

Experiencia instantánea: medios de comunicación y la construcción del tiempo y del espacio social.

Federico Lindenboim.

Cita:

Federico Lindenboim (2015). *Experiencia instantánea: medios de comunicación y la construcción del tiempo y del espacio social*. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-061/64>

Experiencia instantánea: medios de comunicación y la construcción del tiempo y el espacio social.

Federico Lindenboim, Facultad de Ciencias Sociales/IIGG, fedelinde@yahoo.com.ar

Abstract:

El trabajo se propone una reflexión sobre rol que las tecnologías de comunicación tienen en la transformación de la experiencia del espacio y del tiempo en la actualidad denominada posmodernidad. Realizar este análisis supone un abordaje transdisciplinario donde confluyen la Sociología de la Cultura, la Historia Cultural y las Teorías de la Comunicación y de los Medios.

La ponencia conjetura que las nuevas tecnologías han colaborado, en esta etapa del capitalismo, en la variación o aniquilación de la percepción del tiempo y del espacio, atrofiando la experiencia de estos y los mecanismos con los que los sujetos pueden constituirse, relacionarse con los otros y darle sentido a sus prácticas, pero que dicho proceso no es determinado por las tecnologías sino que estas responden a las nuevas necesidades que las transformaciones generan.

Para pensar estas cuestiones se recurrirá al análisis de los usos de los medios de comunicación y sus efectos tanto en la subjetividad como en las prácticas y representaciones sociales.

1) Introducción

Como planteó Sigfried Kracauer, las imágenes espaciales son como los sueños, la *via regia* al inconsciente de una sociedad, y cuando se descifra el jeroglífico de una imagen espacial se puede mostrar el fundamento de la realidad social (Vedda, 2011). El siguiente trabajo se propone una reflexión sobre, no sólo como el entorno urbano ha transformado a la sociedad y a sus prácticas, sino también cómo las propias prácticas sociales han transformado al entorno y a las concepciones sobre este. Nos centraremos más precisamente en las transformaciones del espacio y el tiempo que las nuevas tecnologías han colaborado en desarrollar, poniendo en relación esos objetos y sus prácticas con la

totalidad social, para determinar su lugar en la sociedad, sus funciones y las necesidades que vino a suplir.

Tecnología y sociedad

Para poder abordar nuestro objeto de análisis debemos en una primera instancia plantear algunas definiciones conceptuales. La principal implica entender la relación que se establece entre la tecnología y la sociedad en donde esa misma tecnología es creada. Esta relación es una compleja imbricación entre ambos elementos, que necesitan de una clara definición para no caer en reduccionismos de ningún tipo.

David Harvey (2010) plantea que el capítulo XIII “Maquinaria y gran industria” del tomo I de *El Capital*, es revelador en cuanto a indicios de la metodología que Marx aplicó al análisis social y que retomaremos para pensar la articulación entre tecnología y sociedad. Además, en la lectura que realiza Harvey de este capítulo encontramos otro elemento para nuestro trabajo: se desarrollan las características tecnológicas de la producción capitalista, o como el mismo Marx adelanta en el capítulo V, “Lo que diferencia unas épocas de otras no es *lo que* se hace, sino *cómo*, con qué medios de trabajo se hace. Los medios de trabajo no sólo son escalas graduadas que señalan el desarrollo alcanzado por la fuerza de trabajo humana, sino también indicadores de las relaciones sociales bajo las cuales se efectúa ese trabajo” (1975, 218). Marx siempre piensa la historia como un proceso abierto, y por eso el mayor énfasis en los procesos o relaciones que en las cosas.

En el capítulo mencionado, Marx se pregunta sobre el surgimiento de la forma industrial del capitalismo desde el artesanado y la manufactura. Para realizar esta tarea propone un método en la cuarta nota al pie que Harvey analiza con especial atención. De ahí se desprenden seis elementos:

- a) La tecnología.
- b) La relación con la naturaleza.
- c) Modos de producción.
- d) Producción y reproducción de la vida cotidiana.
- e) Relaciones sociales.
- f) Concepciones mentales.

Ninguno de estos elementos es estático, sino que son totalmente dinámicos y al estar interrelacionados entre sí constituyendo una totalidad, son “aspectos” o “momentos” en el proceso de la contingente evolución humana. Así, en este desarrollo desigual, se modifican unos a otros aunque preservan una evolución autónoma. En cuanto a las tecnologías, Marx propondría que estas y las formas organizativas interiorizan cierta relación con la naturaleza, así como con las concepciones mentales y las relaciones sociales, la vida cotidiana y los procesos de trabajo. Recíprocamente, todos los demás elementos interiorizan algo de la tecnología de una época histórica. Las grandes transformaciones se producen mediante una dialéctica de cambios en todos estos aspectos o momentos, es una coevolución desigual en el espacio y en el tiempo que genera contingencias a nivel “local” pero que igualmente estén limitadas por la interrelación dentro del conjunto de elementos participantes en el proceso evolutivo (Harvey, op. cit.).

Las tecnologías y las formas organizativas son producto de las concepciones mentales de una época, también de las relaciones sociales y buscan ser una respuesta a las necesidades prácticas de la vida cotidiana o de los procesos de trabajo, mediante una relación dialéctica y no causal (Ídem). Similar a lo que Raymond Williams (1974) y Patrice Flichy (1991) denominan, respectivamente, la intención o inversión social de la investigación, en el sentido de que esta es algo buscado y desarrollado con determinados propósitos y prácticas en mente (independientemente que el uso social de esa tecnología pueda derivar en prácticas no contempladas en su exploración). Los propósitos y prácticas pensadas en la invención surgen directamente de necesidades sociales conocidas y la inversión social que implica el desarrollo de la tecnología está relacionado, obviamente, con la economía (Williams, op. cit.). Esta relación entre la tecnología e intención social, entre necesidades y economía, es fundamental para entender como Marx implica que el capitalismo descubrió una base tecnológica más acorde con sus finalidades, “La industria maquinizada se elevó así, *de un modo natural*, sobre una *base material* que le era *inadecuada*. Al alcanzar cierto grado de desarrollo, dicha industria se vio forzada a trastocar esta base –a la que primero había encontrado ya hecha y que luego se había seguido perfeccionando bajo su antigua forma- y a crearse una nueva base que correspondiera a su propio modo de producción” (Marx, op. cit., 465). Es decir, que determinadas contradicciones no podían ser resueltas si no era mediante un nuevo

paradigma tecnológico, que se basó y además produjo, transformaciones en las relaciones sociales, concepciones mentales y modos de producción, así como en las relaciones espaciales y naturales (Harvey, op. cit.). Como plantea Williams (op. cit.) la industrialización generó nuevas necesidades pero también nuevas posibilidades, de las que los medios de comunicación fueron un resultado intrínseco. En palabras de Marx, “Pero la revolución en el modo de producción (...) hizo necesaria también, sobre todo, una revolución en las condiciones *generales* del proceso social de producción, esto es, de los *medios de comunicación y de transporte*” (Marx, op. cit., 467).

Producción social del espacio

Considerar tiempo y espacio como productos, implica que son aspectos de la “segunda naturaleza”, son efectos de la acción de las sociedades sobre la materia sensible (Lefebvre, 1974). La “primera naturaleza” se encuentra subyugada por las transformaciones ocasionadas por la incesante actividad de los seres humanos, constituyendo una “segunda naturaleza”, remodelada por la sociedad (Harvey, 2010b). No sólo son producidos socialmente, sino que a su vez intervienen en la producción social: al organizar el trabajo productivo, también los transportes, condiciona el desplazamiento de las materias primas y de la energía, y asimismo las redes de distribución de los productos, etc. Por lo tanto, es productor y producto. La tesis central planteada por Lefebvre es que el modo de producción organiza/produce su espacio y su tiempo, y en alguna medida, también las relaciones sociales. Cada sociedad construiría su espacio, y con ello la inherente práctica espacial correspondiente. En el capitalismo se interrelacionan tres niveles que el espacio social contiene e intenta organizar: la reproducción biológica, la reproducción de la fuerza de trabajo y la reproducción de las relaciones sociales de producción. Las representaciones simbólicas juegan un rol fundamental en mantener estas relaciones sociales en estado de cohesión, un espacio producido socialmente implica un proceso de significación. (Lefebvre, op. cit.). De ahí la importancia de los medios de comunicación.

El espacio social enlaza tres dimensiones: por un lado, la práctica espacial, que implica cómo el espacio es vivido, cómo se usan los lugares y el tiempo, teniendo en cuenta que el espacio es vivido antes que conceptualizado. Por otro lado, las representaciones del espacio, cómo este es concebido a nivel simbólico, lo cual revierte la dimensión anterior

dando, como diría Fredric Jameson, “mapas cognitivos” con los cuales dar significado y así organizar las coordenadas para poder moverse y usar el espacio. Finalmente, los espacios de representación, que involucran a las anteriores dimensiones, relacionan a los espacios vividos a través de las imágenes y los símbolos que los acompañan. Teniendo en cuenta los aportes de Lefebvre, en este trabajo intentaremos pensar a los medios en relación a las representaciones espaciales que genera, sus vínculos con prácticas sociales (también obviamente productivas) y la ideología, ya que consideraremos a los medios de comunicación como medios de producción directamente sujetos al desarrollo histórico (Williams, 2005).

2) La experiencia del espacio y el tiempo en la modernidad

La ciudad y la prensa

Lo que caracterizó a la experiencia urbana en la modernidad, fue entre otras cosas, la acumulación de textos. Las ciudades tuvieron un estallido de imágenes y palabras: diarios de masas, carteles y publicidades callejeras, vidrieras exhibiendo múltiples productos, cambiantes modas en las vestimentas, nuevos medios de comunicación como la fotografía, la radio y el cine, etc. Esos textos moldearon y conformaron la experiencia de los sujetos en la vida metropolitana. La ciudad como lugar y la ciudad como texto, se definieron y se constituyeron mutuamente (Fritzsche, 1996). A medida que la experiencia urbana necesitaba de la mediación textual para poder acontecer, se fue construyendo como espectáculo generando una nueva percepción del espacio la cual era pasiva, distraída y distante, y a la vez se fue estandarizando las posibilidades de modos y usos de la ciudad. La percepción debió hacerse distraída y distante para poder defenderse del permanente *shock* producido por los estímulos incesantes de las ciudades modernas. Ante ese contexto Walter Benjamin (2012) diferenció entre la experiencia (*Erfahrung*), la cual tiene sus raíces en la tradición comunitaria; y la vivencia (*Erlebnis*) propia del sujeto urbano, la cual es discontinua y efímera. Esta “vivencia” se genera mediante algo similar a lo que Georg Simmel describió como la pérdida de seguridad interior de los sujetos, la cual produce la proximidad y el contacto inmediato con otras personas y con los objetos, por lo que se debe

tomar distancia y reemplazar las relaciones inmediatas por mediaciones (como el dinero) impidiendo que se genere una aprehensión del todo, quedando sólo una vivencia de una multiplicidad de fragmentos (Vernik, 2009). Si bien hay una proximidad espacial en la ciudad moderna, para Simmel al mismo tiempo se construye una mayor distancia “espiritual”, viviéndose una soledad en la multitud. Pero además, se pierde sensibilidad y el cálculo frío (propio de un capitalismo de compradores y vendedores anónimos) toma su lugar, junto a otras patologías como el nerviosismo, el cinismo, la indolencia, la reserva ante los otros, antipatía, embotamiento de los sentidos y la actitud *blassé*.

El espectáculo y la industria cultural de masas para Sigfried Kracauer ofrecen a las masas de estas ciudades modernas de constantes *shocks*, la posibilidad de adormecer sus conciencias gracias a la representación de un aparente esplendor. Desde las vidrieras de las grandes tiendas, hasta las estrellas del cinematógrafo, permiten sustraerse de la miseria real al abrazar esa miseria exuberante (Vedda, op. cit.). Es complementario con el concepto de industria cultural desarrollado por Max Horkheimer y Theodor Adorno (1969), el cual describe una producción industrial de los bienes culturales para la mistificación de las masas. La cultura se transforma en mercancía manifestando la misma racionalidad técnica, organización y planificación que la fabricación de coches en serie. Simulación de libertad de elegir, cuando el que decide es el mercado. Todo este sistema de medios de comunicación de masas está al servicio de producir comportamientos que permiten la reproducción del sistema, que cada uno sepa que se espera de él y que se debe desear con resignación.

3) La experiencia del espacio y el tiempo en la posmodernidad

Nueva producción, nueva socialización, nueva percepción

Mencionamos antes que, para entender una tecnología no basta con la historia de su invención, sino que se debe poner en relación con la totalidad para entender exactamente cuál es su significado social. Por lo tanto se puede pensar a la informática y la era digital como condiciones de posibilidad del desarrollo de un nuevo tipo de capitalismo de carácter predominantemente financiero donde “la distancia espacial resulta traducida a una

simultaneidad temporal virtual” (Jameson, 2012, 32), o incluso donde el tiempo ya ha suprimido el espacio (Harvey, 2010b y Rosa, 2010). Esta situación, del denominado capitalismo tardío implica una profunda transformación en cómo los sujetos experimentan el espacio y el tiempo, y en donde las tecnologías de comunicar tienen una función fundamental en dicho proceso. Los sistemas de comunicación han alcanzado la posibilidad de una transmisión instantánea y permanente, permitiendo garantizar la globalización del mercado, modificando como consecuencia la percepción de las distancias y de la temporalidad. La experiencia contemporánea al eliminar la temporalidad, reduce todo a la intensidad del presente. Una de las características de la modernización de la prensa escrita en los comienzos del siglo XX fue la incorporación de los cables telegráficos con las noticias de último momento. Así comenzaron a editarse periódicos vespertinos en varios horarios de la tarde que ponían como eje la actualización más inmediata sobre los novísimos hechos de la jornada. La propia lógica de la competencia por el mercado entre periódicos ubicaba de esta manera como prioridad la novedad por sobre el análisis de los acontecimientos (Fritzsche, op. cit.). Luego, la radiofonía ya desde finales de la década de 1920 y la televisión en los años cincuenta, pusieron el “en vivo y en directo” como característica principal de la comunicación (Flichy, op. cit y Williams, op. cit.). Pero serán las redes digitales las que lograrán finalmente una instantaneidad global.

El capitalismo tardío implica una transformación basada en la incorporación de las nuevas tecnologías al proceso productivo y a la globalización del mercado. Pero también, señala Richard Sennett (1998), se basa en las nuevas maneras de organizar el tiempo (sobre todo del tiempo de trabajo). Se han alterado los ritmos de producción: la incorporación de tecnología que realiza más trabajo en menos tiempo no ha disminuido las horas de trabajo ni su intensidad, ocurriendo en verdad todo lo contrario (Rosa, op. cit.). Pero también se han visto alterados los tiempos en cuanto a la posibilidad de hacer carrera dentro un empleo, la seguridad de que era probable trabajar toda la vida en el mismo lugar, con los mismos compañeros. Estas conquistas logradas a partir de luchas políticas y gremiales, se han relativamente desvanecido. En la actualidad la fuerza de trabajo es considerada contingente, y el mercado presiona en pos de la precarización, el trabajo a corto plazo por contrato u objetivos, la tercerización o el trabajo en negro. Esta transformación en la experiencia del trabajo causa efectos directos en el carácter de las personas y en la formas

de relacionarse con los otros. Ansiedad y stress, se complementan con formas de relacionarse más desapegadas y superficiales en el trabajo y menos vínculo con la tarea que se lleva a adelante.

La aceleración de la vida en el capitalismo tardío tiene varias dimensiones que se complementan. Hay una evidente aceleración de la tecnología, la cual se evidencia en la velocidad que la comunicación, el transporte y la producción de mercancías han alcanzado. Incluso, estos procesos tuvieron como efecto el desarrollo de nuevas formas de organización y administración que contribuyeron aún más en la aceleración de la vida posmoderna. Se han acelerado también los procesos sociales de transformación de las prácticas, lo que ha devenido en una desorientación (u orientación inestable) y en una percepción y una localización efímera. La sociedad previa a la Modernidad se transformaba muy lentamente, casi imperceptiblemente para los sujetos involucrados. En la Modernidad los cambios se aceleraron a transformaciones de actitudes, valores, modas y estilos de vida, entre el paso de una generación a otra. Pero en el capitalismo tardío, los cambios se suceden tan vertiginosamente que tienen lugar en la misma generación (Ídem). También se acelera el tiempo en el ritmo de la vida, generando un hambre insaciable por más tiempo, la sensación generalizada es que el tiempo no es suficiente. Se busca una cada vez mayor acumulación de experiencias en la menor cantidad de tiempo posible (incluso, si es posible experiencias simultáneas). Se come más rápido, se visitan menos tiempo a las personas (sobre todo familia), se duerme menos, etc. Las tecnologías, como ya dijimos, si bien aceleran los tiempos de las actividades (dado que esa fue la necesidad social por la que fueron creadas), no dejan más tiempo libre sino que cada vez generan que esas tareas ocupen más tiempo.

Hay dos razones para entender esta paradoja de que las sociedades occidentales hayan desarrollado tecnologías que vuelven mucho más fácil e instantáneas las actividades laborales y diarias, y sin embargo hay una sensación constante de falta de tiempo. La primera es que la competición funciona como un acelerador social del tiempo. La economía capitalista y su búsqueda de ganancia es fundamental en la construcción de esta concepción del tiempo. El tiempo de trabajo es un factor esencial en la producción, al ahorrar tiempo, se ahorran costos y se gana una ventaja para competir en el mercado. También en cuanto

créditos e intereses, los inversores buscan acelerar el retorno del capital que pusieron en circulación (lo que acelera también la producción y de manera indirecta el consumo). Por último, adelantarse a la competencia en cuanto a invención tecnológica (la cual, acelera la producción) genera una mayor plusvalía (Marx, op. cit.). Por lo que la aceleración de la percepción del tiempo social es una consecuencia lógica del sistema competitivo del capitalismo. Esta competencia excede al ámbito de la producción de mercancías: en deportes, concursos docentes, política, venta de discos, público en cines, o “amigos” en Facebook. Hay una segunda razón de orden cultural: al retroceder las religiones como explicaciones de la existencia y la promesa de recompensa y vida eterna después de la muerte, la Modernidad puso el énfasis en la vida y las experiencias del sujeto antes de morir. Se construyó así, una idea de “buena vida” como equivalente a una vida llena de experiencias intensas. Si antes un sujeto se sentía culpable era por un goce indebido, en el capitalismo tardío la sensación de culpa surge de sentir que no se está gozando demasiado (Rosa, op. cit.).

La ideología imperante en la actualidad nos compele de una manera obscena al goce constante. Hay que estar divirtiéndose todo el tiempo nos recuerdan las publicidades, en esta sociedad no hay lugar ni momento para estar triste o ni siquiera simplemente *no-divirtiendose*. Vivimos como si fuese un programa infantil de televisión donde hay que estar riendo, bailando y cantando todo el tiempo, y si por alguna razón un niño llora, se aparta rápidamente la cámara o se vuelca todo el esfuerzo de la producción en revertir tan intolerable hecho. Incluso, se ha desarrollado toda una industria farmacéutica de antidepresivos y otras drogas para que a nadie le falte una sonrisa en un mundo donde paradójicamente se vive con más ansiedad y angustia, y sobre todo genera culpa no gozar. La gama de productos para el obligado disfrute también recorre desde bebidas energizantes, como *Red Bull* que su publicidad dice que “da alas para volar” y así no estar cansado para el estudio, trabajo y actividades cotidianas; hasta el yogurt de *La Serenisima* plantea que su producto tiene cualidades para “decirle no a la pachorra, con energía total”, sugiriendo así evitar dormirse en la oficina. Hasta en el ámbito de las drogas ilegales la matriz ideológica es similar. Se produjo un notorio desplazamiento de las drogas de introspección de la década de 1960, como la marihuana y el LSD, hacia nuevos consumos principalmente el Éxtasis y la cocaína. Estas sustancias impulsan el estar despierto, siempre activos, unos

maníacos felices. A pesar de alterar el funcionamiento del sistema nervioso, no dejan de ser drogas para la producción en un capitalismo que nunca se detiene y que plantean nuevas experiencias del tiempo.

En este marco de precariedad en el trabajo, agravado por la alta competitividad entre pares, Sennett plantea que produce se un tabú propio del capitalismo actual: el miedo al fracaso. Este fracaso se replica en otras áreas de la vida cotidiana en la angustia a no estar disfrutando en los niveles en los que se supone que se debería estar haciéndolo es un ejemplo de patologías contemporáneas. Principalmente se padece en torno a experiencias físicas, al no existir más una recompensa “celestial” a los sufrimientos terrenales y haberse abandonado el “alma” como esencia del sujeto, el cuerpo se convirtió en el único y último receptáculo de las experiencias de la existencia. Esas prácticas son exclusivamente fisiológicas y de temporalidad inmediata. Desde el deporte extremo al experimento sexual pasando por las fiestas electrónicas, la lógica es la de vivir la mayor cantidad de estímulos lo más pronto posible. Pero estas acciones son llevadas a cabo por subjetividades narcisistas y débiles, en un contexto de alta competencia donde pocos triunfan y el resto queda en el olvido del fracaso. Un caso extremo que nos indica el período actual, es el de los jóvenes que pueden estar hasta transitando sus veinte años y que consumen *Viagra*, no porque sufran algún tipo de disfunción eréctil sino que los impulsa el miedo al fracaso, la exigencia de que hay que rendir todo el tiempo.

El celular y las redes: el espacio virtual

Gilles Deleuze (1990) confeccionó una imagen del tipo de sociedad a la que aparentemente nos aproximábamos y que habría comenzado después de la Segunda Guerra Mundial, a la que denominó sociedad de control. Su origen estaría signado por la llamada “crisis de las instituciones”, es decir una sociedad donde los sujetos ya no pasarían de una institución de encierro hacia otra, siendo estas como *moldes* donde son (precisamente) disciplinados, sino que “los controles son *modulaciones*, como un molde autodeformante que cambiaría continuamente” (Ídem, 116). Por un lado, las instituciones de encierro se transformarían, y perderían sus limitaciones rígidas. Por otro lado, los mecanismos de control funcionan mediante un individuo que demanda tecnología electrónica y digital que constantemente señale su posición y movimientos, mientras el marketing y la publicidad

fomentan un consumo exacerbado en un capitalismo donde predomina el capital financiero y los servicios. Nuevos dispositivos tecnológicos como los celulares “inteligentes” permiten señalar constantemente la posición de los individuos. Incluso, los programas que los sujetos eligen “libremente” incorporar en sus teléfonos y hacerlos parte de su vida cotidiana, como *Facebook* o *Twitter*, también indican la ubicación desde donde se emiten los mensajes, al igual que las tarjetas magnéticas para utilizar los transportes que tienen datos personales y resultan también en un seguimiento de los traslados. Pero lo más interesante es que los propios sujetos disponen, de lo que se podría llamar una nueva “técnica de la confesión”, para asimilarla al instrumento descrito por Michel Foucault (1976) de producción de verdad sobre los sujetos, esa violencia que no es sólo de la censura sino también del hacer hablar. Estos mecanismos de sujeción de los individuos que tienen como matriz la confesión, constituyen sujetos compatibles con un determinado proyecto histórico de sociedad. En la utilización de las redes sociales los sujetos “confiesan” de forma “espontánea” sus movimientos, actividades, pensamientos y sensaciones íntimas, de manera constante. Además, como se mencionó arriba, trastoca las fronteras entre la esfera privada y la pública, presentando un avance de la primera que implica “trasladar” continuamente a las amistades a todas partes mediante los *Smart phones*.

Implican también un desdibujamiento de las líneas que separaban la esfera privada de la pública, fenómenos sociales diversos que recorren desde la exhibición en las redes de imágenes correspondientes a la intimidad familiar o vacaciones, etc., pasando por los videos eróticos que las parejas realizan (donde a nivel de la fantasía está el ser visto por otro), hasta funcionarios públicos que exponen sus historias de vida, anécdotas familiares, cercanía a las *celebrities* y exposición mediática como herramientas de conquista del electorado. Esta mostración constante de la intimidad y correspondiente transformación en espectáculo (como lo describe Sibilía) es un fenómeno nuevo. No porque antes no hubiese exhibiciones de la intimidad y escenificación de las relaciones sociales o despliegues de “máscaras” para el encuentro con los otros; Frietzche por ejemplo relata como en el siglo XIX los palcos de los teatros eran el verdadero escenario que se iba a observar, ya que la elite utilizaba ese espacio para mostrarse (vestidos, amistades, etc.); y Benjamin señala a las galerías parisinas donde la burguesía desplegaba una verdadera exhibición de moda. Sin embargo, el desarrollo exponencial de estos mecanismos de construcción de la subjetividad

implica que semejante crecimiento cuantitativo es ya necesariamente un cambio cualitativo. En Europa en el siglo XVI era una peculiaridad o, incluso, una anomalía, que un individuo tuviese un ambiente de uso exclusivo para su persona. Recién a finales del siglo XVII y en los inicios del XVIII, aparecen las primeras habitaciones o cuartos privados, en donde un sujeto podía retirarse de la escena pública para estar solo (Sibilia, 2008). De esta manera empieza a delimitarse, por primera vez, la idea de intimidad, como expansión de la subjetividad mediante el encuentro con uno mismo posibilitado por este espacio. La separación de una esfera privada de una pública, se profundizó hacia el siglo XIX como repercusión de las sociedades que se conformaron a partir de la revolución industrial, donde se necesitó construir un “refugio” de la vida urbana y de la producción (Ídem). En estos espacios se desarrolló la subjetividad moderna, tendiente a las memorias, al diario íntimo y la novela, que constituyó una intimidad dirigida hacia el interior, que al mostrarse en la esfera pública debía instalar una distancia defensiva. En la actualidad, este proceso se ha revertido, cambiando su sentido y dirigiéndose al exterior. Estos nuevos sujetos se construyen para la mirada del otro, constituyendo un avance de la esfera privada sobre la pública.

Los nuevos sujetos

La subjetividad en el capitalismo presenta diferencias considerables en relación a construcciones previas, dado la preponderante mercantilización de la vida en todas sus dimensiones. En dichas transformaciones los medios de comunicación tuvieron un rol fundamental en la construcción de imaginarios sociales, necesidades, valores y, sobre todo, deseos. Guy Debord sintetizó este proceso en dos etapas: primero, el paso del *ser* al *tener*. En la actualidad, donde ya no quedan espacios de la vida social sin colonizar por la economía de mercado, se pasó del *tener* al *parecer*, “en el cual todo real ‘tener’ debe extraer su prestigio inmediato y su función última” (1967, 35), es decir, donde todo objeto que se posee cumple en definitiva un objetivo de visibilidad y apariencia. Los objetos son para ser mostrados, son símbolos sociales (Bourdieu, 1979 y Barthes, 1967), e incluso también lo es el cuerpo convertido en un objeto de diseño, de experimentos para la búsqueda de la singularidad visible, desde los tatuajes, *piercings*, cirugías estéticas, y moda,

están al servicio de construir un show para la mirada de los otros, única garantía de existencia.

Desde que internet ha sido incorporada a la habitualidad de vastos sectores de la sociedad, se ha desarrollado una exaltación de lo banal, mostrando y observando la cotidianidad más insignificante en *weblogs, fotologs, Facebook, Twiter y Youtube*. Somos testigos de una hipertrofia del “yo”, en donde tiempos de megalomanía y excentricidad convierten al “yo” en un show (Sibilia, op. cit.), pero donde contradictoriamente los sujetos que se muestran no dejan de ser copias entre sí de su misma mediocridad. Lo que antes se consideraba privado, hoy es el mayor contenido que circulan en la red. Necesidad de visibilidad y de *voyeurismo*, de consumir vidas ajenas y ofrecer la propia, que implica nuevas formas de ser y de estar en el mundo, de una subjetividad que no está dirigida hacia su interior sino hacia el exterior, hacia la mirada ajena (Ídem). Las nuevas tecnologías construyen una sensación de presente perpetuo, donde el pasado sólo retorna como mercancía al convertirse en objeto de nostalgia y extravagancia (Ibídem) pero habiendo perdido su sentido como causa del presente (Debord, op. cit.). Es así como funciona *twitter* mediante relatos breves e instantáneos, en un presente siempre renovado sin relación de continuidad entre textos.

4) Palabras finales

Los medios de comunicación son producidos históricamente, buscando dar respuesta a necesidades expresadas socialmente pero en sociedades formadas por clases con intereses contrapuestos y esencialmente contradictorios. Estas tecnologías son incorporados en prácticas sociales previamente existentes dentro de este contexto, donde se pueden transformar tanto las intenciones que llevaron a su desarrollo, como también, esas mismas prácticas sociales donde fue incorporado. El significado social de un medio de comunicación no es algo dado desde su invención, sino que es un proceso que se conforma mediante las relaciones que establece con la totalidad social a lo largo de la historia.

Las tecnologías de comunicar entran en serie con otros procesos sociales (el proceso productivo, el desarrollo científico, relaciones sociales y concepciones mentales) que

colaboran en la transformación, no sólo del mundo, sino también de como las sociedades perciben y se representan a ese mundo. Desde el desarrollo del capitalismo ha surgido un corte abrupto con la historia anterior y se lo ha denominado Modernidad, donde la producción, las teorías científicas y la tecnología, han cambiado la experiencia que los sujetos tienen del espacio y del tiempo. Ideas como *Progreso*, *Innovación* o incluso *Moda*, no pueden desprenderse de la estructura de la consciencia histórica del tiempo en dicha Modernidad.

El concepto de Posmodernidad es todavía debatido, no obstante, podemos pensarlo de manera muy general como la transformación de los modos de lo económico, lo social y lo cultural propios de la Modernidad. El capitalismo ha logrado asimilar las diversas áreas de la vida al mercado y a su vez los medios de comunicación (principalmente la informática e internet) no sólo han servido de soporte o dispositivo para la circulación de información en un sistema económico global, sino que también han construido representaciones que debilitaron la constitución del sujeto y sus formas de organizarse social y políticamente. No es que estas tecnologías destruyeran las relaciones *cara a cara*, al contrario estas invenciones responden a la necesidad social de mantener contactos con otros a pesar de que el ritmo de la vida social en la actualidad dificulta sostener relaciones sociales como era anteriormente. Los cambios espacio-temporales de la información inmediata y constante, han construido un mundo donde ni el espacio, ni el tiempo son obstáculos para la actividad económica, pero además, tienen un peso en las relaciones sociales, en constitución de la subjetividad y en la experiencia de la realidad, porque expresan condiciones y prácticas sociales marcadas por la aceleración de la producción, los cambios sociales y los ritmos de vida.

Bibliografía (se consigna entre paréntesis el año de edición en idioma original, al final se indica el año de la edición en castellano utilizada):

Barthes, Roland (1967): *El sistema de la moda y otros escritos*, Buenos Aires, Paidós, 2008.

Benjamin, Walter (2012): *El París de Baudelaire*, Buenos Aires, Eterna Cadencia.

Bourdieu, Pierre (1979): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Buenos Aires, Taurus, 2012.

Debord, Guy (1967): *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires, La Marca, 2008.

Deleuze, Gilles (1990): “Posdata sobre las sociedades de control”, en Ferrer, Christian (comp.): *El lenguaje libertario*, Buenos Aires, 2005.

Flichy, Patrice (1991): *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1993.

Foucault, Michel (1976): *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*, México, Siglo XXI, 1996.

Fritzsche, Peter (1996): *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008.

Harvey, David (2010): *Guía de El Capital de Marx. Libro primero*, Madrid, Akal, 2014.

----- (2010b): *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*, Madrid, Akal, 2012.

Horkheimer, Max y Adorno, Theodor (1969): *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, Madrid, Trotta, 2005.

Jameson, Fredric (1998): *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Buenos Aires, Manantial, 2010.

----- (2012): *El postmodernismo revisado*, Madrid, Abada.

- Lefebvre, Henri (1974): *La producción del espacio*, Madrid, Capitán Swing, 2013.
- Marx, Karl (1975): *El capital. Crítica de la economía política. Tomo I*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2004.
- Rosa, Hartmut (2010): *Alienation and Acceleration. Towards a Critical Theory of Late-Modern temporality*, NSU Press.
- Sennett, Richard (1998): *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*, Buenos Aires, Anagrama, 2012.
- Sibilia, Paula (2008): *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires, FCE, 2009.
- Vedda, Miguel (2011): *La irrealidad de la desesperación. Estudios sobre Siegfried Kracauer y Walter Benjamin*, Buenos Aires, Gorla.
- Vernik, Esteban (2009): *Simmel. Una introducción*, Buenos Aires, Quadrata.
- Williams, Raymond (1974): *Televisión. Tecnología y forma cultural*, Buenos Aires, Paidós, 2011.
- (2005): *Cultura y materialismo*, Buenos Aires, La Marca, 2012.