

Citación bibliográfica: BADOS, Ezequiel. «Videopoesía y redes sociales. Una introducción a los problemas de la relación entre literatura, subjetividad y dispositivos digitales». *América sin Nombre*, 28 (2023): pp. 116-134, <https://doi.org/10.14198/AMESN.22054>

Videopoesía y redes sociales. Una introducción a los problemas de la relación entre literatura, subjetividad y dispositivos digitales

Videopoetry and social networks. An introduction to the problems of the relationship between literature, subjectivity and digital devices

EZEQUIEL BADOS

Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina

eze.fernandezbados@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-0488-9364>

Fecha de recepción: 24/02/2022

Fecha de aceptación: 28/03/2022

Resumen

Nuestra época puede caracterizarse de múltiples maneras, pero no cabe duda de que la presencia de dispositivos digitales es uno de los elementos más destacables a tener en cuenta. Hoy en día, una amplia red de dispositivos digitales interconectados mediante Internet se despliega alrededor del mundo y sostienen nuevos modelos de comunicación y reorganización de la estructura social y laboral. Las redes sociales, como fenómeno notable de la actualidad, ha absorbido gran parte de nuestra vida. Instagram puede definirse como una macrotextualidad dinámica y autopoietica, compuesta por la interrelación e interdependencia de «perfiles» de usuarios. Estos perfiles son el resultado de un proceso de formación permanente, en el cual los distintos elementos que lo componen constituyen una subjetividad digital circulante (es decir, un dispositivo de identificación digital que fluye y se moviliza a través de la red, interactuando con los demás nodos). Las redes sociales se relacionan de manera simbiótica con respecto a la realidad analógica, siendo ambos

© 2023 Ezequiel Bados



Este trabajo está sujeto a la licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY 4.0).

universos instancias que se condicionan entre sí. En este trabajo, reflexionamos sobre la relación entre los dispositivos digitales, los procesos de subjetivación y la producción artística; en concreto, nos proponemos puntualizar algunos problemas de la relación entre subjetividad, literatura y medios digitales. Entendemos que la relación entre arte, tecnología y subjetividad tiene una importancia capital para comprender los modos en los que se despliega el capitalismo contemporáneo. Algunas preguntas que utilizaremos como punto de partida son: ¿de qué manera la plataforma condiciona la materialidad de la producción literaria? ¿Cómo se produce el proceso de formación de la subjetividad en redes sociales? ¿Qué impactos tiene en relación con el mundo analógico? ¿Cómo se relaciona con él y en qué medida se condicionan mutuamente? ¿Qué papel cumple el lector de estas nuevas literaturas? ¿Cómo se redefine el concepto de autor? ¿En qué medida estas nuevas producciones digitales obligan a repensar el campo de la crítica?

Palabras clave: Videopoesía; Redes sociales; Literatura digital; Subjetividad; Instagram

Abstract

Our times can be characterized in many ways, but there is no doubt that the presence of digital devices is one of the most notable elements to take into account. Nowadays, a wide network of digital devices interconnected through the Internet is spread around the world and support new models of communication and reorganization of the work structure. Social networks, as a remarkable phenomenon, have absorbed a large part of our lives. Instagram, as a study example, can be defined as a dynamic and autopoietic macrotextuality, consisting of the interrelation and interdependence of user «profiles». These profiles are the result of a permanent formation process, in which the different elements that compose it constitute a circulating digital subjectivity (that is to say, a digital identification device that flows and moves through the network, interacting with the other nodes). The social media are related in a symbiotic way with respect to analog reality, being both universes instances that condition each other. In this work, we reflect on the relationship between digital devices, subjectivation processes and artistic production; more specifically, we aim to point out some problems with the relationship between subjectivity, literature and digital media. We understand the relationship between art, technology and subjectivity like a capital problem to see the different manners of the contemporary capitalism. Some questions that we will use as a starting point are: How does the platform condition the materiality of literary production? How does the process of subjectivity formation in social networks occur? What impacts does it have in the analog world? How is it related to this analog world and to what extent do they condition each other? What role does the reader play in these new literatures? How is the author concept redefined? To what extent do these new digital productions force us to rethink the field of criticism?

Keywords: Videopoetry; Social media; Digital literature; Subjectivity; Instagram

«Nuestro amo juega al esclavo
de esta tierra que es una herida
que se abre todos los días
a pura muerte, a todo gramo.
Violencia es mentir»

Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota

GPS encendido: buscando ruta...

El arte siempre ha sido un vasto lugar desde el cual observar el derrotero de nuestra historia. Nuestro tiempo es el tiempo de las máquinas. Ellas despliegan un sofisticado universo de prácticas que afectan a la totalidad de lo vivo. No sólo recortan el imaginario de los futuros posibles, sino que sostienen los lugares que guardan la memoria y condicionan la disposición anímica desde la cual nos dirigimos al mundo. Evidentemente, nuestra relación con las estructuras es bilateral: somos condicionados por ellas al mismo tiempo que las condicionamos con nuestro hacer. Somos parte integral de nuestras estructuras del mismo modo que la estructura es una parte integral de nuestra subjetividad: son nuestro encuadre histórico. Dentro de las múltiples características que pueden ser resaltadas para describir nuestra época, no cabe duda de que las redes sociales desempeñan un lugar protagónico en el día a día de nuestras vidas.

Las redes sociales pueden definirse como dispositivos modulares de control cuya finalidad es la manipulación y modificación de la conducta de sus usuarios sobre la base de un condicionamiento afectivo (Lanier, 2018). Se sabe que existe toda una retórica alrededor de este tipo de dispositivos que busca solapar esta característica. En principio, el «consumidor-consumido» (Alemán, 2018) que participa dentro de las redes posee la falsa ilusión de la elección. Llamamos «falsa» a esta elección puesto que no reconoce el hecho insoslayable de que la estructura social en la actualidad se organiza alrededor de la existencia de las redes sociales y los dispositivos digitales en general. Si bien existen distintos grados de participación en el mundo de las redes, nos importa poner el énfasis menos en la diferencia entre esos grados de participación que en la manera en que las redes sociales han transformado el mundo del trabajo y de los vínculos interpersonales¹.

La participación en redes sociales no se consigue mediante el uso de la coacción física: las personas son convencidas afectivamente de participar de estas estructuras, a consecuencia de ser excluidas si no lo hacen. Y esto se logra a nivel estructural:

1. Existen varios estudios que analizan los grados de interacción y participación (*engagement*) con respecto a las redes sociales. Una introducción breve a este tipo de investigaciones puede encontrarse en Ballesteros Herencia (2019).

hay una adaptación de las relaciones generales del campo social al uso de las redes sociales. En concreto, si al no participar de redes sociales (tales como WhatsApp, Facebook o Instagram) tengo complicaciones y/o muchas menos probabilidades de conseguir empleo, pareja o amistades, entonces mi libertad de elección no es tal.

Las sociedades disciplinares caracterizadas por Foucault, organizadas mediante centros de encierro que moldean la subjetividad, han entrado en crisis durante el último trecho del siglo xx y devinieron en lo que Gilles Deleuze (1999) llama «sociedades de control». Este tipo de sociedad ya no se compone de centros de poder, delimitados y bien separados entre sí, que, como una cinta taylorista, producen la subjetividad en las distintas etapas de su existencia, sino que dichos dispositivos trabajan de manera modular y permanente. Deleuze señala distintos desplazamientos que ejemplifican este pasaje: de la empresa a la fábrica, de la venta de productos a la venta de servicios, de las máquinas de disciplina a las máquinas informáticas y de comunicación, de la concentración de la producción a la superproducción, etcétera. Finalmente, lo que el autor subraya es la descentralización de los dispositivos foucaultianos y su adaptación a los nuevos modos de producción capitalistas que adquieren una escala globalizada. Estos dispositivos dejan de ser estructuras rígidas (moldes) y pasan a ser adaptables (modulares): el proceso de subjetivación pasa de ser una actividad segmentada con temporalidades pautadas (como una fábrica) para ser una realización continua que, en la práctica, absorbe a esa subjetividad en las dinámicas de una estructura cuya finalidad es, bajo todos los medios, perpetuar la acumulación de capital (ser su propia empresa).

El nuevo capitalismo es un seductor (cuando no, un cafisho)². Como en el cafisho, los modos de control del capitalismo actual se superponen y conviven simbióticamente. La represión a mansalva de los sectores populares, los activistas políticos y la persecución a todo tipo de resistencia va de la mano con una política de la propaganda, de seducción, con un proceso de subjetivación orientado a la formación de consumidores de servicios, de ciudadanos-cliente para los Estados-empresa, de producción de significantes vacíos. La dialéctica entre la distopía orwelliana y huxleyana deja paso a una nueva síntesis recuperadora de ambas lógicas de control. La violencia y el deseo conviven orgánicamente en la imposición de las estructuras macropolíticas y micropolíticas, actuando en cada caso como dispositivos apuntadores y reproductores del status quo (Rolnik, 2019).

Nuestro modo de participación dentro de las redes sociales se reduce, en algún punto, a la constitución de nosotros mismos como marcas exhibidas en un escaparate

2. La palabra «cafisho» hace referencia, básicamente, a un proxeneta. Utilizamos este término aquí haciéndonos eco del trabajo de Suely Rolnik (2019) mediante el cual se describe el modelo «colonial-cafishístico» del capitalismo actual. En concreto, nos interesa señalar que las formas de violencia más cruda conviven en paralelo con un intento de seducción permanente para mantener un status quo de acumulación de capital.

digital. A este proceso lo hemos denominado «brandización de la subjetividad»: la constitución del yo como una marca («brand», en inglés) que me diferencia de los demás objetos de consumo circulantes de la red. Esto no es lo mismo que la identificación con tales o cuales marcas de moda sino que hay una transición que nos interesa subrayar.

Naomí Klein (2017) exhibe en detalle el proceso de formación de las grandes marcas durante las últimas décadas del siglo xx. En este proceso, la autora subraya un cambio en la manera en la que las empresas se relacionan con sus clientes y, más en profundidad, el síntoma de una mutación en las lógicas del capitalismo (que se explican dentro del marco del proceso de globalización y el auge del discurso económico neoliberal). Nosotros consideramos que este método de «construcción de marca» es actualmente internalizado por los usuarios de las redes sociales mediante dispositivos biopolíticos informacionales (Costa, 2017). La mercancía circulante en redes sociales soy yo mismo, mi subjetividad; elaboro mi propio logotipo (foto de perfil), eslogan (la descripción de mi perfil), produzco material para el marketing de mí mismo (por ejemplo, una galería de fotos retocadas por filtros, etcétera), al mismo tiempo en el que me constituyo como público consumidor de las demás subjetividades circulantes.

Ruta encontrada: videopoesía y redes sociales

Con respecto a la videopoesía, una de las primeras líneas precursoras se encuentra en la producción audiovisual durante las vanguardias históricas, particularmente en el llamado «cinepoema», con obras como *Emak Bakia* (1923), de Man Ray o *Anémic Cinéma* (1926), de Marcel Duchamp. Podemos agregar a esta lista el cine surrealista, como *Un perro andaluz* (1929), de Luis Buñuel. En el contexto de la escritura, existe ya una preocupación por la forma que el poema tendrá en el espacio visual de la hoja en Mallarmé y, quizás con más profundidad, en los trabajos de Apollinaire, como los *Caligramas*. Uno de los movimientos que más llevó al límite esta preocupación por la escritura y su forma visual es la poesía concreta brasileña, durante las décadas de 1930 y 1940. Hay una preocupación por esta relación que señala la existencia de un cambio progresivo en los sistemas retencionales (Cuadra, 2007). La hegemonía de la palabra escrita va perdiendo terreno y es suplantada, primero, por la fotografía y, después, por el periplo de las imágenes: el cine, la televisión, la imagen digital.

La videopoesía pone en jaque al mito fundacional de la literatura moderna: la hegemonía de la letra escrita y los sistemas de producción y circulación basados en la tecnología de imprenta. Desde ya que los trabajos elaborados por los artistas no necesariamente apuntan a esta puesta en tensión; no queremos sugerir que en todos los casos este tipo de obras elaboren una crítica política. Lo que estamos sosteniendo es que la existencia de este lenguaje en cuanto tal está en tensión con el campo literario, fuertemente arraigado en la práctica de la escritura. En este sentido,

las obras de videopoesía pueden entenderse como «exformas» (Bourriaud, 2015), es decir, elementos que transitan entre el afuera y el adentro, entre la disidencia y el poder. Para Bourriaud, en el ámbito de lo exformal se elaboran negociaciones fronterizas entre lo que se excluye y lo que se incluye; negociaciones que, claro está, se encuentran atravesadas por las relaciones de poder que se libran en el seno de la práctica social. La producción de videopoesía se posiciona en ese límite en tensión entre lo que se define por literatura y lo que queda afuera de la definición. En esta perspectiva, entonces, cobra una importancia central quién/es toma/n la decisión de qué se incluye y que no y en función de qué reglas y/o características. A su vez, este punto de enunciación podría resultar clave para elaborar una crítica política.

Sin embargo, a pesar de que muchas producciones artísticas pueden tener un carácter crítico, o manejar un lenguaje *anti-establishment*, la potencia amenazadora de estas obras es, en la mayoría de los casos, fagocitada por los dispositivos de la industria cultural, que recicla estos intentos dentro de sus lógicas de oferta y demanda. La industria cultural (tanto la moderna, descrita por los teóricos de Frankfurt, como la contemporánea, fuertemente caracterizada por el giro digital) se apropia de las obras de arte para exponerlas en un escaparate. Como sentenció Slavoj Žižek, «la subversión pasa a ser lucrativa» (citado por Escobar, 2021). El arte que reproduce las lógicas del capital convive con el arte que critica esas mismas lógicas dentro del mismo circuito, haciendo engordar la industria cultural cada vez más. Frente a esta situación: ¿existe una posibilidad real de contraofensiva? ¿cómo se percibe esta relación dentro de las redes sociales? ¿puede existir algún lugar de tensión habitado por las exformas cuando toda tensión es, finalmente, recuperada y reciclada dentro del mercado?

Definimos, siguiendo el trabajo de Ghiotto Tuão Ramos y de Oliveira Martins (2018), a Instagram como una macrotextualidad grotesca y autopoiética. Esto quiere decir que es un dispositivo de control semiótico, compuesto por una heterogeneidad de elementos que no establecen entre ellos, necesariamente, una jerarquía y que se va autoproduciendo dinámicamente en el paso del tiempo mediante la interacción con los consumidores-consumidos.

Internet reorganiza las prácticas sociales de manera significativa incluyendo los modos de leer y de hacer literatura. En principio, la extensión masiva de recursos técnicos para la producción y circulación de material literario aumenta exponencialmente la cantidad de autores y publicaciones; junto con esto, existen protocolos algorítmicos que regulan el modo en el que la información digital circula y es consumida, formando para cada uno de nosotros burbujas de filtro específicas en función de nuestras costumbres y consumos cotidianos, lo que nos obliga a repensar la relación con el acceso al capital simbólico; por último, las plataformas digitales condicionan la materialidad de la escritura y los modos de consumo de los textos.

Un poema no es meramente un elemento con marcas sintácticas específicas sino más bien un bloque semiótico-histórico cuyos sentidos se perciben mediante la interrelación entre el lenguaje y los elementos paratextuales y extratextuales que lo soportan. No es sólo la palabra sino también el medio en el cual ella está existiendo y el tiempo histórico que habita lo que conforma la multiplicidad de significados de la literatura y le da su valor poético³. Las redes sociales condicionan el modo en el cual nos relacionamos con los objetos artísticos que se encuentran allí. La tendencia se marca en que ya no consumimos textos, sino autores. La unidad básica de Instagram es el *perfil*, es decir, la construcción de personajes parciales —es un perfil y no el personaje entero— que participan dentro de la narración digital que la plataforma propone. Los textos, en todo caso, existen como unidades básicas que conforman la totalidad de un *perfil* circulante dentro de la red. Los autores son las verdaderas obras de arte en el mundo digital y no sus textos: Hernán Vanoli llama a este fenómeno el devenir de los autores como «obras de arte bioprofesionalizadas»:

Desde el momento en que decidimos «publicar» en internet, todos somos artistas obligados a autodiseñarnos para generar bienes y vías de salvación efímeros y administrados por algoritmos. La afinidad entre el artista y el tipo de trabajador que necesita la empresa posmoderna fue señalada hasta el cansancio: se trata de un trabajador flexible, creativo, innovador y sin protección social de ningún tipo, preocupado por la estética, que *construye valor sobre la base de su singularidad* (...) La tendencia actual es insoslayable. La cultura literaria se orienta hacia el consumo de autores, no de libros, y mucho menos de textos. Todo escritor es su propia obra de arte bioprofesionalizada (...) hoy por hoy, cualquier texto no inoculado por el carisma de su autor tiende a ser cada vez más intrascendente. (Vanoli, 2019, pp. 41-47. El subrayado es nuestro.)

Llevándolo a casos extremos, es la materialización de la lógica neoliberal en los procesos de subjetivación: los autores están obligados a «branderizarse», presentarse ante el mundo como una vitrina de supermercado (dejando al texto como parte de los decorados de su perfil) y a interactuar con periodicidad en la plataforma para estar visibles: se convierten en sus propios productores, publicistas, biógrafos, curadores y explotadores. Instagram (y las redes sociales en general) no es un «texto colectivo», como uno podría pensar siguiendo algunas de las puntuaciones de Rivera Garza (2019) sobre el Twitter, sino más bien algo cercano a una revistilla de supermercado. Por supuesto que esta línea no es la única existente dentro de las redes sociales y convive con otros tipos de usos más creativos y/o contrahegemónicos⁴. Lo que nos interesa subrayar, en rigor, es una tendencia que aumentó exponencialmente en la

3. Nos hacemos eco aquí de los varios trabajos que reflexionan sobre la relación entre medio y mensaje, en especial el maravilloso ensayo de McLuhan (1967).

4. Siguiendo a Escobar (2021) entendemos lo contrahegemónico no como lo opuesto dialécticamente a la hegemonía sino como una línea de fuga que se escapa de esa organización binaria y plantea otras variables posibles.

última década y que hoy puede ser tomada como paradigma debido a condiciones materiales específicas que se encuentran en la red social en cuanto tal.

Todas las publicaciones de Instagram se caracterizan por presentar el contenido en un recuadro (sea foto o video) y, debajo (o a un lado, si se ve desde una pantalla de computadora) el nombre del autor o de la autora, con su correspondiente epígrafe. En el epígrafe suelen encontrarse, muchas veces, hashtags (etiquetas dinámicas) que sirven para agrupar las diferentes publicaciones en palabras-clave. Mediante la búsqueda por hashtags, podemos acceder, por ejemplo, a todas las publicaciones de Instagram etiquetadas bajo un determinado nombre (por ejemplo «videopoesía», «videopoema», «instapoesía», «poesía en video», etcétera). Como punto de partida, nuestra investigación comenzó mediante la navegación de contenido a partir de hashtags. Mediante los hashtags podemos apreciar una tendencia que, de otro modo, se nos escaparía si revisáramos perfiles individuales⁵. Al revisar las publicaciones *tagueadas* (es decir, etiquetadas) como «videopoesía» y «videopoema» notamos (sin profundizar en ningún perfil particular) la repetición de videopoemas con muchas características similares entre sí: contenidos de tópicos amorosos o de autoayuda, por lo general con alguna música melancólica de fondo. El contenido audiovisual varía, aunque por lo general suele sostenerse el trabajo sobre un plano fijo. Abunda también la lectura en vivo de poesías en un primer plano de la persona que lo lee⁶.

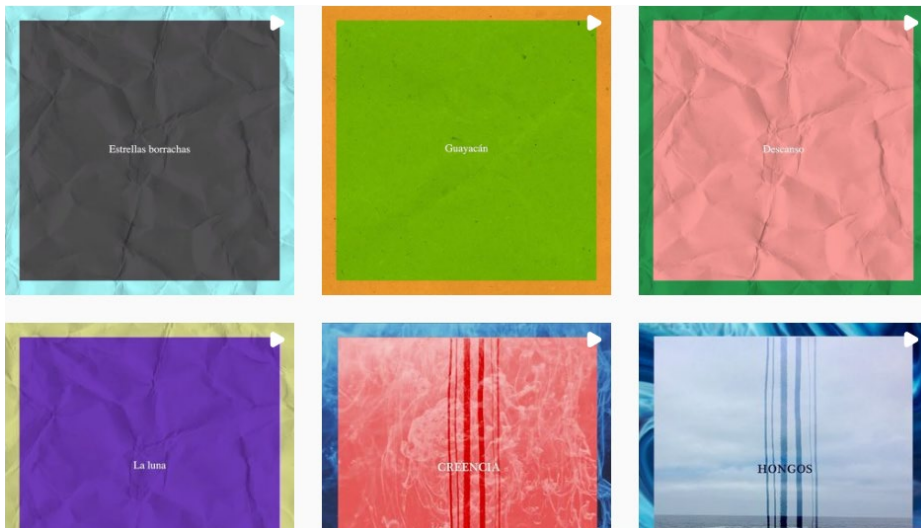
Si tomamos como objeto de análisis a este tipo de producciones más generales, tanto en los temas (tópicos amorosos o de autoayuda) como en el estilo (formas visuales sencillas con un texto breve que apunta, por lo general, al golpe bajo o a los lugares comunes en detrimento de un trabajo poético más sofisticado) el videopoema presenta un rasgo que caracterizamos como «levedad del poema». La plataforma impone sus condiciones materiales a la producción literaria: las formas y los contenidos no pueden cargar con una densidad muy sofisticada que los convierta en elementos pesados y difíciles de circular: todo texto requiere una *levedad* que

5. Algunos de los tags consultados (hasta el 28/12/2021) fueron: <https://www.instagram.com/explore/tags/videopoesia/>, <https://www.instagram.com/explore/tags/videopoema/>, <https://www.instagram.com/explore/tags/poesiaeninstagram/>, <https://www.instagram.com/explore/tags/videopoem/>

6. Una cuestión interesante para tener en cuenta con respecto a la abundancia de lectura en vivo de poesías es que Kozak (2012) no incorpora dentro de la definición de videopoesía en su archivo blando a este tipo de producciones como videopoemas. El hecho de que, a pesar de eso, una incontable cantidad de personas hayan tagueado sus videos como «videopoemas» lo consideramos un síntoma del hiato que existe entre la academia y la realidad cotidiana de las personas que no participan de las discusiones eruditas del campo literario.

permite a los perfiles circular sin ningún arrastre, poder fluir dentro del ecosistema libremente⁷.

En contraposición a este tipo de obras podemos encontrar otras que manifiestan una preocupación más subrayada, tanto por la calidad visual como por el trabajo sobre la función poética. El perfil «Videopoemas» (@video.poemas) de Vicente Fernández (@vicente_fernandez) presenta una serie de trabajos audiovisuales cortos que se organizan a lo largo del perfil de manera homogénea (casi todas las publicaciones tienen, aproximadamente, la misma duración, el mismo tipo de portada y una estética similar en términos de colores y tipografías):



Captura de pantalla del perfil @video.poemas.
Imagen tomada el 24/4/2022

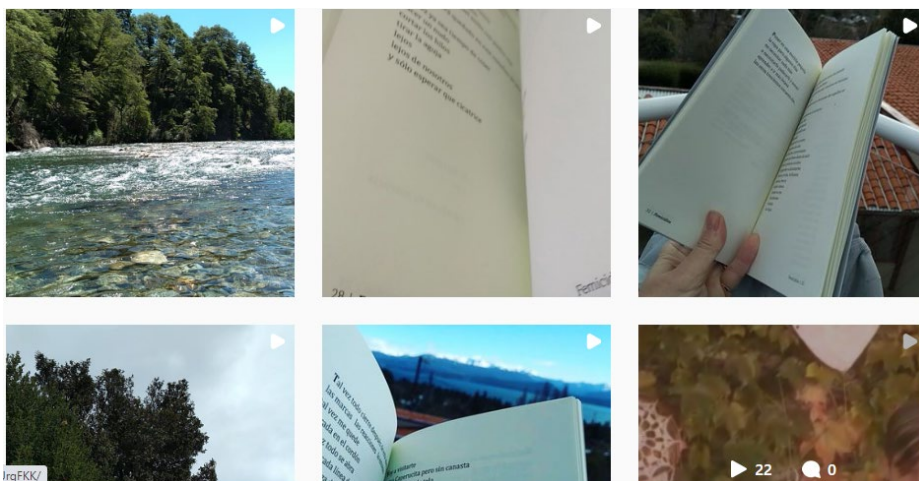
Los videopoemas de Vicente Fernández suelen presentar características muy similares entre sí: por lo general se trata de escrituras breves, no más de cuatro o cinco versos, que se encuentran acompañados por secuencias de planos fijos que ilustran de manera más o menos metafórica los versos del poema. El audio no recoge la lectura de los versos sino que se compone sólo de sonido ambiente (en algunos casos, música). Los versos aparecen repentinamente, escritos sobre los distintos planos, en una tipografía similar a la Times New Roman. El videopoema «Descanso», por ejemplo, ilustra la siguiente secuencia de versos:

7. No queremos sugerir aquí una relación entre «levedad» y popularidad. Independientemente de la popularidad que puedan tener ciertas obras o ciertos perfiles, la levedad describe un fenómeno de condicionamiento del lenguaje artístico por parte de un medio determinado.

Tomando cerveza sobre una roca
 Recuerdo las veces
 Que he sostenido con fuerza
 Las velas de un barco
 Que se niega a navegar.

De fondo suenan gaviotas y un mar yendo y viniendo (clásico efecto de sonido de playa) y las imágenes figuran la narrativa del poema (por ejemplo, en el verso «las velas de un barco» la imagen de fondo es, efectivamente, las velas de un barco en movimiento).

El perfil de «VideopoemasElizabeth» (@videopoemasElizabeth), de Elizabeth Molver, tiene un contenido más variable en el cual encontramos videopoemas en los que existe una elaboración de audio, video y poesía original junto con otros en los que el primer plano es tomado por el libro que está siendo leído o por la autora leyendo frente a la cámara. Además podemos encontrar otro tipo de publicaciones personales no necesariamente ligadas a la producción de videopoesía:

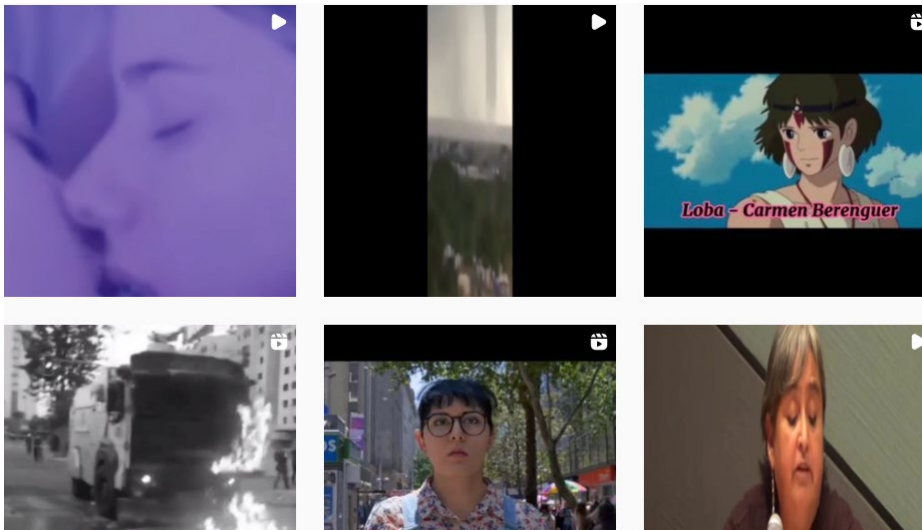


Captura de pantalla del perfil @videopoemasElizabeth.
 Imagen tomada el 24/4/2022

Dejando al margen los videos basados en una lectura en primer plano, nos parece interesante mencionar dos tipos de trabajos: por un lado, una serie de planos fijos de paisajes que la autora sugiere como parte integral de la videopoesía (por ejemplo, un plano fijo de un arroyo en el sur argentino que la autora titula como «poema del aguacielopiedrasárboles para no olvidar...»); un plano fijo de la costa de un lago, también del sur argentino, al que la autora llama «poema sin palabras»; por otro lado, el videopoema «una mujer escribe el otoño» (producido por @987producciones,

basado en el poema homónimo publicado en el libro *Con hilván simple* de la autora): en este trabajo se percibe una producción más sofisticada del plano visual en donde se conjugan animaciones de texto (en donde las palabras caen, como hojas de otoño) junto con toda una narrativa visual específica que acompaña a la lectura en voz en off del poema.

En tercer lugar, el perfil «La Rara Videopoema» (@lararavideoepoema), de autoría desconocida, se compone de pocas publicaciones, todas ellas de videopoesía. Lo interesante para subrayar en este caso es que se trata siempre de interpretaciones: en este perfil vamos a encontrar poemas de otros autores que son traducidos al lenguaje de la videopoesía (mediante elaboraciones y montajes sofisticados compuestos no necesariamente por imágenes originales sino por escenas y planos tomados de otras producciones visuales, como el animé o el cine).



Captura de pantalla del perfil @lararavideoepoema.
Imagen tomada el 24/4/2022

En este último caso es importante subrayar que existe una continuidad en varias de las obras que encontramos dentro del perfil de Elizabeth Molver en lo que respecta a ciertos tópicos relacionados con el papel de la mujer, la militancia feminista o la reflexión sobre el género. En este sentido, a diferencia de Vicente Fernández, estos dos últimos casos recogen dentro de su trabajo (en mayor o menor medida) una preocupación sobre la realidad política contemporánea que parece ausente en los videopoemas de Vicente Fernández, más bien abocados a la construcción de cierta abstracción o ambiente particular. Los tres casos citados nos parecen elocuentes para trabajar, por un lado, la relación entre hegemonía y contrahegemonía dentro del

campo artístico y, por el otro, el proceso de remediación (Bolter y Grusin, 2000) presente en las redes sociales.

Ciertamente, la brandización de la subjetividad es la manera de internalizar la lógica de la empresa neoliberal, de hacerla parte constitutiva de nuestro inconsciente. Siguiendo a Ticio Escobar (2021), el arte se encuentra en un territorio paradójico, puesto que circula dentro de las estructuras del capitalismo (favoreciendo la acumulación del capital) y, al mismo tiempo, lo pone en tensión. Lo político en el arte existe como crítica del régimen de representación establecida: «el arte político se define como disidente en relación con las representaciones y prácticas del régimen instituido, básicamente el neocolonial capitalista en su modalidad financiera global» (Escobar, 2021, p. 59). Y agrega, algunas páginas más adelante:

...los circuitos del arte traman redes heterogéneas, animadas por tensiones diversas y empujadas por fuerzas dispares. Estas apuntan a la competitividad, la trayectoria y, por lo tanto, al éxito y al prestigio social del artista (...) Pero también tienden a animar las posiciones críticas que resisten la enorme presión del mercado (...) A los artistas críticos les interesa, con razón, ocupar espacios promovidos por el mainstream como a este le conviene abrirse a propuestas que lo contradigan. *El mercado goza de buenos anticuerpos y, eventualmente, sabe generar con presteza sus propios antídotos. Y el arte tiene buenos reflejos de adaptación y, simultáneamente, márgenes de escamoteo y de embate furtivo.* (Escobar, 2021, p. 64. El subrayado es nuestro.)

Hay una tensión latente entre la obra de arte y las condiciones actuales del mercado que se percibe, también, en la circulación de la literatura en las redes sociales. Obligadas a adaptarse a los límites de un lenguaje determinado, un videopoema cualquiera debe hacerse liviano, perder profundidad para poder circular libremente. En principio, el tipo de lectura del scroll-down es superficial, indetenible: cualquier literatura que requiera cierto tiempo para percibir su densidad no es tenida en cuenta. Tal es el caso, por ejemplo, de los poemas de Vicente Fernández. Los poemas presentan una forma breve, poco profunda (en algunos casos más ingeniosa que otra, con algún remate más feliz) y no se encuentran acompañados de una narrativa visual que presente a la totalidad de la obra de manera integral como una combinatoria de significados producidos por distintos lenguajes entrelazados sino que ilustra (al mejor estilo de los libros juveniles) el significado literal —o casi literal— de los versos.

Sin embargo, los trabajos que presentan una preocupación más intensa sobre el estilo y las formas audiovisuales, como, por ejemplo, los de «La Rara...» o algunos encontrados en el perfil de Elizabeth Molver (como «una mujer escribe el otoño» o los poemas sin palabras) elaboran, a su vez, nichos de consumo para quienes buscan en las redes sociales otra cosa. El mercado satisface a todos. En ese sentido, la pregunta que se impone es si existe realmente la posibilidad de reapropiarse de esas tecnologías para construir un arte contrahegemónico que no sea cooptado por el mercado y ubicado en la hipersegmentación del público presente en las redes

sociales. En cualquier caso, sostener que existe una plataforma digital específica cuyos códigos, conductas y tipos de lenguajes condicionan la literatura que circula dentro de ella, dando lugar a una convivencia entre literaturas «livianas» y literaturas, por el contrario, más «pesadas», nos parece más adecuado que simplemente explicar el fenómeno de la literatura en redes sociales en términos de que hoy en día personas no especializadas en el campo literario pueden acceder a la publicación de las cosas que escriben o hablar de «nuevos modos de leer» (como si cada lectura no fuese en sí misma particular y única). En tanto que exformas, la capacidad política que las obras tienen desde su lugar de enunciación se encuentra encerrada en una paradoja: aquellas obras que se incluyan dentro de las lógicas hegemónicas del mercado se caracterizarán por adaptarse a sus reglas y sus modos de circulación mientras que, al mismo tiempo, aquellas obras marginadas por las lógicas de ese mercado serán incorporadas, mediante un rodeo, como parte de la industria «contracultural» que continúa alimentando a la misma industria cultural que intenta destruir.

Por otro lado, siguiendo los trabajos de Bolter y Grusin (2000) en la videopoesía dentro de las redes sociales encontramos una remediación caracterizada por la lógica de la inmediatez. Para los autores, la remediación se define por la presencia de un medio dentro de otro medio: dentro del Instagram encontramos otro medio, el videopoema, que en sí también elabora toda una genealogía que recupera lenguajes artísticos del cine y de la literatura ya mencionados líneas más arriba. Las redes sociales se sostienen mediante una lógica de la inmediatez en donde la presencia de los distintos medios busca ser solapada, escondida, es decir, que el usuario pierda toda consciencia de que está en una relación mediada por tecnologías y la incorpore como parte de las relaciones directas con el entorno (se esconde el dispositivo de control deleuziano en el proceso de su propio uso). En este sentido, la videopoesía tiene la posibilidad de operar en el sentido contrario, subrayar la presencia del medio y exhibirlo (lo que los autores llaman «hipermediación»). La videopoesía se posiciona en una tradición literaria que extiende el régimen de significación de la literatura hacia el plano de lo visual. Si bien estamos acostumbrados a habitar la abstracción del signo, la relocalización del significado de la palabra a la imagen-palabra reconfigura la economía de los sentimientos que entran en relación dentro del poema. Podemos considerar esto como el pasaje de la metáfora hacia la mitología (en el sentido barthesiano) y, en este pasaje, situar también la observación de un cambio de los regímenes de significación que denotan el límite de los lenguajes posibles. Frente a esto, habría que preguntarse si estamos capacitados, como lectores/espectadores, para el acceso a este tipo de literaturas.

Las relaciones de inmediatez e hipermediación dentro de las redes sociales recuperan lo que nosotros hemos caracterizado como la relación entre videopoemas «leves» y videopoemas «pesados». En el primero de los casos, la lógica de la inmediatez se cumple al punto de que el videopoema esconde hasta la misma función

poética en cuanto tal (pierde su capacidad de extrañamiento) en pos de alinearse con las lógicas de funcionamiento de la plataforma y fluir dentro de su territorio. En el segundo de los casos, la lógica de la hipermediación obliga a estas obras a subrayar su carácter poético, a separarse de las lógicas de circulación y consumo que están pautadas por la red social desde sus génesis y a subrayar permanentemente la existencia del dispositivo que media entre las relaciones de los usuarios.

Nuevo destino, recalculando: reapropiación de los mundos posibles

Los sistemas de control se han consolidado, sobre todo, como dispositivos afectivos, no represivos. De esto se desprende, necesariamente, que las redes sociales articuladoras de nuestra comunicación poseen un tipo de comportamiento de suyo fundamental. Mientras *scrollleo* el *feed* en mi teléfono una tarde de domingo me percaté de que estuve durante horas sumergido en la aplicación tecleando, entrando, saliendo, moviéndome, consumiendo información, siendo consumido por ella a la vez. Dentro de Instagram, operamos en el marco de un comportamiento repetitivo. Cuando navego por la plataforma puedo entrar, salir, clickear, volver, bajar, subir, clickear de nuevo, leer el mismo meme con sus minúsculas variaciones durante horas, etcétera; es una actividad repetitiva que trabaja de manera circular a partir de la retroalimentación. La naturaleza del comportamiento repetitivo es la conservación de un estado de cosas. Pueden existir pequeñas variaciones, puede haber microsorpresa, pero, en el fondo, todo sigue más o menos igual. Finalmente, lo que busco en esta repetición es esconder la latencia profunda de la única verdad que puedo conocer y de la cual intento desesperadamente huir: que tengo miedo de estar solo y que yo soy este cuerpo que está muriendo.

La producción de la videopoesía «liviana» entra dentro de este juego de repeticiones que conserva mi estado de cosas. Como lector, leo siempre lo mismo, aquello que entra dentro de mi horizonte de expectativas (Jauss, 2013). Al mismo tiempo, la literatura más «pesada» es consumida por un nicho de mercado específico que, igualmente, participa de este juego de repeticiones (en función de su propio horizonte de expectativas). ¿Los eruditos que leen literatura erudita no están también repitiéndose en una zona de confort lo suficientemente alejada del mundo para que no les hagan daño? Esta repetición es sostenida mediante la organización de una infraestructura algorítmica que ordena previamente lo que la plataforma va a mostrarme, en función de mis operaciones previas, mermando la posibilidad de cruzarme con textos muy alejados de mi mundo personal e impidiendo, en principio, organizaciones heterogéneas⁸. En otras palabras, si los revolucionarios

8. En otro trabajo (Bados, 2021) planteamos el concepto del «ordenador que ordena» como forma de describir nuestra actualidad, entendiendo por esto a una vida centralizada alrededor de los dispositivos digitales que nos ordenan en ambos sentidos de la palabra: nos organizan

sólo se leen entre ellos, ninguna revolución es posible. Entonces, ¿cómo es posible desarrollar contenidos contrahegemónicos en una plataforma que segmenta y separa la información personalizándola a cada cliente? ¿cuál sería el valor político de esa contrahegemonía si no puede alcanzar una masividad tal que le permita una transformación real? ¿tiene sentido seguir pensando en formas de «resistencia desde adentro»?

Los algoritmos que estructuran estas redes sociales se basan, sobre todo, en tres grandes puntos: dar mayor importancia a contenidos con mucha interactividad (es decir, publicaciones con varios comentarios y participaciones por parte de los demás perfiles y que hayan sido compartidas por muchas personas), darle más peso a los contenidos con los cuales uno interactúa y, finalmente, darle menos presencia a los contenidos que tengan links internos hacia otros sitios (puesto que para la plataforma lo importante es que uno se quede dentro de la plataforma el mayor tiempo posible). Teniendo en cuenta esto, existen varios recursos para «engañar» o «reutilizar» estos algoritmos a nuestro favor; el problema con eso es que no estaríamos «venciendo» esta lógica, sino que, por el contrario, la estaríamos incorporando a la materialidad de nuestra literatura e internalizándola. Si el marketing digital brinda un número importante de recursos para generar mejor posicionamiento en las redes no nos aleja para nada de la brandización de la subjetividad que mencionamos más arriba ni de la adaptación de la literatura a las condiciones materiales que exige la plataforma. Es decir, nuestra literatura no sería contrahegemónica puesto que no estaría ejercitando una tensión o posibilitando una línea de fuga. Al contrario, estaría reciclándose y adaptándose a la plataforma como un elemento más en su constitución. Estaría siendo fagocitada por esa industria cultural en busca de una popularidad que no necesariamente garantiza la posibilidad de ejercer una fuerza transformadora.

Si parece que estamos en un impasse es porque la tensión entre la hegemonía y la contrahegemonía no se puede reducir a una simple disputa entre la utilización o no utilización de las estructuras sociales presentes. Ese es un falso dilema. No tenemos, realmente, esa posibilidad de elección. Como mencionamos más arriba, las redes sociales esconden bajo todo un discurso de libertad de elección el hecho de que una importante parte de la vida concreta pasa a través de ellas y el arte no está exento de esa realidad. En todo caso, lo que es importante subrayar es que las estructuras sociales presentes son un campo de disputa y, como tales, se caracterizan por un estado de tensión producido por las relaciones de poder que integran a estas estructuras.

(construyen un orden, por ejemplo, las agendas digitales, mi reloj, etcétera) y a la vez nos dan órdenes, son imperativas (por ejemplo, mediante sonidos y vibraciones nos imponen prestarles atención cuando estamos haciendo otra cosa).

Se sabe, desde Marx, que todo sistema social no produce únicamente cosas sino también subjetividades que habitan esos sistemas sociales y se relacionan con las cosas. Las redes sociales forman un lugar predominante en los dispositivos de subjetivación de la actualidad y condicionan, además, los modos de circulación del arte, planteando nuevas preguntas centrales para la teoría y la crítica literaria. Siguiendo a Rolnik (2019) el capitalismo ha sabido capturar la pulsión humana para conducirla a la producción de capital. En palabras de la autora:

[En la versión del capitalismo actual] es la propia pulsión de creación individual y colectiva de nuevas formas de existencia, y sus funciones, sus códigos y sus representaciones lo que el capital explota, haciendo de ella su motor. Por eso la fuente de la cual el régimen extrae su fuerza deja de ser exclusivamente económica para serlo también intrínseca e indisolublemente cultural y subjetiva –por no decir ontológica–, lo cual la dota de un poder perverso más amplio, más sutil y más difícil de combatir. (Rolnik, 2019, p. 28)

Es importante, entonces, recapturar a esa pulsión vital y extraerla de las fauces de estos dispositivos para que vuelva a tener una función creadora y reorganice la vida social encarando hacia otros futuros próximos que se alejen del occidente patriarcal, racista y extractivista. Pero ¿cómo hacerlo?

Los procesos de adelgazamiento de la literatura no están atados únicamente a la estructura de las plataformas digitales. Más bien, las redes sociales inauguran una estructura basada en las lógicas del neoliberalismo que ya se encontraban presentes antes de la digitalización del mundo. Cabe poner como ejemplo algunos pasajes: la filosofía transformada en libros de autoayuda y coaching, la cultura popular concentrada en MTV, la política reducida a un show televisivo, la economía al resultado del gasto fiscal, el ejercicio combinado con nutrición y cuidado del cuerpo a la compra de productos *light*, etcétera. La insoportable levedad del poema es sólo un síntoma de un cambio estructural en las bases del capitalismo actual que viene extendiéndose desde hace décadas. Las literaturas que circulan dentro de estas estructuras digitales no están exentas de estos procesos y, en rigor, cabría la pregunta de por qué deberían estarlo (la literatura no es un bastión de resistencia comunista, sino que forma parte del mercado de las mercancías, como cualquier otra práctica social; y, por cierto, la literatura de izquierda vende bastante bien en muchos aspectos)⁹.

Hay una retroalimentación entre las redes sociales y lo que sucede por fuera de ellas. Pierre Levy llamó a esta interrelación el «efecto moebius» (citado en Ghiotto

9. Existe una idea de que como el arte es un terreno propicio para pensar nuevos imaginarios y desarrollar contrahegemonías a los sistemas de representación del capital y sus dispositivos de subjetivación, todo el ámbito del arte debe reducirse a esa única actividad; no estamos de acuerdo con esta perspectiva: hay un derecho elemental de los seres humanos a ser felices y entretenerse que no puede perderse de vista tampoco. Entender que el arte está posado sobre esta contradicción es fundamental para poder generar una estrategia transformadora.

Tuño Ramos y de Oliveira Martins, 2018). En concreto, se trata, básicamente, de una correlación: la vida política de las subjetividades se ve condicionada por lo que hacen y consumen en las redes sociales al mismo tiempo que la estructura de las redes sociales también va adaptándose y modificándose a la necesidad de las subjetividades que la están usando. Las actualizaciones permanentes de software tienen que ver bastante con eso. Mejorar la experiencia del usuario para que el usuario se encuentre más cómodo dentro de las redes y pase más tiempo en ellas. Allí se produce un juego entre poder y contrapoder. Es ahí en donde el concepto de reapropiación merece ser revisado. Si por reapropiación de las tecnologías entendemos sólo los «cinco milagrosos pasos» para adueñarte de las redes sociales que venden las plataformas de marketing, nuestra literatura quedará relegada a la brandización y, por lo tanto, a la levedad y su consecuente reproducción de las lógicas hegemónicas. Pero también, si por reapropiación entendemos al uso de estos dispositivos digitales para la circulación de otro tipo de textos que terminan, finalmente, agrupándose en nichos de consumo especializados, esnobs o marginales, nuestra literatura, por más contrahegemónica que busque ser, estará favoreciendo a la misma estructura que intenta destruir. La reapropiación de los dispositivos digitales tiene que ir de la mano con una reapropiación de la participación colectiva en el ámbito de lo público para transformar los modos en los que está apuntalada la relación entre tecnología y sociedad, llegando a la cuestión de fondo: reemplazar el valor de cambio como dispositivo organizador de la vida para reemplazarlo por el valor de uso y abrir los intestinos de los protocolos digitales mediante los cuales se organiza el mundo para transformarlo en otros modos de organización que contemplan la diversidad y la heterogeneidad; reventar la burbuja.

En este marco podemos ubicar las obras de Elizabeth Molver o los trabajos de «La Rara»: producciones artísticas que no buscan esconder el proceso de mediación que existe en las obras y cuyo contenido, fuertemente marcando en la mayoría de los casos por una preocupación compartida sobre el lugar de la mujer en el marco de lo social, se encuentra coordinado con un proceso masivo de movilización y transformación social por parte de los movimientos feministas que han sabido recuperar el espacio público cooptado por los discursos neoliberales de los últimos años. Es así que en este tipo de experiencias podemos encontrar una línea de fuga, una contrahegemonía. No es sólo la reapropiación de un dispositivo digital para la circulación de otro discurso sino que además ese otro discurso se acompaña con un proceso de militancia que interpela a la sociedad en cuanto tal.

La reapropiación de la estructura social debe ser integral y no segmentaria: una transformación de las plataformas digitales sólo podrá ser alcanzada si hay una transformación de los otros ámbitos de la vida social concomitantemente. Desde un punto de vista latinoamericano, consideramos que nuestras democracias tienen la obligación de conquistar el derecho a la información acerca de cómo están

construidas estas plataformas digitales (el acceso al código fuente) para eliminar el imperialismo tecnológico impuesto desde el norte global; además, esto debe ir de la mano del acceso a la educación gratuita y de calidad, a la salud, al capital simbólico, al consumo cultural, a la producción de tecnología local. Debe ir de la mano, también, con el derecho al juego que todos los seres humanos tienen y que no puede ser eludido. Si dejamos esta cuestión a un plano de análisis más secundario entonces corremos el riesgo de caer en una unicidad del sujeto que borre sus contradicciones internas y termine o bien fracasando en su intento revolucionario o bien imponiéndose por la fuerza a nuevos procesos de subjetivación homogéneos y fascistas.

Conclusión

Hasta aquí hemos descripto algunas nociones generales que nos facultan para estudiar el modo en el que ciertas creaciones artísticas audiovisuales circulan en el marco de las redes sociales, tomando por caso la videopoesía en Instagram. A partir de estas caracterizaciones hemos arribado a las siguientes conclusiones: en primer lugar, los procesos de subjetivación del capitalismo actual están más preocupados por condicionar afectivamente que represivamente a las subjetividades y, para ello, construyen toda una batería de medios cuya lógica de la inmediatez busca ocultar este proceso de condicionamiento. En segundo lugar, en las redes sociales se configura un sistema de producciones artísticas «leves» (es decir, cuyos lenguajes se adecuan a las determinaciones de los modos de uso de la plataforma), como las obras de Vicente Fernández, que solapan la presencia del medio y, por otro lado, producciones artísticas «duras» que, contrariamente, subrayan la presencia del medio en la comunicación, como el que hallamos en las obras de Elizabeth Molver o en las traducciones de «La Rara». Por último, esta relación entre obras «leves» y «pesadas» reproduce la paradoja entre el arte hegemónico y contrahegemónico que caracteriza a la industria cultural actual, en la que ambos elementos del binomio son organizados dentro de distintos circuitos de mercado que favorecen por igual a la industria cultural en cuanto tal, sea por fomentar obras que reproducen el estado de cosas establecido o por fomentar el nicho de la «contracultura» que, por su parte, hace lo mismo, incluso sin saberlo. Frente a la pregunta de si es posible articular una reapropiación de estas estructuras de producción y circulación de contenidos con un objetivo emancipador, nuestra respuesta es que una reapropiación como tal sólo es posible entendiendo la naturaleza interdependiente que existe entre lo analógico y lo digital y subrayando que ninguna transformación es posible supeditando alguno de estos territorios al otro.

Referencias bibliográficas

- ALEMÁN, J. (2018). *Capitalismo. Crimen perfecto o emancipación*. Nuevos Emprendimientos Editoriales, S. L.
- BADOS, E. (2021). Problemas de la producción, circulación y consumo de la literatura digital en América Latina: una introducción. *Revista Umbral*. Universidad Nacional General Sarmiento. <https://umbral.ungs.edu.ar/2021/12/15/problemas-de-la-produccion-circulacion-y-consumo-de-la-literatura-digital-en-america-latina-una-introduccion/>
- BALLESTEROS HERENCIA, C. A. (2019). La representación digital del *engagement*: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. *Revista de Comunicación*, 18(1), 215-233. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A11>
- BOLTER, J. D. y R. GRUSIN. (2000). *Remediation. Understanding media*. First MIT Press paperback edition.
- BOURRIAUD, N. (2015). *La exforma*. Adriana Hidalgo Ed.
- COSTA, F. (2011). Biopolítica informacional. Apuntes sobre las tecnologías de gobierno de los públicos en las sociedades de control. *Espacios Nueva Serie*, 7. Universidad de la Patagonia Austral.
- CUADRA, Á. (2007). *Hiperindustria cultural*. <https://mediatecalibre.cl/wp-content/uploads/2018/06/HiperindustriaCultural.pdf>
- DELEUZE, G. (1999). Post scriptum a las sociedades de control. *Conversaciones*. Editorial Pre-textos.
- ESCOBAR, T. (2021). *Aura latente. Estética/Ética/Política/Técnica*. Tinta Limón.
- GHIOTTO TUÑO RAMOS, P. E. y A. DE OLIVEIRA MARTINS. (2018). Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade. *Texto digital*, 14(12), 117-133. <http://dx.doi.org/10.5007/1807-9288.2018v14n2p117>
- JAUSS, H. R. (2013 [1970]). *La historia de la literatura como provocación*. Editorial Gredos.
- KLEIN, N. (2017 [1999]). *No logo. El poder de las marcas*. Ed. Paidós.
- KOZAK, C. (ed.). (2012). *Tecno-poéticas argentinas. Archivo blando de arte y tecnología*. Caja Negra.
- KOZAK, C. (2017). Esos raros poemas nuevos. Teoría y crítica de la poesía digital latinoamericana. *El jardín de los poetas. Revista de teoría y crítica de poesía latinoamericana*, III(4).
- LANIER, J. (2018). Tenemos que cambiar el modelo: toda la economía se basa en manipular personas. Entrevista a Jaron Lanier. *Revista Telos*, 109, 26-34. <https://telos.fundacion-telefonica.com/wp-content/uploads/2018/09/telos-109-entrevista-portada-jaron-lanier.pdf>
- MARX, K. (2015 [1844]). El trabajo alienado. *Manuscritos económico-filosóficos*. Colihue.
- MCLUHAN, M. (1967). *El medio es el mensaje. Un inventario de los afectos*. Bantam Books, Inc.
- PORTER, J. (2009). Recovering delivery for digital rhetoric. *Computers and Composition*, 26, 207-224. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2009.09.004>
- RIVERA GARZA, M. C. (2019). *Los muertos indóciles. Necroescrituras y desapropiación*. Penguin Random House.
- ROLNIK, S. (2019 [2018]). *Esféras de la insurrección. Apuntes para descolonizar el inconsciente*. Tinta Limón.
- STEYERL, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.
- VANOLI, H. (2019). *El amor por la literatura en tiempos de algoritmos*. Siglo XXI.