

Íntimos extraños: comunicación, intersubjetividad y redes sociales

Por Mariano Andrade Butzonitch

Abstract:

Las utopías acerca de las libertades y la democratización que supondrían las redes sociales no se han cumplido. ¿Deberemos reclamar a sus autores o reconocerlas como síntoma de ciertos desfases entre las teorías y el mundo, irreducible al pensamiento y su voluntad de organizarlo? Si seguimos este último camino entonces, deberemos asomarnos a las grietas que las teorías de la comunicación dejaron entre sus funciones y sistemas y el abismo de lo real. El nunca bien ponderado *factor humano*, inconsciente y esquivo, aparece otra vez, como causa de incómodos accidentes. Mc Luhan y Lacan tienden puentes entre el sujeto, lo social y lo inconsciente. Las redes sociales, como medios y ambientes, nos aportan metáforas develadoras.

Palabras clave: inconsciente, imaginario, simbólico, real, medios, ambientes, comunicación, intersubjetividad, sujeto.

Las redes sociales suelen estar acompañadas de un discurso de comunicación total y transparente que ellas mismas promueven. Por ejemplo, Facebook, nuestro caso de estudio, que a cuatro años de su apertura a la red global, cuenta con 380 millones de usuarios, proclama que su misión es: *“to give people the power to share and make the world more open and connected.* (Dar a la gente el poder de compartir y hacer el mundo más abierto y conectado)”.

La frase, que podría fundamentar la utopía que *entrañan las éticas de la comunicación intacta* o el *ideal de comunidad intersubjetiva universal y transparente*, contrasta sin embargo con la *entropía* que se detecta en los contenidos. A partir de un breve sondeo que efectuamos en un centenar de usuarios, ante la pregunta acerca de sus propósitos comunicativos una gran mayoría respondió: “el chisme, encuentros, plática sobre temas generales o emociones y de forma elocuente: “Ver lo que no te interesa ver, saber lo que no te interesa saber, hacer lo que no te gusta hacer y también, para todo lo contrario”.

La fascinación por el *Face*, enmarcada en el nada discreto encanto que la *internet* y las *nuevas tecnologías* han suscitado en casi todos los niveles sociales (desde niños a adultos mayores; de las

colonias proletarias de Itztapalapa, hasta los colegios bilingües de Polanco¹), promueve, a la vez: una frecuencia cada vez mayor en la conexión, que las nuevas tecnologías celulares tornan casi permanente, una sociabilidad cada vez más extensa y globalizada y como contraparte, un aplanamiento de los tiempos y los procesos de comunicación.

Como resultado, no se advierte en ningún campo la democratización y las libertades que sostenían las muchas utopías que acompañaron el desarrollo de la red. La desesperanza de algunos teóricos no deja de ser la contracara de expectativas desmedidas en el tema: “la cuestión que aquí vuelve de manera punzante es la de saber por qué las inmensas potencialidades procesuales arrastradas por todas estas revoluciones informática, telemática, robótica, administrativa, biotecnológica.... No conducen aún hasta el presente, más que a un reforzamiento de sistemas anteriores de alienación, de mass mediatización opresiva, a las políticas consensuales infantilizantes...” (Guattari, 2008, 205).

Extensión y cantidad, en detrimento de compromiso y duración. Ilusión de participación y expresión, sin ninguno de sus resultados palpables en la arena política, social o cultural. Todo esto, en el marco de un discurso público, promovido en los medios masivos, donde cifras y hechos positivos celebran la era de la conectividad y la información.

Ante estas dicotomías –y la dificultad de las teorías de la comunicación vigentes para dar cuenta de ellas- creemos necesario un movimiento epistémico que nos permita considerar estas expresiones como síntomas, es decir, relativizando su carácter como dato positivo, para ponerlas en relación con otros contextos donde cobren una significación más relacional y sustantiva.

Slavoj Zizek señala en este sentido cómo el psicoanálisis, a partir de Jacques Lacan, elabora su idea de síntoma visualizando cómo Marx, al inicio de *El Capital*, observa las relaciones sociales de poder en el paso del feudalismo a la época moderna, enmascaradas como funciones naturales entre cosas, desprovistas absolutamente de historia, conflictividad y tensiones entre sujetos. Comprender esta estrategia en el discurso liberal de la burguesía, permite traspasar su lógica y exponer la continuidad de las relaciones de opresión en el capitalismo. De la misma forma, escuchando fallas, equívocos y contradicciones en el discurso de las históricas, Freud va descubriendo la estructura de sus mitos personales, que asoman irregularmente a través de argumentos socialmente aceptados (Zizek, 2007, 47).

En nuestro caso, la contraposición entre las prácticas locales e irónicas de los usuarios y el discurso universalista y positivo de Facebook, puede ser vista como un síntoma que nos permita traspasar tanto la visión mercadotécnica o desarrollista de la cibernética como panacea comunicativa, como las falencias de las teorías de la comunicación que, en nombre de la funcionalidad y la sistematicidad, encubren en qué medida los sujetos protagonistas de sus acciones son en sí mismos complejas redes de conflictos y tensiones que las máquinas sólo se encargan de multiplicar exponencialmente.

¹ Su éxito en el Club House de Faro de Oriente y en el Liceo Franco Mexicano son buenos ejemplos de esta oposición

La máquina simbólica, como la define Žižek “es a la vez el lugar en el que se representa de antemano y se decide el destino de nuestras creencias internas más ‘sinceras’ e ‘íntimas’ ” (Žižek, 2007, 73). La máquina simbólica, en alianza con la máquina tecnológica, proyecta el inconsciente a la medida de sus 160 *terabytes* -hablando sólo de la potencia Facebook-, que ya alcanza la proporción de la Galaxia Gutemberg.

Esa galaxia, sin embargo, está constituida por fractales que comparten su estructura básica. Al poner en el microscopio y analizar la célula intersubjetiva, encontramos el síntoma de la teoría de la comunicación, la misma falla en su episteme que la torna dicotómica e improductiva, esto es, las relaciones entre personas que ha hecho pasar, como relaciones entre cosas.

Analizando la célula intersubjetiva

Si postulamos la idea de que, en términos generales, el Facebook reproduce a escala galáctica la constitución del sujeto, no puede asombrarnos el cúmulo de solipsismos, imposibilidades y espejismos que revela. Hay que reconocer que, desde el principio, hay un problema casi infranqueable en la comunicación humana. Ese problema, causante del 99 % de los accidentes en la vida contemporánea es, ni más ni menos, el nunca bien ponderado *factor humano*.

El hecho incuestionable de que cualquier otro animal o máquina comunique de manera más efectiva que el humano, debiera hacernos reflexionar en el sentido de que las denominadas *mediaciones* comienzan por nuestra propia constitución como sujetos, a través del lenguaje, que no es, digámoslo así, la más apropiada y conducente para la *comunicación*, si comprendemos a ésta como capacidad de socializar un contenido.

En este sentido, debemos aceptar que, en el análisis de cualquier relación inter-subjetiva, pre-existe un supuesto que constituye nada menos que la peculiaridad de nuestro *hardware comunicativo*, y es que: *más que una meta a alcanzar, un objetivo de la comunicación, la inter-subjetividad implica una condición de facto, una marca de origen del ser humano, que se encuentra de suyo concebido, alimentado y formado en el caldo de lo social*.

Visto como síntoma, lo que pareciera ser una *perogrullada* constituye un elemento crucial: del hecho de que el *cachorro de humano* sea acunado en el lenguaje y en lo social, es decir, de que la intersubjetividad sea una condición *sine qua non* del sujeto, podemos inferir que toda posterior relación entre personas conlleva, en algún punto de su desarrollo, su marca de origen: la común unión en la que no existía propiamente un otro, a la que Freud denominó: *narcisismo primario*, fuente de ese campo de identidad que constituye el *yo*, a través de identificaciones que provienen de *otros*.

Aplicado a la comunicación tecnológica, este hecho nos permite hacer importantes equivalencias. Por ejemplo, el *yo* del que hablamos, como completud imaginaria, no es otra cosa que un *avatar*, por lo que la frecuente adopción de avatares, en las prácticas de comunicación cibernética, no constituye esencialmente ninguna perversión extraña al comportamiento comunicativo del individuo. Su registro es el de las imágenes, por ello, lo imaginario y su identidad se realizan como

una identificación, es decir, en relación especular con el otro. El yo es “una función que se unifica, unificando las imágenes que percibe” (Morales, 1993, 311).

El hecho no es insignificante cuando se trata del análisis de una situación comunicativa. De allí provienen gran parte de nuestras *empatías*, en las que sin vueltas habría que reconocer toda su carga transferencial, es decir, erótica, como cuando pretendemos que el otro nos complete, se identifique con nosotros y nos comprenda. Por ello nunca entenderemos del todo que el otro es absolutamente otro y jamás una interacción estará totalmente exenta de afectividad, en su carga positiva o negativa (amor-odio).

A estas pre-condiciones, también hay que atribuir buena parte de los *ruidos* en la comunicación, cuando esa imagen ideal no da la medida de nuestras proyecciones, o por el mero expediente de que sentimos que nos alienamos en el otro. Como el amante, cuyo ardor proviene de ver a su yo “exiliado de él para anidar en el pecho (o lecho) de la amada” (Morales, 1993, 298).

Paralelamente, del hecho de que el lenguaje sea en sí mismo un factor (humano, otra vez) de socialización, podemos inferir que lleva una carga no desdeñable de institucionalidad, normatividad y también de poder de organización.

Imaginar, con fervor utópico y espíritu disciplinar, una comunicación esencial, nos aleja irremisiblemente de la comunicación humana a la que debemos reconocer, primeramente como falta, tensión, dificultad y conflicto, precisamente por el hecho de estar mediada por una inter-subjetividad que es, en sí, problemática.

Lo simbólico y lo imaginario en la red

Existe en el psicoanálisis una diferencia marcada entre el yo, que como vimos, nace de la unificación imaginaria, y el sujeto, que surge a partir de la incorporación del registro de lo simbólico. Por lo mismo, es importante que, en la evaluación de una situación comunicativa, no ignoremos que las pautas de la institución son definidas en primera instancia por el *amo del significante*, es decir, por la función que establece las normas del intercambio simbólico que, a la vez constituyen la posibilidad de ser del sujeto y su sujeción, su captura en ciertas determinaciones.

“El sujeto no sólo nace dentro de una red simbólica que lo precede, el sujeto se ubica en algún lugar en el mundo porque la palabra vinculante puede inscribir su historia” (Morales, 1993, 313). En este sentido, por ejemplo, el internet puede tener una apariencia horizontal, sin embargo sabemos que existe un Big Brother que ocupa el lugar del Otro, así, con mayúscula, que es también el lugar de la Ley. Aquí no sólo cabe la función del propietario del sitio que sin duda establece las pautas de intercambio, sino también, el marco, todavía más internalizado, y por lo mismo *inconsciente*, de la normatividad moral que la sociedad dispone y que orienta el discurrir de los significantes, con una puntuación que tiene carácter retroactivo, es decir, que fija el sentido último del enunciado.

Por esto sorprenden las utopías y posteriores desengaños de quienes como Félix Guattari veían con desmedidas esperanzas el hecho de que las redes sociales encarnen un espacio de desarrollo de las vías *voces de la autorreferencia* que, en contraposición con las vías voces del poder y del saber, “*desarrollen una subjetividad procesual autofundadora*”. En realidad, lo que vemos en la red es que se suelen reproducir las pautas y prejuicios morales de las sociedades en que se verifican la mayoría de los intercambios pues, contra lo que puede creerse, las redes se establecen por contactos personales directos e indirectos, por lo que los usuarios tienen la impresión de que interactúan con pares cercanos y semejantes.

En relación con las representaciones de la imagen personal en Facebook, también se siguen en general las pautas del mundo exterior y se privilegia una actitud que los usuarios definen como “natural o espontánea”, aunque en algunos casos también se utiliza el disfraz o la imagen exótica que representa como señalamos, la identidad del usuario a partir de un avatar.

Cada usuario tiene relativa capacidad de generar un espacio propio, que se hace público por el sólo hecho de construir su “muro” que, personalizado a través de frases e imágenes, adopta efectivamente la imagen de una pared *graffiteada*, donde más que conceptos e ideas, se comunican gestos y pictogramas, efecto resaltado por el uso de íconos, aplicaciones e imágenes. El uso generalizado de este tipo de ideogramas es una tendencia que excede el medio, plasmada por ejemplo en los *emoticones*, las populares *caritas* que sintetizan un estado de ánimo y son utilizadas, mayormente por los jóvenes, en todo tipo de comunicación.

El muro también contiene áreas donde se producen los intercambios con *amigos*, cuyo número – de dos cifras en los usuarios frecuentes- excede en mucho las interacciones de amistad y compañerismo que un individuo realiza en un año. Esta socialidad extensa es favorecida por el sistema, que dispone listas de “amigos de amigos” y ofrece facilidades para aceptar nuevas relaciones y también para eliminarlas o incluso bloquearlas o denunciarlas por abusos. Tener un alto número de contactos agregados representa a la vez un rasgo positivo, como “popularidad” del usuario y amplía la eficacia de su capacidad comunicativa.

La matrix o el puente sobre lo real

Desde muy diversas líneas y escuelas de pensamiento, los autores del siglo XX coincidieron en la afirmación de que el individuo es producto de determinaciones que no alcanza a comprender. No sólo, porque, como escribió Sigmund Freud, “el yo no es dueño de su propia casa”, sino porque aquello que ha tomado la casa, ese oscuro territorio que el psicoanálisis denominó *inconsciente*, nos permite pensar relaciones entre sujeto y sociedad desde otra escena de la que dispone –y propone- la razón, sospechosamente proclive a sesgar la experiencia viva recurriendo a funciones, sistemas, estadísticas e imperativos categóricos.

La acepción de *medio* con la que McLuhan, a mediados de la década del sesenta, golpea la teoría de la comunicación, proviene de esa tendencia común: “todas las tecnologías son lo inconsciente colectivo –señala en *Contraexplosión*, de 1969 y agrega- aún mejor que indicar que el medio es el mensaje, es decir que los medios constituyen ambientes, tan imperceptibles para nosotros como

el agua para el pez”(Mc Luhan, 1969, 22). Estos ambientes, para el creador de *Galaxia Gutemberg* producen transformaciones radicales, en muy diversos niveles, tanto en el sujeto como en lo social.

Mc Luhan, que falleció en 1980 no conoció el *internet*, pero nosotros tenemos la posibilidad, que él agradecería, de leerlo desde 2010, un momento en que millones de internautas externalizan sus más íntimos pensamientos, deseos, intenciones, planes y proyectos en el espacio virtual. En este sentido, hoy es más claro que nunca que esta fantasía colectiva funge de soporte a nuestra realidad y no se trata de ninguna *superestructura*, en oposición a las verdaderas condiciones materiales, sino de una ilusión que tiene efectos de realidad.

Sin embargo, su esperanza de que, a través de las transformaciones culturales que canalizan las nuevas tecnologías, se puedan trascender los mitos a los que nos habían encadenado “3,000 años de leer y escribir” para reconquistar una totalidad sensorial del sujeto, un hombre “supercivilizado, subprimitivo” en el marco de la “aldea global”, han resultado una desmesurada utopía.

Contemporáneamente, Jacques Lacan, desde una trayectoria teórica que parte de Freud pero abrevia, al igual que la de Mc Luhan, en reflexiones sobre el lenguaje, la literatura, la filosofía y la antropología, desarrolla una concepción del “sujeto del inconsciente” como sujetado al lenguaje, fenómeno que, lejos de ser un simple medio, constituye, según el psicoanalista, el lazo social elemental y el *nudo borromeo*, donde se amarran los registros de *lo imaginario*, *lo simbólico* y *lo real*, que dan cuenta de la constitución del sujeto y de su problemática relación con el mundo, tensada entre la ley, la palabra y el deseo.

La diferencia radical que permitió al psicoanalista francés desarrollar una versión del inconsciente que permite aún hoy pensar al sujeto en sus determinaciones sociales, es el hecho de que esta otra escena, esta cosa que ha tomado la casa es, para Lacan, algo que falta y está perdido para siempre.

Todo lo que se ponga en su lugar, desde los registros de lo simbólico y lo imaginario, será en consecuencia, un simple sustituto, una efímera pantalla, necesaria en tanto factor que estructura nuestra realidad, pero definitivamente ilusoria en cuanto a su capacidad de modificar radicalmente el estado de indigencia del sujeto, que también expone una falta correlativa en una realidad que –y esta es la fatal noticia–, siempre ha sido esencialmente virtual, figurada.

Los modernos adelantos tecnológicos permiten sólo un paralelismo más cercano respecto a esta condición humana esencial, lo cual es visible en las representaciones que de ella hace la ficción, por ejemplo, en la película *Matrix*, donde la tecnología ocupa el lugar de la realidad. Una superficie lábil, siempre amenazada por irrupciones de un núcleo imposible de simbolizar, desde donde se advierten todos sus desajustes y arbitrariedades, es decir, sus síntomas.

Ciertos extendidos relatos sobre la equivalencia entre la realidad y el sueño, que acompañan actualmente el imaginario de varias tribus urbanas, desde los *emos* hasta los *darks*, pasando por *románticos*, *góticos* y en general en el *anime japonés*, tienen también el mismo cuño. El carácter

virtual de las nuevas tecnologías, la maquinización de la vida cotidiana, las metáforas que provee para pensar nuestra realidad aparecen, en términos de McLuhan, como *contra-ambientes*, artefactos que permiten advertir en qué medida, vivimos un mito, al que por diversos medios, tecnológicos, institucionales, políticos... todos libidinales, invertimos como nuestra *realidad*.

Esto pone de manifiesto la estrategia de la modernidad que consiste en *naturalizar* -o *reificar*, como lo denominó la escuela de Frankfurt- las relaciones humanas, ignorando lo que tienen de humano, para percibir en ellas meras relaciones de objeto. El dinero, por su carácter abstracto, constituye el modelo universal de esta lógica, pero podemos verla aparecer en los más diversos campos como una ilusión fundamental que estructura la realidad. Volviendo a nuestro tema, nosotros podemos pretender que comunicamos, pero ignoramos sistemáticamente todos los supuestos que hay en la práctica comunicativa. Podemos utilizar a los medios como si fueran simples canales, diseñados para transmitir directamente los mensajes que un sujeto absolutamente dueño de sí, como emisor, envía más o menos desinteresadamente a otro sujeto que decodifica y recibe limpiamente su contenido.

A lo sumo, prestaremos oído a las circunstancias que mediatizan la recepción, haciendo un análisis sociológico o etnográfico del contexto, definiendo variables estadísticas, acotando la situación comunicativa... En un sentido último, todo esto no constituye más que un *síntoma*, es decir, la prueba fehaciente de nuestra incapacidad de salir de un discurso abstracto y general, en este caso el de la ciencia, donde el factor humano, concreto e histórico, se desvanece. Así, no sólo se elimina al sujeto, como protagonista del acto comunicativo, sino que en nombre de los hechos positivos, perdemos fatalmente de vista una lección que las ciencias naturales han tomado al pie de la letra y que las sociales se resisten a reconocer: es el hecho de que nunca un objeto de estudio coincide con un objeto real, simplemente por el factor, humano, de que al pensar el mundo, utilizamos un elemento falible, construido con todas las limitaciones de lo social: el lenguaje.

De esta manera, revertir la lógica de cuño positivista que nos lleva a ver objetos reales, claros y distintos, donde hay complejas relaciones humanas, no implica ubicarnos en ninguna posición esencialmente diferente o exótica. Recordemos que para Lacan no hay *metalenguaje*, por el mero expediente de que “no hay otro del Otro”. Lo único que importa entonces es revisar los supuestos de nuestra propia observación, para verificar si entre nuestras “relaciones entre cosas” no hemos desconocido ciertos factores “demasiado humanos”. Se trata básicamente de escuchar, en el discurso de la comunicación, aquello que permanece como un resto imposible y por lo tanto, es sistemáticamente ignorado.

Entre las notables transformaciones que las nuevas tecnologías aportan a nuestra realidad, se encuentra, como señalamos, esta metáfora *macluhiana*, que nos permite pensarlas como *medios y ambientes* es decir, como in-conscientes determinaciones de nuestra manera de pensar y ordenar el mundo. Claro que, de allí a pensar que eso constituya el mundo real, hay como vemos, una gran diferencia. Pese a que nuestro *narcisismo* se niegue a reconocerlo, ya es tiempo de divulgar esta noticia: *el mundo real no está hecho para ser pensado*.

Bibliografía:

- Helí Morales Ascencio, Sujeto del Inconsciente, diseño epistémico; 1993; ENEP Aragón, UNAM, México.
- Félix Guattari, La polis reinventada, 2008, Fundación Comunidad-Cali, Colombia
- Marshall McLuhan; Contraexplosión, 1969. Ediciones Mc Pearson, Buenos Aires, Argentina
- Slavoj Žižek, El sublime objeto de la ideología, 2007; Siglo XXI Editores, México.