

Apropiación tecno-mediática: el capitalismo en su encrucijada¹

Susana Morales

1-La era de los post

Han pasado casi 50 años desde que Daniel Bell definiera a la sociedad posindustrial como “aquella en que los negocios ya no son el elemento característico, sino que el que predomina es el intelectual. La mayoría de la sociedad no estará, desde luego, constituida por intelectuales, pero el sentido de la sociedad, su espíritu, las zonas de conflicto, de progreso, de dedicación, radicarán en empresas de carácter intelectual.” (Bell, 1965: 54).

Bell sostiene que existen cinco dimensiones que explican el tipo de sociedad referida:

1. el cambio de una economía productora de mercancías a otra productora de servicios (sector económico).
2. la preeminencia de las clases profesionales y técnicas (distribución ocupacional)
3. la centralidad del crecimiento teórico como fuente de innovación y formulación política de la sociedad (principio axial)
4. el control de la tecnología y de las contribuciones tecnológicas (orientación futura)
5. la creación de una nueva “tecnología intelectual”. (vinculada a la toma de decisiones)

La tecnología intelectual es la sustitución de operaciones intuitivas para la resolución de problemas, por algoritmos (normas o instrucciones). La herramienta de tecnología intelectual por excelencia es la computadora.

Quizás no se imaginaba Bell en aquel momento que las zonas de conflicto y de progreso no radicarían solamente en las empresas de carácter intelectual, en la apropiación del trabajo intelectual de los sujetos, de los trabajadores devenidos en cantidades crecientes en “intelectuales” (por ser su mente la fuerza de trabajo que vende y no su cuerpo), en el marco de sus organizaciones laborales o simplemente del conocimiento producido y acumulado de manera colectiva en el contexto de procesos creativos no institucionalizados.

Ese es uno de los tópicos que diversos autores analizan críticamente en “Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva”(2004), en el que se afirma que “asistimos a una mutación profunda del capitalismo, que resumimos con el término de capitalismo cognitivo. El capitalismo inmaterial, sin peso —*weightless economy*, según la expresión de D. Quah—, la «sociedad de la información», la *net-economy*, la «Nueva economía », la *Knowledge-based Economy* (OCDE), la revolución tecnológica de las NTIC, son otras tantas formas de nombrar esta transformación, y de aferrar de manera parcial, algunos de sus aspectos (Moulier Boutang, 2004: 108)

Afirman los autores que el conocimiento crea valor a condición de ser difundido, de tal manera que para que los conocimientos produzcan un cierto valor es necesario acelerar su difusión. Esto, paradójicamente implica su socialización hacia los otros competidores y los potenciales “consumidores”. De este modo, el valor del cual los “capitalistas del conocimiento” pueden apropiarse varía de acuerdo con la rentabilidad potencial que resulta del intervalo entre la velocidad de la difusión y la de la socialización. En definitiva, “el conocimiento genera valor si es difuso, pero la difusión tiende a reducir su grado de apropiabilidad” (Rullani, 2004:105). Cuando hablamos de conocimiento, hablamos también de información, discursos y objetos textuales que son fuente de

¹ Artículo en prensa. Morales, S. y Loyola, M.I. (2013): Apropiación tecno-mediática: aportes para su análisis. Imago Mundi, Bs. As.

significación, al mismo tiempo que son entre otras fuentes, materia prima del conocimiento. Es decir que se nos alienta a consumir conocimiento e información, a relacionarnos, a producir colaborativamente, pero las consecuencias de acumular conocimiento, producir información, interactuar y producir juntos, devalúa el conocimiento y empodera a los “consumidores”. Ello no sólo tiene consecuencias a nivel económico sino a nivel social. “Hoy, el tiempo de la cultura nos sitúa en una encrucijada, por un lado, la industria cultural está cada vez más presente y la técnica se incorpora de manera acrítica en todas las esferas de la sociedad (...) y por el otro, el discurso crítico que asocia tecnología y poder, tecnología y autoritarismo, tecnología y fines, aparece silenciado ante la fuerte imposición del mercado”. (Loyola, 2009:27).

Es acerca de las tensiones y posibilidades, no ya de la presencia, sino de la **apropiación social/apropiación privada** de lo que hemos denominado complejo tecno-mediático, a lo que vamos a referirnos en las páginas que siguen².

2- Escenas de la vida pos-massmediática

28 de noviembre de 2010. El sitio Wikileaks difunde más de 250 mil documentos secretos del Departamento de Estado norteamericano, cables generados en diferentes embajadas del mundo durante los últimos tres años hasta febrero de ese año. Temas como la conflictiva relación e intento de aislamiento de Venezuela, la situación de Irán, la búsqueda de Al Qaida, prácticas de espionaje y comentarios descalificadores sobre los diferentes líderes del mundo, ponen en evidencia la injerencia de EEUU en la política interna de muchos países del mundo, así como el pretendido control del escenario geopolítico. Según la página web de la propia organización, creada en 2006, los principios en que se basa su trabajo son la defensa de la libertad de expresión y los medios, la mejora del registro histórico común y el apoyo de los derechos de todas las personas para crear una nueva historia³. De este modo, a partir del acopio de información proveniente de diversas fuentes, ésta es ofrecida al público en forma de noticia, publicando además el material original con el fin de permitir a los lectores analizar la información en el marco de su propio contexto.

11 de mayo de 2011. El candidato a la presidencia de México, Enrique Peña Nieto del PRI, visita la Universidad Iberoamericana (privada) como parte de sus actos de campaña. De manera espontánea, un grupo numeroso de estudiantes, muchos de ellos de la carrera de comunicación, comienzan a abuchearlo durante su conferencia y luego cuando se retira fuertemente custodiado ante el cerco de los estudiantes. Al día siguiente un titular se repite en la mayoría de los diarios: el acto de Peña Nieto en la Ibero había sido un éxito a pesar del boicot orquestado desde afuera, no por los propios estudiantes. Ese mismo día, algunos alumnos deciden convocar a quienes hubieran estado presentes en esa manifestación del 11 de mayo, a enviar un video con sus credenciales de alumnos de la universidad expresando que eran efectivamente estudiantes, que habían estado allí por propia voluntad y que no habían sido obligados por nadie a manifestarse en contra de Peña Nieto. Hasta las 12 de la noche recibieron 131 videos, que luego editaron e hicieron circular por las redes. El 18 de mayo se convoca una marcha que terminó al frente de Televisa en contra de la falta de transparencia de los medios, donde la presencia multitudinaria de estudiantes de universidades privadas y públicas sorprende, quienes se unen al grito de “no somos 131, somos 132”.

² Un buen ejemplo de la profundidad de estas tensiones entre apropiación social/apropiación privada lo ofrece Movia, al referirse a los intentos de limitar el carácter abierto y transparente de la World Wide Web. (Movia, 2012)

³ www.wikileaks.org

Los ejes del movimiento son libertad de expresión, democratización de los medios y voto informado. “Este movimiento busca como una de sus tareas más importantes **democratizar los medios de comunicación, para que dejen de emplearse como instrumentos de enajenación, manipulación y dominación de la población**, y sirvan como espacios de desarrollo social, fomenten la educación, así como una cultura de alta calidad en su selección por parte de la población y en el desarrollo de sus contenidos. Impulsará un movimiento para **el retiro de concesiones de televisión y radio a las empresas que no cumplan con el uso adecuado de dichas concesiones** como la ley lo establece, que contravengan el mal uso con contenidos degradantes para la población.”⁴ Estas expresiones condensan algunas de sus reivindicaciones. “Preferimos los twets y las universidades a las noticias universales... preferimos un mundo de redes sociales que mudos enredados en nudos .. preferimos el Internet y su intento... asi nace yo soy 132” señalan sus protagonistas.⁵

En 1994, Beatriz Sarlo publicaba “Escenas de la vida posmoderna”, en el que mediante un relato ameno, exponía los modos en que la eclosión de los medios de comunicación, sobre todo audiovisuales, imponía nuevas lógicas y nuevas estéticas en la vida cotidiana del ciudadano en la Argentina globalizada de los '90, donde la preeminencia del mercado afecta la conformación de lo cultural. A partir de estas “pinturas de época”, analiza la centralidad que los medios de comunicación han ido adquiriendo en el contexto mencionado y el lugar de los intelectuales (devenidos en expertos) que también está siendo interpelado en su tradición de compromiso crítico versus la posmoderna neutralidad “científica”. Dice Sarlo que “el libro sagrado de la posmodernidad señala que la dispersión, la ausencia de lazos sociales fuertes, la pérdida del sentido tradicional de comunidad y la institución de comunidades de nuevo tipo (comunidades de espectadores, llamadas “comunidades hermenéuticas”: comunidades de consumidores) son fenómenos universales que vendrían acompañados de multipolaridad, desterritorialización y nomadismo, autonomía de los grupos de interés y de las minorías culturales...” (1994: 187). Contra esa presunción, Sarlo sostiene que el mercado cultural no facilita una comunidad libre de consumidores y productores, sino que se trataría más bien de un neopopulismo de mercado.

Por la misma época, Félix Guattari afirmaba que le parecía estar asistiendo a la entrada en una era post-massmediática. Utilizando como ejemplo el manejo de la información durante la Guerra del Golfo por parte de CNN y otros medios de comunicación, sostenía que tal tipo de manipulaciones estaban comenzando a generar rechazo poniendo en entredicho los aspectos de reificación, de identificación e hipnosis que se atribuye a los medios y sus mensajes. El surgimiento y masificación de las nuevas tecnologías informáticas, ha permitido también “una especie de toma de conciencia de ese tipo de manipulación intolerable”. Y agregaba, “hay que ver las diferentes vertientes de reificación de la subjetividad a través de nuevas tecnologías, pero también el hecho de que hay líneas de fuga, recuperaciones posibles. Lo que me induce más generalmente a esta temática de una entrada posible en una era post-massmediática. En el marco de los grandes medios actuales, se constata un inicio del rechazo (y actualmente si la prensa escrita y la tele continúan haciéndolo de esa manera van hacia una perspectiva suicida), y fuera de esos grandes medios tenemos la posibilidad de colocar medios alternativos, operar una reapropiación de esas tecnologías” (Guattari, 1992: 205-206).

Postular una nueva era post-massmediática, en el contexto de lo que otros han denominado precisamente lo que aparenta ser lo contrario (la mediatización de la sociedad), podía parecer extravagante en palabras de alguien menos autorizado. Sin

⁴ <http://asambleatlatelolco.blogspot.com.ar/2012/05/resolutivos-de-la-asamblea-realizada-en.html>

⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=0GKzsDuhC-o&NR=1&feature=endscreen>

embargo, efectivamente las tecnologías de la información posibilitaron casi 20 años después, dos hechos verdaderamente singulares con implicancias globales uno, y con implicancias más locales el otro, que suponen una reapropiación de los medios para cuestionar lúcidamente su papel en la construcción de la arquitectura profunda del poder real. Nos referimos al caso de Wikileaks y el Movimiento Yo soy 132, ya mencionados, que ponen en evidencia que la ilusión de una era pos-massmediática tiene alguna posibilidad de ser. Así, sostiene Guattari, “la unión de la informática, la telemática y el audiovisual permitirá quizá dar un paso decisivo en el sentido de la interactividad, hacia la entrada en una era posmedios y, correlativamente, de una aceleración del retorno maquínico de la oralidad. El tiempo del teclado digital quedó más bien atrás; el diálogo con las máquinas podrá instaurarse sólo por la palabra, no solamente con máquinas técnicas sino también con máquinas de pensamiento, de sensación, de concertación (...) Todo esto, lo repito, siempre y cuando la sociedad cambie, siempre y cuando nuevas prácticas sociales, políticas, estéticas, analíticas nos permitan quitarnos las sujeciones de palabra vacía que nos aplastan, el laminado de sentido que por doquier pretende imponerse” (119-129).

2- Algunos rasgos de la era pos-massmediática

Tal como lo venimos sosteniendo desde hace varios años, el tipo de transformaciones tecnológicas que afectan al campo de los medios, ha posibilitado no sólo la presencia de nuevas experiencias de los sujetos frente a ellos, sino de manera significativa la naturaleza de los medios y el tipo de vínculo que los sujetos establecemos con ellos. Ello nos sitúa frente a la necesidad de generar nuevas propuestas a partir de las cuales analizar este vínculo.

Pero comencemos por decir que cuando, adhiriendo a la propuesta de Guattari, nos referimos a una era pos-massmediática no estamos desdeñando la creciente importancia de la producción y circulación de información que hoy alcanza a cada vez más personas en el mundo. Más bien, afirmamos que la definición de medios masivos de comunicación, correspondiente precisamente a los medios que se expandieron y masificaron a partir fundamentalmente de la creación del cine y de la radio, y que dieron nacimiento a los estudios de la comunicación, está a punto de expirar. Es decir, los mass media tal como los conocimos a comienzos del siglo XX, que suponía la presencia de un dispositivo tecnológico en los hogares, a través del cual una persona (o grupo de personas, los receptores) en un espacio y tiempo delimitado, recibía un mensaje producido por un emisor en el marco de un aparato burocrático de producción de contenidos, son parte de una radiografía en absoluto incompleta. Como lo sostiene Scolari, “la aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del *broadcasting* sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas”. (Scolari, 2008: 31-32)

En primer lugar ya no podemos seguir hablando de “recepción” para referirnos a las prácticas en las cuales las personas, sea que escuchen radio, vean televisión, accedan a las redes sociales a través de Internet, lean un diario, etc., al mismo tiempo y utilizando diversas herramientas, producen, expresan y difunden información, opiniones y productos culturales (en otros textos hemos señalado también las limitaciones del término “consumo”, Morales, 2009). Puesto que esa experiencia no se reduce a “receptar” los mensajes, nos parece más adecuado utilizar el de *apropiación* para referirnos a las prácticas de exposición, acceso y uso de medios y TIC. Hoy debemos

explicitar no sólo cuáles son las formas en que los sujetos nos constituimos como *receptores*, cómo se caracteriza el complejo proceso de atribución de significado a los mensajes que recibimos y a partir de qué experiencias, ideologías y percepciones son resignificados, qué importancia poseen las actividades de recepción en nuestra vida cotidiana, cuáles son las estrategias que se ponen en juego para ofrecer resistencias a los mensajes que se nos ofrecen con pretensión de persuadirnos/influirnos, o por el contrario con qué intensidad somos efectivamente influidos, qué impacto tienen esos mensajes en la reproducción/transformación del orden social, en definitiva, bajo qué condiciones materiales y sociales se realizan los procesos de recepción. Como contrapartida, o de manera complementaria, debemos describir cómo se manifiesta el proceso por el cuál los sujetos nos constituimos como *emisores*, cómo se caracteriza el complejo proceso de atribución de significado a los mensajes que producimos, qué importancia poseen las actividades de producción de medios y mensajes, de qué forma influimos en los demás interactuantes con los mensajes que hacemos públicos, qué alcance e impacto tienen los medios y mensajes que construimos y emitimos en la reproducción y transformación del orden social. Proponemos entonces la noción de *apropiación social del complejo tecno-mediático*⁶. Nos hemos referido en otros textos a esta noción como *aquellas prácticas a través de las cuales los sujetos (individual y colectivamente, desde las organizaciones sociales, culturales, políticas y sindicales), habiendo realizado una elucidación crítica acerca de los condicionamientos económicos, tecnológicos, sociales e ideológicos que acompañan la presencia de los medios de comunicación y TIC existentes en su contexto inmediato y los discursos que ellos vehiculizan, expresan en la creación y uso de nuevos medios y discursos, su deseo y libertad de manifestar sus propias necesidades, convicciones e intereses, en el marco de la construcción de proyectos de autonomía individual y colectiva.* (Morales: 2009, 2010, 2012). En definitiva, los actores sociales tomamos contacto con el complejo tecno-mediático en el que estamos inmersos, y en la interacción con otros actores, desentrañamos su estructura, comprendemos sus significaciones, su impacto y su potencial, nos hacemos competentes en su uso, todo lo cual nos lleva a participar activamente en la producción de medios, mensajes y productos culturales, que contribuyen a desplegar nuestra creatividad, a ampliar y consolidar nuestros márgenes de autonomía.

Siendo, además, que nuestras experiencias no son de mera recepción (aun si en algunos casos se agrega el término de “activa”) sino también de producción, ya no somos “receptores”. Dice Silverstone

“¿qué nombre le daremos a esta persona, este individuo que escucha y mira, envía mensajes de correo electrónico y mensajes de texto por celular, busca información *on-line*; esta persona que habla acerca de lo que ha visto, oído, aprendido, o que, por el contrario, lo rechaza y lo pasa por alto? ¿Diremos que es un miembro de la audiencia? ¿Lo llamaremos espectador? ¿Usuario? ¿Comunicador? ¿Consumidor? ¿Productor? ¿”Prosumidor” tal vez? ¿Ciudadano? ¿Actor? ¿De qué manera se puede evaluar el poder de semejante individuo en este mundo mediatizado? ¿Diremos que es una no entidad, pasiva e impotente, situada en el extremo de una cadena continua de comunicaciones, o pensaremos, en cambio, que es un participante activo de su propia cultura mediática, más o menos diestro en su actividad?” (2010:165).

Dado que el término “audiencia” remite a los medios de la radiotelevisión y “usuario” al de la web, las evidentes transformaciones producidas por la convergencia tecnológica

⁶ Hemos preferido agregar el adjetivo social, para oponerlo a la apropiación privada que tendría, potencialmente, carácter de exclusividad –o privatización- y con fines de acumulación lucrativa.

en las prácticas de los sujetos con diversos medios, inclinan al autor a proponer el vocablo “participante”. Sin que resulte contradictorio con lo planteado por Silverstone, preferimos retomar la idea de Martin-Barbero respecto de quienes trabajan en los medios como “mediadores”, para postular que desde la irrupción de las tecnologías interactivas, todos nos hemos vuelto *mediadores*, no sólo quienes trabajan *dentro* de los medios de comunicación procesando información para ser consumida por una audiencia. Hoy todos recibimos y procesamos y producimos información y discursos para otros, incluidos los medios.

En segundo lugar no podemos seguir estudiando separadamente la recepción de medios tradicionales o históricos (radio, TV, diarios), por un lado, y de las TIC, por otro. Ya lo hemos expresado en otros artículos (Morales, 2012), la convergencia tecnológica hace casi imposible separar analíticamente la exposición diferenciada a cada tipo de medio/dispositivo. Es por ello que debemos desarrollar nuevos marcos metodológicos para comprenderlas. En esa línea, proponemos referirnos al conjunto de esos medios y TIC, como *complejo tecno-mediático*.

Esta idea de complejo tecno-mediático se articula con la de mundo maquínico, que sería aquel que está compuesto tanto por las máquinas, como por los conocimientos que las hace surgir y funcionar, por el uso en el que está involucrada la presencia del hombre, y por los pensamientos e imaginarios de que están investidas. Se trata de una conformación maquínica que “implica la consideración de múltiples componentes: componentes materiales y energéticos; componentes semióticos diagramáticos y algorítmicos (planos, fórmulas, ecuaciones, cálculos que concurren a la fabricación de la máquina); componentes de órganos, de influjos, de humor del cuerpo humano; informaciones y representaciones mentales individuales y colectivas; investiduras de máquinas deseantes que producen una subjetividad en adyacencia a estos componentes; máquinas abstractas que se instauran transversalmente a los niveles maquínicos materiales, cognitivos, afectivos y sociales antes considerados”⁷. (Guattari, 1992: 49)

El complejo tecno- mediático forma parte de este mundo maquínico-conformación maquínica, cuyos componentes están conjuntados según una cuádruple articulación, según lo veremos más adelante.

Por otro lado, proponemos desplazar el estudio de la apropiación asociada a contextos espacio temporales particulares (el hogar, el trabajo, el tiempo libre, etc.) para dar cuenta de una experiencia mediada que invade casi todos los tiempos y los lugares por los que las personas transitamos. Se trata, pues, como decíamos antes de un *escenario*, no sólo por que el espacio tecno-mediático es el lugar donde nos exponemos como “actores” todo el tiempo o en cualquier tiempo, sino por que la ciudad, nuestros hogares y nuestras vidas constituyen un gran escenario cuyo decorado principal está caracterizado por la presencia del complejo tecno-mediático. Se trata entonces de escenarios desterritorializados, o lo que es lo mismo, *escenarios virtuales*. La metáfora del escenario nos permite pensar en algunas ideas que hemos expuesto antes en concordancia con otros autores, como por ejemplo la cuestión de los procesos de desclave que caracterizan a las practicas de los sujetos en la contemporaneidad, esto es la idea de que los procesos, los consumos, los intercambios, ocurren sin que a veces las personas puedan caracterizarlos como constreñidos a tiempos y espacios (Giddens, 1997). Es mas, el mercado ha producido intencionalmente artefactos y software que son cada vez menos dependientes del tiempo y el espacio⁸. Ello ha dado lugar, entre otras

⁷ Es interesante esta noción de máquina abstracta, que es la que da sentido a la conformación maquínica: “La máquina abstracta les es transversal, es ella la que les dará o no una existencia, una eficiencia, una potencia de autoafirmación ontológica”. (Guattari, 1992: 49)

⁸ Con mucha frecuencia, en nuestras investigaciones con jóvenes, hemos tomado nota que no saben

cosas, a la superposición de tareas, lo que ha sido también caracterizado como multitasking.

En estos escenarios, altamente dinámicos por otro lado, ¿qué es lo que se mantiene estable? La presencia de actores, la presencia de los objetos tecnológicos, y la circulación de las palabras/textos/discursos/imágenes/sonidos, que van dando forma a un guión que se improvisa cada vez. Por otro lado, hay diferencias entre los actores: los hay quienes concentran más intervenciones, que generan más polémicas, y que producen más “argumentos” para la trama que sostiene esa puesta en escena que es el intercambio discursivo en el escenario virtual/real, y otros que lo hacen en menor medida. Finalmente, ¿qué es lo que caracteriza, como novedad, ese escenario? Que todos somos *actores*, todos podemos ser (y lo somos) figuras públicas, no sólo los políticos, los actores profesionales, los deportistas. También los jóvenes, los hombres y mujeres comunes, que podemos ser además, por obra y arte de las redes, famosos por un día. Todavía más, en ciertos aspectos nuestra vida quizás pueda ser un reality show. Recuperamos la idea de mediadores y de actores (en su doble acepción, de actores de una obra en el escenario de los medios y las redes, y de actores sociales) para proponer un neologismo que semeje al de pro-sumidor (productor-consumidor): el de mediador (mediador de contenidos, el que los produce y/o los hace circular, y el de quien participa como un actor más –individual o colectivo– en el escenario tecno-mediático, en definitiva, los actores de los medios).

3- Autonomía-heteronomía-apropiación: un campo de problemas a investigar

Cornelius Castoriadis postula que sólo hubo dos momentos en la historia de la humanidad en los que se pueden identificar gérmenes de autonomía, en oposición a la heteronomía (la alienación a nuestras instituciones). Un primer momento ocurrió en la Grecia Antigua, con el nacimiento de la democracia y la filosofía, y un segundo momento, en la Europa Occidental, donde luego de la Edad Media se abre el período Moderno.

En la sociedad contemporánea, es evidente que cada vez es más estrecho el margen que poseemos los sujetos, individual y colectivamente, para controlar y decidir sobre aspectos centrales acerca del rumbo que puede y deber tomar nuestra vida y la de la sociedad en la que estamos insertos. Es decir, cada vez son menos las posibilidades de generar procesos autonómicos. Lo que no significa sólo el hecho de poder hacer lo que queremos, claro está. Significa que nos atrevamos a cuestionar las instituciones, comprender y caracterizar la ideología que subyace al tipo de sociedad en la que vivimos, tomar la decisión de transformar, con acciones, un orden social al que consideramos injusto, o inequitativo, o simplemente, inadecuado para nuestra vida y la de nuestra comunidad. Por ello que, analizar las características, las condiciones de emergencia y modalidades de expresión de los procesos de apropiación (de la subjetividad, de la ciencia y la tecnología, de los medios y los discursos sociales, del conocimiento, de los proyectos colectivos) puede constituir un aporte en la ampliación de los márgenes de incidencia de la acción de grupos y sujetos.

Para los estudios de comunicación, habría entonces un campo de problemas por explorar en la consideración de los procesos de apropiación tecno-mediática, que preliminarmente podemos caracterizar en los siguientes:

- **La producción de la subjetividad:** para Guattari, la subjetividad es el "conjunto de condiciones por las que instancias individuales y/o colectivas son capaces de emerger como Territorio existencial sui-referencial, en adyacencia o en relación de delimitación

con una alteridad a su vez subjetiva", por lo cual, las producciones de los *mass media*, de la informática, la telemática, la robótica, no pueden considerarse al margen de la subjetividad psicológica, por el contrario "las máquinas tecnológicas de información y comunicación operan en el corazón de la subjetividad humana, no únicamente en el seno de sus memorias, de su inteligencia, sino también de su sensibilidad, de sus afectos y de sus fantasmas inconscientes."(Guattari, 1992: 14-15). Sin embargo, hay otro aspecto en que el complejo tecno-mediático se vincula con la producción de subjetividad, y sería su capacidad para alentar procesos de re-singularización. Si la subjetividad se constituye en adyacencia o delimitación con otros, los vínculos que se generan por el contacto entre las personas, multiplicados exponencialmente por las posibilidades tecnológicas, contribuyen potencialmente a los procesos de re-singularización que la etapa de la producción masiva de subjetividad habría obstaculizado: "más allá de las reivindicaciones materiales y políticas, emerge la aspiración a una reapropiación individual y colectiva de la producción de subjetividad". (Guattari, 1992:162). El complejo tecnomediático nos interpela y nos pide respuestas: quiénes somos, qué pensamos, por qué somos y pensamos de esa manera, qué queremos hacer, cómo y con quién queremos hacerlo. Son preguntas que ni el diario, ni la televisión ni la radio nos había realizado con tanta intensidad, frente a las que nos sentimos empujados a tener preparadas las respuestas a cada momento.

- **La producción de significación o de sentido:** pensamos que esta ha sido, y sigue siendo, uno de los aspectos claves de que se han ocupado los estudios de comunicación, en particular aquellos vinculados a los denominados genéricamente estudios culturales. Entendemos que la producción de significado está articulada según diferentes aspectos, a saber:

1. la significación asociada a la experiencia de uso del *objeto* en su dimensión material (tanto el hardware como el software)
2. la significación social, es decir las *significaciones imaginarias* de las que están investidos los objetos tanto social como individualmente.
3. la significación atribuida a los *discursos* que circulan a través del complejo tecno-mediático y que son receptados (y resignificados) por los sujetos.
4. la significación de discursos que emerge a partir de las interacciones entre mediadores en el marco de procesos de apropiación social. Es decir, la significación asociada no sólo a los discursos que se reciben, sino aquellos *discursos que producen las personas, los grupos*, las organizaciones, y que son hecho públicos a través de las posibilidades que brinda el complejo tecno mediático.

- **La producción con medios:** las características de la actividad de los sujetos con los medios es otro de los tópicos que han concentrado la atención de los estudiosos de la comunicación. Existe consenso en afirmar, antes y ahora, que aún cuando las audiencias no pudieran convertirse en emisores de contenidos, entre otras cosas por ciertas limitaciones tecnológicas que hoy ya no existen, las audiencias no eran pasivas. Por el contrario, había una actividad que podía ejemplificarse con el uso de control remoto (o sea la elección de un determinado contenido ante una oferta más o menos limitada), o la involucrada en la resignificación de los contenidos a los que los sujetos están expuestos. Sin dejar de considerar que este tipo de actividad de las audiencias persiste, hoy los actores cuentan y hacen uso de una batería de recursos a través de los cuales expresan sus opiniones, despliegan su creatividad, intervienen en cuestiones sociales, políticas, culturales, económicas, utilizando los artefactos del complejo tecno mediático. Finalmente, crean sus propios medios y canales para hacer públicos sus proyectos.

4- Palabras finales

Como se ha explicitado a lo largo del artículo, la perspectiva que aquí se propuso se apoya en algunas ideas desarrolladas o profundizadas en el devenir de nuestras investigaciones y reflexiones teóricas. Ellas son:

- 1- Los **vínculos que los sujetos poseen con las tecnologías** en general y con las vinculadas a la información y la comunicación en particular, se inscriben en el conjunto de relaciones que mayoritariamente la humanidad ha desarrollado a lo largo de la formación del capitalismo, respecto de los objetos/tecnologías cuya finalidad es el dominio de la naturaleza y de los otros hombres. Estos vínculos se han caracterizado por un significativo grado de **heteronomía**.
- 2- Las tecnologías son la expresión objetivada de una de las significaciones sociales imaginarias más importantes del capitalismo contemporáneo, que ha hecho del presente un **mundo maquínico**.
- 3- Este mundo maquínico (*conformación maquínica*, Guattari, 1992) está conformado por los dispositivos concretos, pero también por componentes que extienden los límites de las máquinas, y se asocian a aspectos funcionales que incorporan la relación de y con lo humano. Ellos son los componentes materiales, energéticos, semióticos, corporales, representacionales, entre otros.
- 4- Es posible articular la idea de conformación maquínica con la noción de **complejo tecno-mediático**, como un tipo específico de esa conformación, resultado de la convergencia entre la electrónica, las telecomunicaciones, los medios, las industrias culturales y el uso del espectro radioeléctrico, a través del cual se ponen a prueba y se potencian las competencias cognitivas, operativas y comunicativas de los sujetos, se despliegan las capacidades creativas y se interpelan las significaciones sociales, en el marco de una producción inédita de subjetividades mediatizadas por artefactos tecnológicos.
- 5- La **apropiación del complejo tecno-mediático** puede habilitar la emergencia de nuevas prácticas sociales, políticas y estéticas que, en la medida que impliquen una restauración de la palabra del *sujeto* (individual y colectivo), en tanto actores sociales de voluntad, derecho y poder, nos ubiquen en una nueva **era pos-massmediática**. Es decir, una época en la que los medios como productores centrales de subjetividades y sociedades, puedan ser re-situados.
- 6- El análisis de la apropiación del complejo **tecno-mediático**, requiere de nuevas herramientas conceptuales y metodológicas. Una propuesta en ese sentido, ha sido realizado en el marco de nuestros estudios previos, y sistematizada en un modelo descriptivo de las dimensiones de la apropiación, a saber: disponibilidad, acceso, conocimiento, elucidación, reflexividad, competencias, interactividad, interacción, uso y proyecto (una versión de esa propuesta ha sido expuesta en “La apropiación de TIC: una perspectiva”, disponible en www.apropiacióntecnomediatica.wordpress.com)
- 7- Puesto que la **apropiación** supone un proceso de aprendizaje a través del cual se aprende qué son los medios y las máquinas, se aprende a manejarlas y a reflexionar sobre su papel en la sociedad, a comprender lo que pensamos, lo que piensan los otros, y a tomar una posición en torno a los contenidos/opiniones que circulan por las redes y los medios. Al mismo tiempo se aprende a explicitar el por qué de lo que pensamos y lo que hacemos. Que es un ejercicio, finalmente, el imaginar y hacer posible aquellos proyectos más adecuados para nuestra vida y la de nuestra comunidad (Morales, 2011). Por ello, la apropiación de los complejos tecno-mediáticos requiere de una praxis política que haga

estallar su potencia transformadora. Ese proceso de aprendizaje ha sido denominado **migraciones digitales** (Cabello, 2011), y requiere de una política pública activa que favorezca cada vez mayores niveles de inclusión digital.

Bibliografía:

- Becerra Villegas, J. (2004): Apropiación, cultura y mediaciones. *Quórum Académico* Vol 1 Nro. 1. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Bell, D. (1965): La sociedad posindustrial, en Ginzberg, E.: *Tecnología y cambio social*. México, UTEHA.
- (1991): *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid, Alianza.
- Cabrera Paz, J. (2012): Invitación a un (posible) encuentro: la convergencia digital, en Lago Martínez, S. (comp.) *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires, Hekht Libros.
- Castoriadis, C. (2001): Instituciones primera de la sociedad e instituciones segundas, en *Figuras de lo pensable*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- Dezuanni, M. y Monroy, A. (2012): «Prosumidores interculturales»: la creación de medios digitales globales entre los jóvenes. *Revista Comunicar* Vol. XIX, nº 38.
- Ferrés i Prats, J. y Piscitelli, A. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar* Vol. XIX, nº 38.
- Giddens, A. (1997): *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, Península.
- González, J. (2008). “Pantallas vemos, sociedades no sabemos”. *Revista Comunicar*, Vol. XV (30), 43-48.
- Guattari, F. (1996): *Caosmosis*, Manantial.
- Jacks, N. (2011): *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito, Ciespal.
- Lago Martínez, S. (2012): Comunicación, arte y cultura en la era digital, en Lago Martínez, S. (comp.) *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires, Hekht Libros.
- Martín-Barbero, J. (1990): Comunicación, campo cultural y proyecto mediador, en *Diálogos de la comunicación* Nro. 26, Lima.
- Loyola, M.I. (2009): Tecnología y comunicación: transformaciones en la cultura, en Morales, S. y Loyola, M. I. (coord.), *Los jóvenes y las TIC*, Córdoba, UNC.
- Morales, S. (2009): “La apropiación de TIC: una perspectiva”, en Morales, S. y Loyola, M. I. (coord.), *Los jóvenes y las TIC*, Córdoba, UNC.
- (2010): Concepto de servicio universal: acceso digital y alfabetización mediática, en Pérez Ugena, A.: *Materiales para la innovación en estructura de la comunicación*. Madrid, Universitas.
- (2011): Acceso y Apropiación: una apuesta de política pública, en Cabello, R. y Morales, S., *Enseñar con Tecnologías. Nuevas miradas en la formación docente*. Bs. As. Prometeo.
- (2012): Apropiación de Tecnologías de la Información y la Comunicación e Interactividad juvenil: realidades y desafíos, en Martínez, E. y Marta, C.: *Jóvenes Interactivos: nuevos modos de comunicarse*. La Coruña, NetBiblo.
- Movia, G. (2012): Transparencia, participación, descentralización, transformación. Apuntes sobre las “almas” de Internet y la World Wide Web, en Lago Martínez, S.

- (comp.) *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires, Hekht Libros
- Orozco Gomez, G. (2002): *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos aires, Norma.
- Orozco Gómez, G., Navarro Martínez y García Matilla, A. (2012): Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Revista Comunicar* Vol. XIX, nº 38.
- Rullani, E. (2004): El capitalismo cognitivo ¿un déjà- vu?, en Moulier Boutang, Y. y otros: *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid, Traficantes de sueños.
- Sarlo, B. (1994) Escenas de la vida posmoderna. Ariel, Bs. As.
- Scolari, C. (2008): Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona, Gedisa.
- Silverstone, R. (2010): La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios. Buenos Aires, Amorrortu.
- Soep, E. (2012): Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes: implicaciones para la alfabetización mediática. *Revista Comunicar* Vol. XIX, nº 38.