles en clave fordista (producción serial) un reconocimiento como detentores de suscriptores, número de seguidores, o número de visitas, dando como resultado la apariencia de reconocimiento como “celebridad” mediática en un mar de contenidos y flujos de experiencias digitalizadas (Facebook, etc.), que pugnan por el poder representacional de “verdades” integradas a su *alter ego* digital. (De otra forma no se explica, por ejemplo, cómo es posible comprar y vender seguidores en sistemas como Twitter, para contribuir al efecto de credibilidad en tanto más o menos seguidores se posea).

La organización de estos contenidos en un esquema de posproducción (Baurriaud, 2004 y 2006) resalta la inmanente presencia de dichos clichés en los comportamientos de las personas, elevándolos a la categoría de referentes de la cultura global. Una economía de afectos que reproducen formas de comprender el mundo y que instauran una distribución de lo sensible particular, quizás una sola más cercana con los dominios hegemónicos tradicionales. El arte, la posproducción, la remezcla de contenidos y una mirada estética alterna, pueden entonces alterar dichos flujos de reproducción en tanto que:

“Al recurrir a conjuntos de métodos, procedimientos, instrumentos y materiales muy diferentes de los empleados por la soberanía y el conocimiento institucional, el arte, la arquitectura, el cine, la poesía, el diseño, el sonido, el vídeo, la performance, la danza y la instalación escultórica, ejemplifican y des-ejemplifican un mejunje “muy diferente” de los potenciales dinámicos en su producción de objetos, de no objetos, de materiales efímeros y de fragmentos textuales a distribuir en la cultura visual, auditiva y quinesética. El



poder del surrealismo, dadaísmo, situacionismo, fluxus, arte conceptual y feminista y de las prácticas globales o poscoloniales como modificadores culturales y, por ende, neurobiológicos, son algunos ejemplos que refuerzan la consistencia de esas reclamaciones. Un proceso que, junto a sus efectos, he dado en llamar “redistribución de lo sensible” (Neidich, 2009, p. 122).

La cerebriudad, por el contrario, llama a este ahora *pueblo* constituido en red, a posibilitar la recuperación de la población neuronal individual con ánimo de potenciarla y hacerla mucho más sofisticada que la red externa. En otras palabras, de producir subjetividad desde un reconocimiento identitario en tanto dicha *ipseidad* corre a contrapelo de una función identitaria rígida, higiénica y homogeneizante, en un escenario de conflicto por lo identitario, en el que Brea afirma:

“En realidad, una lectura poco ingenua de las retóricas de la nueva publicidad reconocería rápidamente que lo que en casi la totalidad de sus juegos de imagen se vende no son los “productos” que ellas anuncian: sino la específica potencia de construcción de biografía que en su mismo espacio -fantasmático, imaginario- se pone en acto. No se trata entonces de hacer deseable a lo lejos un tercer producto-mercancía, sino de conseguir que el propio dispositivo-anuncio -el sistema imagen/música/texto que lo articula- se cargue de potenciales de identificación-deseo, capaces de concitar un efecto de re-conocimiento en el perceptor. La necesidad que éste siente de proveerse de materiales efectivos en esa cada vez más ardua tarea (por inocua e improductiva en el fondo) que es el construirse a sí mismo hará el resto, y la compra de la mercancía asociada -siempre que uno pueda pagarse el capricho crecientemente costoso de autohacerse- caerá como por “efecto colateral”. Pero lo que se hace seductor

en el anuncio, a lo que se dirige su efecto persuasivo, no es a mostrar las calidades propias del objeto tercero, sino, primariamente, a autoseñalar (sin que se dé demasiada cuenta el anunciante, no vaya a ser que sospeche la verdad de la publicidad contemporánea: que sólo se anuncia a sí misma) la cantidad directa de identidad -el coeficiente identitario, diríamos- que se impulsa desde su propio espacio, en el propio dispositivo simbólico” (Brea, 2003, p. 1).

Así, la cerebriudad, en contraste con la celebridad, ubica al sujeto en clave crítica frente a los contenidos que desbordan su propia capacidad interpretativa, dando lugar a un espacio de resistencia como figuración de una potencia para lo extraordinario, para la sofisticación del cerebro en tanto aparato mediático arcaico fundamental, como dispositivo de una *arquitectura cognitiva* diferente. Dice Sloterdijk al respecto:

“Cada introspección sencilla nos deja en claro que nuestros cerebros siempre buscan el nivel homeostático más próximo, es decir, un estado, en lo posible, cómodo y conservador en sus estructuras, que es vivenciado como auto-satisfacción: ésta apoya la sensación de tener toda la razón, prolonga la licencia de seguir adelante con nuestros juegos de identidad. Todo el mundo sabe que los hombres, en caso de necesidad, se vuelven incluso creativos para evitar cambios de su auto-estado. La mutación decisiva de la modernidad radica en el atrevimiento de los cerebros humanos de más bien celebrar integralmente las informaciones futuras, más que rechazarlas” (2008, p. 31).

Como se nota, el juicio de valoración no está centrado en la calidad como tal, sino en lo que está ocurriendo con las audiencias, en sus búsquedas y gustos, pues es por lo menos inquietante que no sea la calidad del producto masivo lo que conduce a una acep-

tación, por el contrario se percibe una necesaria exacerbación de los sentidos y una “barrocalización” de la experiencia estética..., todo junto, todo mezclado, todo al límite. Podemos afirmar aquí que un modo cultural de lo intensivo genera “celebridades” (o la ilusión fantasmática de llegar a serlo), y un modo cultural extensivo de las tecnologías propone la manifestación de cerebros, unos consumidores, otros por lo menos devenidos gestores:

“El carácter del «pluralismo de estilos» ha penetrado en el ámbito de la producción y ha remezclado los criterios para el juicio estético. Las afiliaciones grupales, el estatus y la frescura aumentan su valor, mientras que los criterios analíticos lo pierden. Pero cuanto más se anticipa la auto-satisfacción y la felicidad en el campo del consumo, más se consolidan las estructuras aislantes del particularismo y la subjetividad. El placer se convierte en quimera. En una sociedad en la que el valor de la mercancía se determina

según el tiempo de trabajo necesario para su producción, pero en la que los individuos no usan o reproducen su fuerza de trabajo para producir placer, entonces el propio placer no tiene ningún valor, sino que comprende su propia carga cultural. En ese caso concreto, el campo de la producción artística desempeña el papel de un agente doble” (Babias, 2005, p. 143).

En este orden de ideas, una posición construida desde los debates contemporáneos de la imagen, la comunicación, el arte y las relaciones disciplinares, pone de manifiesto un nuevo reto para las ciencias sociales y los denominados estudios culturales comunicacionales. El objeto, en este sentido, no sólo desbordaría la taxonomía intensivo/extensiva, sino que quizás, a partir de experiencias de borde, ofrezca una solución parcial al problema que identifica Babias en términos de la estética producida o reproducida mercantilmente.

V. Otra conexión medial en clave educativa

Ahora bien, en este punto es necesario problematizar el rol de la mayoría de las políticas públicas orientadas a la inmersión en nuevas tecnologías y la manera como las instituciones públicas y privadas las incorporan al ámbito curricular, pues pareciera que favorecen más la reproductibilidad que la creatividad, se trata en todo caso de un proceso de alfabetización, más que de aplicación y orientación hacia la innovación y despliegue del recurso y sus herramientas.

En este sentido, continuamos asumiendo como indicador de calidad educativa o de desarrollo tecnológico, por ejemplo, la implementación de una plataforma para educación virtual sin que se logre problematizar, por parte de quienes tienen bajo su cargo la reflexión por el sentido de las herramientas, la discusión en clave de innovación sobre el impacto, el propósito y la recontextualización del dispositivo como eje para la promoción de esferas más cercanas a la crítica del medio, la ruptura de la repetición y la deconstrucción e implementación en circuitos de producción de conocimiento. Retomando de nuevo, por lo menos para un uso extensivo y no intensivo, dicho dispositivo técnico cultural.

En otras palabras, se tiende a reproducir la práctica educativa convencional en otro formato (lo digital), antes que poner la herramienta al servicio de otras instancias que promueven el pensamiento (por ejemplo grupos de investigadores, trabajo cooperativo en red, colectivos de creativos etc.), y la manifestación

de otras formas de producción de subjetividad.

Por el contrario, sería necesaria una forma *extravagante* de vitalismo, una atención poética a la correlación entre lo abstracto de lo estético y lo concreto de lo tecnológico, que se configurara en estas dinámicas de cooperativismo en red como espacio determinante de resistencia para acciones políticas, culturales y sociales que, más que una gran transformación estructural, busquen la generación de espacios de desdramatización de la experiencia, desplegando la identidad, “bajando a piel” las ideas, en actitud de alerta para ser capaces de diferenciar el vehículo del ser (rango operacional) en contraposición de nuestra intimidad, de tal forma que sea viable bordear el campo de la epifanía, por lo menos en el placer del encuentro (*thaumazein*) con la idea -descaradamente-propia, irreverente y promiscua. Hasta ahora, el uso intensivo propone no el placer del encuentro sino la espectacularización de la identidad y la intimidad. Es en este punto donde la implementación de TIC en el campo educativo puede enriquecerse, ofreciendo un espacio de reflexión sobre el mundo aparático, sobre las esferas protésicas que en apariencia nos -constituyen-.

Detrás de estas reflexiones se pone en cuestión, para el ámbito educativo como lugar propicio para desatar estas consideraciones, la dificultad derivada de los derechos de autor y los modos en que la población se apropia de estas nuevas tecnologías, de

qué manera se resamplean los contenidos o se distribuyen los conocimientos en formato digital. Si se asume la tecnología como objeto cultural, el campo de batalla esta trazado en una matriz

convencional de saber/poder en donde el uso y acceso determinan ¿qué se vende?, ¿cómo se vende?, ¿qué se transmite teleracionalmente?, ¿quienes consumen?, ¿quienes aprenden?

VI. A manera de conclusión

Es posible que la construcción de otras percepciones de lo visual, lo sonoro, lo temporal y espacial, en clave de lo multimedial digital, revelen otros signos de la experiencia que puedan enriquecer los abordajes sobre los problemas, cuando se diseña arquitectónicamente el campo, el personaje conceptual, los funtores, afectos y perceptos como indicadores sugestivos de nuevos esbozos teóricos que, dando espacio al caos, sugieran luego la densificación de un conjunto armónico. Es esta la condición estética dentro del campo de la investigación social, en relación con las telecomunidades aparáticas.

Al final, para los investigadores, especialistas y estudiantes a nivel local, la discusión y el debate por el efecto del neuropoder, del control de la conciencia global, de las tecnologías sobre las subjetividades, de los roles de las múltiples interfaces y, sobre

todo, de las estrategias de línea de fuga frente a este movimiento generalizado que administra redes neuronales y propone una regulación de estímulos para modelar los cerebros de las actuales y futuras generaciones, puede ser entendido como un objeto de estudio de inmediata atención, del cual ya otros se vienen ocupando, de lo contrario y tal como afirma Solterdijk:

“La forma hoy en día más extendida del rechazo a la información, el no-entender, sería derogada en la era final de la transferencia de pensamientos. Así, se deberá ejecutar explícitamente cada acto de la negación del entendimiento y llevarlo a cabo según las reglas del arte. Ante semejantes perspectivas del futuro, deberíamos gozar de nuestras reservas naturales del no-entender, mientras haya tiempo” (2008, p. 33).

Una esperanza para pasar de la suspensión a la acción...



Referencias

- Babias, M. (2005). Producción de sujeto y práctica artístico política. *Revista Zehar*, 55, 142-147.
- BBC. (2013). *Germán Garmendia: el chileno que arrasa en internet con su humor de lo cotidiano*. Obtenido desde: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/08/130815_cultura_youtube_german_garmendia_exito_monologos_jg.shtml
- Bourriaud, N. (2004). *Posproducción*. Buenos Aires: AH.
- Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: AH.
- Brea, J. L. (2003). “Fábricas de identidad (retóricas del autorretrato)”. *EXIT*, No. 10 Madrid. Obtenido el 2 de abril de 2012, desde <http://www.joseluisbrea.net/articulos/autorretrato.pdf>
- Neidich, W. (2009). Neuropower. *Atlántica. Revista de arte y pensamiento*. No 48-49.
- Rodríguez, E. G. (2008). “Reseña del libro: la informática educativa en la formación inicial de docentes en Bogotá”. *Nómadas*, 28, 229-232.
- Rodríguez, E. G. (2011). “La imagen que viene”. *Nómadas*, 35, 65-80.
- Roncallo, S. (2012). “Youtube como medio aurático”. En Arias, J., et al. (Comp.). *Codificar/Decodificar*. Bogotá: Ed. Javeriana, 197-215.
- Sibilia, P. (2012). Videos confesionales: Narrativas de sí y exhibición de la intimidad en internet. En Arias, J., et al. (Comp.). *Codificar/Decodificar*. Bogotá: Ed. Javeriana, 37-52.
- Sloterdijk, P. (2008). Actio in distans: Sobre los modos de formación telerracional del mundo. *Nómadas*, 28, 22-33.

