

# Seudorrealidad en el éter digital



Giuliano Dante Seni Medina

[giuliano.seni@gmail.com](mailto:giuliano.seni@gmail.com)

Universidad Autónoma del Caribe

Barranquilla, Colombia

**H**an pasado veinte años desde que mi amigo el profesor Guillermo Mejía Mendoza me habló de la inminente llegada de la internet, la que sería una autopista de la información. A la fecha, compruebo que acertó, sí, pero se quedó corto. La internet se ha convertido en un paradigma al que le han otorgado enormes créditos: Para Nicholas Negroponte, la brecha social se cerrará cuando se cierre la brecha digital; Martin Barbero, la convierte en la golosina de los jóvenes, y a su vez, en causante de su aislamiento social.

Pan de cada día, internet es ya parte de la cotidianidad productiva y social: del mundo occidental, principalmente. Qué empresa, persona o institución, no cuenta con algún tipo de relación en la red: página corporativa, correo electrónico, *blog*, red social, *tubes* y cualquier otro tipo de recursos que permita su presencia en la red. Y junto a ellos, nuevas prácticas y discursos.

La tecnología se ha convertido en el fin. En este sentido, el mundo se encuentra a un click de distancia, esto es, porque lo que para nosotros representa el mundo, no es más que la imagen que de él tenemos desde la pantalla, ya no de los medios audiovisuales tradicionales como el cine o de televisión solían ser. No. Ahora, desde las pantallas de los medios convergentes.

La conectividad es transversal a todas las formas de comunicación del siglo XXI. Yo le llamo el *éter digital* pues se filtra en todos los

dispositivos móviles —tablets, computadores portátiles, Iphones, Ipads, smartphones, blackberries, entre otros—. Estos artificios tecnológicos son, esencialmente, audiovisuales, pues, no en vano, sus pantallas ocupan todo el tamaño del dispositivo y son, al final, el equipo mismo. Graban, reproducen o interactúan. Su principal argumento de venta es contar con clichés como cámara incorporada, fotografía y video en alta definición —HD— y en tiempo real, para asistir, así, a un gran bazar de percepciones del mundo, o mejor, de representaciones simbólicas que de él se hacen desde estas tecnologías.

No conforme con lo anterior, seduce la posibilidad de tener una experiencia táctil y dominar la información que se despliega en sus pantallas. Entonces, la presunta realidad a la que se accede desde la red puede ser manipulada —en el sentido estricto de la palabra— de múltiples formas, desde distintos soportes tecnológicos, de tal forma que la realidad inicial a la que se accedió se transforma: puedes rodar, ampliar, ubicar, apartar o escudriñar información con tus dedos bajo la idea de que dichos documentos o elementos están ahí, lo más parecido a la realidad. En resumen, *conectividad* y *tactibilidad* son posibilidades que ofrece el nuevo *éter digital*, que han cambiado la experiencia del ser de acceder, de consumir, percibir e interpretar el mundo desde su subjetividad, resignificarla y dotarla de múltiples sentidos, a partir de una experiencia seudoreal.

Por otra parte, las tecnologías convergentes han generado una super oferta de contenidos audiovisuales, de discursos audiovisuales, es decir, un intercambio de subjetividades para representar al mundo. Barthes decía que todo aquello que pueda ser aislado como un corpus, todo discurso, puede ser sistematizado. En este sentido, los discursos audiovisuales, como enunciados al fin, cumplen con ciertos preceptos que les convierte en objetos de estudio de la semiótica, especialmente.

¿Se puede pensar, entonces, en una **seudorealidad**, a partir de la experiencia del sujeto en el éter digital? ¿Cómo se plantea la intersubjetividad en la **audiovisualidad** en el éter digital?

Para hablar de seudorealidad, es menester, ante todo, abordar el concepto de realidad. Para Barthes (1979), la realidad no es lo real, pues *lo real es lo que se demuestra, la realidad es sólo un señuelo*. De lo anterior se interpreta que la realidad es una apariencia, un engaño. Por su parte, Lacan (1965) afirma que la realidad es el conjunto de cosas tal cual son percibidas por el ser, de tal forma que la realidad es una experiencia fenomenológica, a partir de un juego de significantes. Lo real es, aunque no sea percibido por el ser.

La situación empeoró con la audiovisualidad. Presagiaba Eco: *“Ahora es posible pasarse cuarenta y ocho horas al día delante de la pantalla, de modo que ya no hay que estar en contacto con esa remota ficción que es el mundo exterior”*(Eco, 1983).

Con base en lo anterior, pensé en el concepto de **seudorealidad**, al cual me referí, en su momento, en el libro *Análisis Integral de la Imagen Audiovisual* (2006), como la realidad planteada por la televisión, medio considerado por autores como Bruner (1994) y Verón (2000), como agente socializador de la cultura contemporánea, productora de imaginarios y medio de contacto. En este sentido, la seudorealidad desde la televisión sucede cuando identifica al espectador con los estereotipos que presenta,

y posteriormente, lo proyecta hacia un estado utópico, donde sus deseos y debilidades se tornan en fantasías que, según prometen los productores de los mensajes, pueden ser realidad. Hoy, el mito de la televisión se hace presente en el *éter digital* (Seni, 2006), especialmente en los *tubes*.

*Pero, en el éter digital*, la seudorealidad aguarda el momento de acceso del sujeto, del usuario, a la tecnología, representada en las distintas aplicaciones que ofrece el dispositivo. Es un juego de significantes: un dedo que se desliza por una superficie acrílica donde el sujeto presume la experiencia táctil al interactuar con representaciones de objetos de otra realidad, como un portal místico entre dos dimensiones: la real y la seudoreal. La *falsedad auténtica*, que diría Eco.

La falacia de la convergencia nos hace creer que la realidad, desde la tecnología, es la realidad misma, y el mundo exterior sólo ilusión. Pero, ¿cómo hemos llegado a esto?

La conversión de la información y los mensajes en datos, la compresión de señales digitales y la aparición de formatos múltiples y nuevos códigos de comunicación, hacen que sea imposible permanecer ajeno a la corriente tecno social que la sociedad impulsa como paradigma de vida: el ser es un tecno-ser (Seni, 2006).

Y esta es la premisa del tecno-ser: *no estar conectado, no estar en la red, no expresarse en bits, no ser compatible ni estándar, nos excluye y nos hace dignos de indiferencia*.

**Por otra parte, está el discurso audiovisual en el éter digital.** Ante todo, es un discurso global, o de impacto global, al menos: un discurso desterritorializado, como diría Martín Barbero (2003): no tiene demarcaciones culturales; no existen límites entre lo culto y lo masivo, ni entre lo tradicional y lo moderno:

En este sentido, los medios audiovisuales los principales productores de discursos de la modernidad: *instauran imaginarios, determinan la percepción de la realidad, y se insertan en la lu-*

*cha de poder por el control de capitales simbólicos.* (Figueroa, 2005 en Agudelo, 2013).

Para hablar de discurso audiovisual es menester, entonces, identificar los fundamentos del discurso y del relato. Para eso está Ricoeur (2000) consecuente con los postulados fenomenológicos de Husserl. Ricoeur nos dice que un discurso tiene una intención; nos dice que, además, exige un ejercicio de comprensión del interlocutor. Agrega que un discurso *es* discurso porque remite al mundo, pues al final bebe de él. Finalmente, Ricoeur afirma que un discurso es un conjunto de acontecimientos ordenados en una temporalidad, convirtiéndole en un relato.

Para Roland Barthes, en todas las actividades y expresiones de la cultura humana, hay discurso, y en este sentido, las imágenes y sonidos también lo son. No obstante, a pesar de que Barthes afirma que la imagen es un mensaje sin código, pues, a diferencia de la lengua, no cuenta con reglas de construcción y goza de libertad en ese aspecto, sigue siendo discurso, porque ofrece la posibilidad de afirmar y legitimar algo y, mientras, negar otra cosa por omisión (Zechetto, 2008).

Una característica del discurso audiovisual es ser esencialmente metonímico y acude a la retórica del mito como modo de significación, convirtiendo el simulacro y el cliché en reducciones y distorsiones. De tal forma, las imágenes, gestos y sonidos se presentan como significantes en el discurso audiovisual; mientras, las escenas —entendidas como conjuntos de imágenes en algún tipo de relación espacio-temporal— se comprenden como conjuntos de paradigmas, es decir, asociaciones de símbolos agrupados en corpus o categorías.

### 1. Pero, ¿dónde estaría la intersubjetividad en el discurso audiovisual?

Según Rizo (2007) *Intersubjetividad* es la interpretación de los significados del mundo

(*lebenswelt*) y de sus símbolos, esencias y emociones...es ver y oír fenomenológicamente. Márquez-Fernández (2013) afirma que la intersubjetividad es un diálogo donde el sujeto comparte su mundo subjetivo, influenciado por la conciencia de su historia.

Por su parte, Barthes entiende la *intersubjetividad* como intertextualidad, pues un discurso escrito, como uno audiovisual, es polifónico: no es la voz de su autor sino múltiples voces citadas por él. Entonces, muere el “autor” y el lector es libre, porque puede interpretar lo que desee (Zechetto, 2008). No existe en él la originalidad en términos de pureza de sentido, sino más una amalgama de ellos. ¿Cuántas veces no ha sido retomado el cliché de la *stimmung* expresionista alemana en modernas producciones o el precepto informativo occidental de *news are only bad news?* (Cebrián, 2004).

Particularmente, en internet, la audiovisualidad está representada en los *tubes*: en ellos, el emisor puede plantear discursos audiovisuales puramente personales, para públicos no masivos, no calculados, inesperados, a partir de los cuales se establece una ritualidad cimentada en la afinidad de sus subjetividades, gustos y preferencias, es decir, de sus historicidades particulares que se ponen en contacto en tiempo real.

Por ejemplo, la proliferación de *tubes* de *Loquendo*<sup>1</sup> es testimonio de ello: *loquendo* es un caballo de troya, es cualquiera, es todos y nadie a la vez, ocultos en una voz sintética: Pero es ya

1 Entre los *tubes* que proliferan por la internet, *Loquendo* se ha constituido no sólo en un personaje anónimo, sino en un estilo narrativo cuya voz construida artificialmente actúa como máscara para muchos realizadores de la red que detrás de este seudónimo, presenta sus productos audiovisuales personales sin tener que entrar en individualidades. Cualquiera puede ser *Loquendo*, mientras utilice el mismo programa para enmascarar su voz, pero, para los internautas, funciona como un solo realizador. *Loquendo* es, entonces, un simulacro, un estilo narrativo y prácticamente una marca.

un suceso reconocido entre los internautas del contexto internacional.

Más allá de ver el video que rueda en el *tube*, los destinatarios o intérpretes pueden comprender mejor la intención del autor del discurso audiovisual, en virtud de la interacción en tiempo real que les permite a las dos partes, autor e intérpretes, nada más común en internet, lo que

no sucede en otros discursos mediáticos, pues los *tubes* no están atados a reglas del mercado. En los *tubes no muere el autor*, como rezaba Barthes (Zechetto, 2008), ni se distancia de su discurso, como afirma Ricoeur (2000); no. En los *tubes* del éter digital, el autor vive y es quién otorga el sentido final a su discurso.

**Giuliano Dante Seni.** Comunicador Social-Periodista y Especialista en Comunicación para el Desarrollo Regional de la Universidad Autónoma del Caribe - Barranquilla, Colombia. Magíster en Ciencias de la Comunicación con Énfasis en Nuevas Tecnologías y Estudios de Doctorado en Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia -Venezuela. Líder del Grupo de Investigación Área de Broca: Medios, Lenguaje y Sociedad. Línea de Investigación Medios y TIC.

## Referencias Bibliograficas

- Barbero, Jesús Martín. (2003). Oficio de cartógrafo. México. Fondo de cultura económica.
- Beuchot, Maurice. (2004) La semiótica: teorías del signo y el lenguaje de la historia. Fondo de Cultura Económica, México.
- Brunner, José Joaquín. (1994). Bienvenidos a la Modernidad. Santiago de Chile. Ed. Planeta.
- Cebrián, Herreros, Mariano. (2004). La información en televisión. Gedisa, Barcelona.
- Eco, Umberto: La Estrategia de la Ilusión. TV: La transparencia perdida, 1983
- Márquez-Fernández, Álvaro B. (2013). La praxis intercultural: Una experiencia dialógica para la educación ciudadana. Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos. Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela
- Ricoeur, P. (2010). Del texto a la acción. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Ricoeur, P. (2001). La metáfora viva. Ediciones Trotta, Madrid.
- Rincón, Omar. (2006). Narrativas mediáticas. Barcelona. Editorial Gedisa.
- Sánchez Ruíz, E. (2005). Medios de comunicación y democracia. Bogotá: Norma.
- Seni Medina, Giuliano D. (2006). Análisis integral de la Imagen audiovisual. Editorial Antillas. Barranquilla.
- Verón, Eliseo. (2000) El Cuerpo de las Imágenes. Bogotá. Ed. Norma.
- Zechetto, Victorino (2008). Seis semióticos en busca del lector. La Crujía, 3ª. Edición. Buenos Aires.