

Hacia una antropología del presente

Francisco de la Peña Martínez
Mundos mediáticos y antropología del presente.
De la cultura televisual a la cultura digital.
Ediciones Navarra/INAH. México. 2020.

*Roberto Carlos Garnica Castro**

Escuela Nacional de Antropología e Historia

ENAH-INAH

Hace ya casi 30 años, en el ocaso del siglo pasado, Marc Augé [2000]¹ aseveró que “la antropología siempre ha sido una antropología del aquí y el ahora” [2000: 15], “un oficio del frente a frente y del presente” [2007: 10], y que “el etnólogo en ejercicio es aquel que se encuentra en alguna parte (su aquí del momento) y que describe lo que observa o lo que oye en ese mismo momento” [2000: 15-16]. También en aquella época, el etnólogo francés acuñó las nociones de *no lugares* y *mundos² contemporáneos* y documentó que “por primera vez en la historia de la humanidad, la tierra es verdaderamente redonda” [Augé 1998: 10]. En este orden de ideas, el antropólogo, cuyo campo es el mundo actual, está obligado a un “reanálisis de lo que constituye el mundo actual, tal vez más diverso de lo que los ideólogos de la globalización imaginan” [Augé 2007: 9] y a un “reanálisis de lo que es la antropología, cuya finalidad puede ser más útil y más ambiciosa de lo

* robertocarlosgarnica@gmail.com

¹ Si bien la edición citada es del 2000, el original francés es de 1992.

² El plural (mundos) es significativo y tanto Augé como De la Peña consideran que el proyecto de un *Atlas etnográfico de los mundos contemporáneos* es “necesario porque en la época de la globalización económica y tecnológica, se vuelve urgente comprender el impacto que puede tener sobre la vida de los individuos su pertenencia a varios mundos intermediarios” (Prefacio de Augé a De la Peña, 2016).

que imaginan los nostálgicos de los paraísos perdidos” [2007: 10]. Aquellas inquietudes finiseculares, ¿siguen siendo actuales? Sin duda, aunque hay que comprender que términos como *actual*, *contemporáneo*, *aquí* y *ahora* son deícticos, es decir, si bien la antropología es y será siempre una indagación *del aquí y el ahora*, el mundo (los mundos) ya no es el de entonces y la antropología, nuestra disciplina indisciplinada, nuestra *fröhliche Wissenschaft*³, tampoco puede ser la misma; como explica el mismo De la Peña en el libro que ahora reseñamos: “la pandemia que asoló al planeta en 2020 [...] impactará en todas las investigaciones y reflexiones antropológicas por venir” [De la Peña 2020: 13], ya antes había señalado que “la antropología contemporánea enfrenta, en medio de los cambios culturales de las últimas décadas, una serie de mutaciones que son al mismo tiempo conceptuales, epistemológicas y metodológicas” [De la Peña 2016: 12].

Es en este contexto que Francisco de la Peña Martínez escribe *Mundos mediáticos y antropología del presente. De la cultura televisual a la cultura digital*, libro de 214 páginas, publicado en noviembre del año pasado, en el que aborda “un tema que hasta hace poco no era considerado relevante por la antropología convencional en nuestro país, pero cada vez más suscita interés en este campo del saber: los medios de comunicación” [De la Peña 2020: 9] y que, teniendo presente que “vivimos en una iconósfera” [2020: 9], más aún, en una “compleja pantallósfera” [2020: 10], es la continuación de *Por un análisis antropológico del cine. Imaginarios filmicos, cultura y subjetividad*⁴ [De la Peña 2014].

Siguiendo un adecuado orden expositivo, el autor señala desde la introducción su plan de trabajo. El libro se divide en dos partes:

La primera parte, compuesta por un solo capítulo, “brinda una reflexión sobre el fenómeno de la comunicación y los medios de comunicación, y una panorámica sobre cómo han sido abordados y conceptualizados desde diferentes disciplinas, incluida la antropología” [De la Peña 2020: 12].

La segunda parte está compuesta por cuatro capítulos en los cuales: 1) se analiza “la cultura televisual, de la cual se abordan diferentes aspectos (narrativa, formatos, rituales, estructura, géneros) así como su evolución histórica”,⁵ 2) se “aborda la invención de la computadora y el nacimiento de internet y sus principales manifestaciones, de los videojuegos a las redes

³ “Ciencia jovial”, así la caracteriza Geertz [1996: 67], evocando, por supuesto, a Nietzsche.

⁴ Si en aquel libro abordó la *gran pantalla*, en el presente estudia las *pequeñas pantallas*.

⁵ Se trata del capítulo II, titulado “La cultura televisual y la experiencia de lo real” [2020: 49-101].

sociales, de las que una en particular, Facebook, es objeto de una descripción etnográfica detenida”,⁶ 3) estudia “el fenómeno de la telefonía móvil para dar cuenta de su significado, sus usos y su impacto cultural”,⁷ 4) se “da cuenta de las diferentes mitologías, reflexiones y críticas que han surgido en torno a la revolución digital y la sociedad de la información, así como del futuro de la ciber-cultura y la inteligencia artificial”.⁸

Para cerrar el texto, se presentan algunas conclusiones que “retoman los principales elementos que permiten mostrar los contrastes y los paralelismos entre la cultura televisual y la digital” [De la Peña 2020].

También, como parte de dicho plan de trabajo, se explicitan las preguntas guía. Algunas están relacionadas con los atributos y el devenir de los medios de comunicación: “¿los medios masivos clásicos, y en particular la televisión, están condenados a la extinción por la aparición de Internet?” [De la Peña 2020: 11], ¿o sobrevivirán y de qué manera?, “¿en qué consiste la especificidad de la televisión como medio de comunicación de masas” [2020: 11], “¿cuál es el futuro de la cultura televisiva y cuál el de la cultura digital?” [2020: 12]. Otras se asocian con la repercusión de estos medios en nuestra sociedad: ¿cuál es el impacto cultural de la televisión en la sociedad?:

¿En qué dimensiones de la cultura, los hábitos, las formas de socialización, la subjetividad y la vida cotidiana, están impactando más Internet, las computadoras y la telefonía móvil? ¿Cuáles son los aspectos liberadores, creativos y alternativos que poseen los nuevos medios de comunicación y cuáles los aspectos alienantes o de control y dominio político de un nuevo tipo? ¿Qué tipos de nuevas identidades y subjetividades son producidas por los medios de comunicación de última generación? [De la Peña 2020: 11-12].

Finalmente hay también un grupo de preguntas que, en sentido metaantropológico, reflexionan en torno a la propia antropología:

¿Qué nos puede mostrar la antropología sobre la relación entre los mundos culturales y los nuevos medios de comunicación en el contexto de la globalización

⁶ Se trata del capítulo III, titulado “La cultura digital: la computadora y el continente Internet” [2020: 103-164].

⁷ Se trata del capítulo IV, titulado “La cultura digital: el teléfono móvil y la pantalla total” [2020: 165-188].

⁸ Se trata del capítulo V, titulado “Entre la revolución mental y el apocalipsis” [2020: 189-199].

y la interconexión y movilidad generalizada? ¿Qué tiene que decir la antropología sobre las dimensiones culturales de las comunidades virtuales que se constituyen en el ciberespacio? ¿En qué medida la mirada de los antropólogos debe replantearse? [De la Peña 2020: 12].

Si bien es viable abordar la caleidoscópica variedad de los mundos mediáticos a partir de la antropología, esto exige tres o cuatro condiciones:

1) Ensayar un acercamiento interdisciplinario que retome, por ejemplo, a la semiología, “la sociología, los estudios culturales, la filosofía, el psicoanálisis, la comunicología o la historia” [De la Peña 2020: 13]. En este sentido, De la Peña echa mano de autores tan diversos como Umberto Eco, Lévi-Strauss, Edmund Leach, Marcel Mauss, Clifford Geertz, Marc Augé, Néstor García Canclini, Manuel Castells, Pierre Bordieu, Stuart Hall, Gilles Lipovetsky, Eva Illouz, Maurizio Ferraris, Michel Foucault, Byung-Chul Han, Slavoj Žižek, Nestor Braunstein, Francois Laplantine, Bruno Latour, George Siemens, Paul Virilo, José Van Dijck, Raymond Williams, por mencionar sólo a algunos.⁹

1.1) Teniendo presente que la construcción del conocimiento es una práctica social y colectiva, podemos ver más si recuperamos el trabajo de otros, incluso realizamos búsquedas conjuntas, *Mundos mediáticos y antropología del presente* es un buen ejemplo de esta práctica pues, además de retomar la obra de otros especialistas que analizan el tema desde diversas aristas, De la Peña recupera el trabajo de algunos de sus tesisistas cuya investigación acompañó y dirigió, tal es el caso de Alvarado [2017] quien realiza una investigación sobre *second life*, de Juárez [2020] cuando analiza “el discurso político a través del *iMeme*”; de Martínez y Mendoza [2010] que abordan “el consultorio terapéutico radial”; de Moreno [2020] quien estudia la red social *work away* y de Ogarrío [2019] que habla de “hiperculturalidad, hiperterritorialidad y el uso de las redes sociales por parte de los comcaac para defender su territorio”.

2) Replantear la metodología de nuestra disciplina que, si bien reconoce la valía de la etnografía convencional, debe ensayar nuevas vías tales como la autoetnografía y la netnografía. En este sentido, es interesante cómo nuestro autor toma como informantes a sus amigos, a sus familiares incluso a sí mismo, en un campo o campos que incluyen tanto la interrelación cara a cara como la virtual.

3) Reconocer que la antropología, más que un ejercicio de observación

⁹ No hay que olvidar que de principio Francisco de la Peña es etnólogo, psicoanalista y filósofo.

pretendidamente neutral puede y debe ser “una crítica y una clínica cultural” que, en el caso que nos atañe, “dé cuenta del alcance y el impacto que la pantallósfera y la mediósfera tienen en las sociedades actuales, así como en los muchos mundos en que habitamos” [De la Peña 2020: 13].

Todo esto, por supuesto, en un marco en el que se plantea “el ingreso de la antropología a una era post-exótica y post-moderna” [De la Peña 2020: 17] que la ha llevado a “recorrer nuevas rutas, ocupándose de fenómenos de actualidad y poco atendidos por los antropólogos clásicos” [2020: 17]. Llámese “*repatriación* de la antropología” o “tránsito de una antropología restringida a una antropología generalizada” [2020: 17], la cuestión es que, por una parte, se radicaliza el principio hermenéutico del distanciamiento o extrañamiento para exigir que nos miremos ahora con otros ojos y con asombro y, por otra, asumamos el reto de reconocer el carácter etnológico de cualquier objeto.

Sin ser exhaustivos, para tener un mejor panorama de *Mundos mediáticos y antropología del presente*, consideramos conveniente compartir algunas de sus ideas por capítulo.

Capítulo I. “Antropología y medios de comunicación”: Se considera que “la cultura es comunicación y la comunicación es cultura, una realidad semiótica cuyo estudio antropológico conlleva una teoría general del intercambio simbólico en todas sus modalidades” [De la Peña 2020: 19] y se propone “repensar el sentido y el alcance” de la “antropología audiovisual” [2020: 21] para darle un sentido “más amplio y generalizado, el de una antropología de *lo* audiovisual [...], de la cultura audiovisual, o más exactamente una antropología de los medios de comunicación” [2020: 21-22], que implica dar el mismo valor etnográfico a productos tan diversos como los filmes antropológicos, los documentales, los vídeos caseros y de aficionados en YouTube, el cine comercial y de autor, etcétera.

Capítulo II. “La cultura televisiva y la experiencia de lo real”. Se parte de la oposición entre el cine (la pantalla grande) y la televisión (la pantalla chica), “oposición entre dos lógicas de la imagen” [2020: 49], con diferencias tanto en el formato como en la actitud del espectador, para comprender cómo, en su momento, el televisor: “pasó a convertirse en el altar familiar, a encarnar el símbolo de la vida hogareña y a convertirse en el centro de una sociabilidad que alteró el tiempo doméstico [...] y que alimentó el mito de la familia unida en torno al televisor” [2020: 50]. De manera autoetnográfica, se explica y ejemplifica en qué sentido varias generaciones fueron “hijas de la televisión mexicana”: “ninguna historia, ni individual ni familiar, está exenta de la relación y del influjo de la pantalla chica y sus relatos, la cual se ha integrado a la cultura doméstica como un artefacto de primera nece-

sidad, modelando nuestro *ethos* afectivo, ético y estético” [2020: 53]¹⁰. Por supuesto, desde una perspectiva etnológica habría que “preguntarse por los íconos y símbolos dominantes de las diferentes tradiciones televisivas nacionales, y por aquéllos que tienen un alcance más universal que local” [2020: 71].

Capítulo III. “Cultura digital: la computadora y el continente Internet”. Se asevera que “si la invención y la difusión de la imprenta es el partaguas que separa a la época medieval de la moderna, la comunicación electrónica es la invención tecnológica que marca la diferencia entre la modernidad y la postmodernidad” [2020: 103]. Teniendo presente que la computadora es como “una meta-pantalla que comprende muchas otras” [2020: 106] y que “hoy en día, una enorme cantidad de personas no pueden imaginar su vida sin Facebook, Twitter, Instagram, Wikipedia o YouTube” [2020: 124], el autor analiza los videojuegos y diversas redes sociales como YouTube, Tinder, Work Away, Twitter, Instagram y Facebook. Mención aparte merece Facebook, a la que De la Peña denomina “red social total” y sobre la cual desarrolla un sugerente análisis etnográfico, netnográfico y autoetnográfico, recurriendo a conceptos clásicos de la antropología tales como “*kula*, juego profundo” y explicando, por ejemplo, que en Facebook existe un “ciclo ritual anual [...] con sus fechas y celebraciones consagradas” [2020: 148]; también contrasta algunas variantes nacionales y señala que en el caso de nuestro país “el rasgo cultural más notable en la comunidad Facebook es el característico humor negro de los mexicanos, que se expresa en el predominio casi permanente del meme como objeto de circulación e intercambio mediático” [2020: 157].

Capítulo IV. “Cultura digital: El teléfono móvil o la pantalla total”. Retomando a Marcel Mauss, De la Peña caracteriza al celular como un “objeto social total” dotado de “maná” que, debido a su multifuncionalidad, “fagocitó” diversas tecnologías y que, de acuerdo con Latour, “más que un simple objeto, se trata de un híbrido cultural, un objeto-actor, una cuasi-persona o cuasi-objeto que remodela y recompone los lazos sociales, incrementando su escala” [De la Peña 2020: 167]. El celular es tan importante para el hombre contemporáneo que se le puede considerar “una prótesis que revela nuestra condición de *cyborgs*, una extensión multisensorial, a la vez táctil, auditiva, visual y mental-cognitiva” [2020: 183]; incluso es posi-

¹⁰ En este sentido, *Mundos mediáticos y antropología del presente* es también un documento histórico, no sólo porque aborda cuestiones históricas en relación con los medios de comunicación, sino porque, en tanto etnografía y autoetnografía registra de primera mano tanto los cambios ocurridos como los que “están siendo”.

ble, retomando las consideraciones filosóficas que Ferraris destaca en torno al celular, hablar de una revolución antropológica que hace más pertinente pensar en un sujeto que “está al móvil” y que, más que un “ser en el mundo” (el *Dasein* heideggeriano), es un “ser conectado”.

Capítulo v. Entre la revolución mental y el apocalipsis. Retomando la idea desarrollada por Eco, se puede hablar de dos tomas de posición:

La de los apocalípticos y la de los integrados, es decir, los que están contra y los que están a favor de los medios de comunicación, los que los estigmatizan y los que los idealizan, los pesimistas y los entusiastas, los que los consideran una fuente de alienación y los que los consideran un instrumento de recreación y hasta de emancipación [De la Peña, 2020: 21]

De la Peña señala que, en relación con la cultura digital, conviven los tecnosueños utópicos, “mitos que ofrecen promesas” [2020: 189] (como el ideal de una comunidad planetaria y democrática) y las tecnofobias distópicas, “miedos y fantasmas que suscitan las revoluciones tecnológicas” [2020: 190] (como el “psicopoder” y el “panóptico digital”), pero, más allá de estas perspectivas, el hecho es el advenimiento del *homo digitalis*.

Lo cierto es que: “las computadoras y los teléfonos móviles [...] ocupan el lugar de nuevos objetos sagrados y de culto, trastocan aceleradamente nuestra experiencia vital y colectiva a nivel planetario y local, y en el contexto de la pandemia del 2020, hemos sido testigos de su crecimiento exponencial” [De la Peña 2020: 44-45].

Cada vez más, “la comunicación virtual y las relaciones sociales a distancia [...] en muy diversos ámbitos (educativo, laboral, terapéutico, comercial o festivo), ocuparán un destacado protagonismo en todas las sociedades, y por ello merecen ser analizadas a fondo por la reflexión antropológica” [De la Peña, 2020: 45].

Debido a la gran cantidad de *mundos* y fenómenos que De la Peña aborda en su libro, es posible que cada lector considere que hizo falta tocar o profundizar en este o aquel aspecto (y de eso se trata pues, como ya sugerimos, un atlas etnográfico de los mundos contemporáneos no puede ser labor de una sola persona), pero eso no demerita el hecho de que, cuando algunos todavía se preguntan si es posible y cómo sería una investigación netnográfica, *Mundos mediáticos y antropología del presente* es muestra de un modo de hacer antropología hoy.

REFERENCIAS

Alvarado, Daniel

2017 *Ciberspacio, nuevo terreno para el estudio antropológico. El caso de Second Life*, tesis de licenciatura. ENAH. México.

Augé, Marc

1998 *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Gedisa. España.

2000 *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa. España.

2007 *El oficio de antropólogo. Sentido y libertad*. Gedisa. España.

De la Peña, Francisco

2014 *Por un análisis antropológico del cine. Imaginarios fílmicos, cultura y subjetividad*. INAH, Ediciones Navarra. México.

2016 *Atlas etnográfico de los mundos contemporáneos. Volumen I*. INAH, Ediciones Navarra. México.

2020 *Mundos mediáticos y antropología del presente. De la cultura televisual a la cultura digital*. INAH, Ediciones Navarra. México.

Geertz, Clifford

1996 *Los usos de la diversidad*. Gedisa. España.

Juárez, Karina

2020 *El discurso político a través del iMeme. Las decisiones de Andrés Manuel López Obrador*, tesis de maestría. ENAH. México.

Martínez, Paulina y Roberto Mendoza

2010 *Voces y cuerpos. El consultorio terapéutico radial*, tesis de licenciatura. ENAH. México.

Moreno, Pamela

2020 *La era del ciberespacio: el don como mecanismo de reproducción en la red social Work Away*, tesis de licenciatura. ENAH. México.

Ogarrío, Jesús

2019 De la hiperculturalidad a la hiperterritorialidad. Defensores del territorio comcaac, cantos, tecnologías y nuevas luchas por la vida. *Cuicuilco Revista De Ciencias Antropológicas*, 75: 17-41.