

# Módulo 4

*Tema 4:*

## ***Cultura Hipermoderna y sus consecuencias***

Mtro. Víctor Manuel Chávez Huitrón

# Gilles Lipovetsky



## Libros:

- ✓ Los tiempos hipermodernos
- ✓ La era del vacío
- ✓ El imperio de lo efímero
- ✓ La felicidad paradójica
- ✓ El crepúsculo del deber
- ✓ Metamorfosis de la cultura liberal
- ✓ La cultura-mundo
- ✓ Gustar y emocionar
- ✓ La estetización del mundo
- ✓ De la ligereza

# Hipermodernidad: comienza en la década de 1970

Se refiere a prácticas consumistas centradas en la vida presente. “Lo mejor está por venir”.

Las subjetividades contemporáneas viven a ritmo acelerado, sufren a ritmo acelerado y buscan sacudirse ese sufrimiento antes, incluso, de sentirlo.

En oposición a esta tendencia escapista, Lipovetsky propone volver los ojos a la realidad concreta, es decir, al estudio de los fenómenos masivos y efímeros propios de la era contemporánea.

# CARACTERÍSTICAS DE LA HIPERMODERNIDAD

1. **Todos somos** átomos, individuos aislados, sumergidos en lo propio. Lo otro y los otros son ya una experiencia rara, inútil, poco gratificantes..., detestable. Lo social no importa.
2. **La felicidad** consiste en conseguir el mayor bienestar de forma inmediata y al menor costo posible.
3. **Todo fluye** como los líquidos. Nada es para siempre.
4. Todo es **comunicación** sin soporte en la realidad ni en las cosas.
5. Tiempo de la “**postverdad**”: Lo que importa en la comunicación no es la verdad de su contenido, sino que sea **emotiva**, capaz de mover a las masas.

# CARACTERÍSTICAS DE LA HIPERMODERNIDAD

6. El **internet** es el medio que conecta todo con todos. Se vuelve fin de la existencia humana.
7. Es el tiempo del **mayor consumo**, segundo a segundo, de **noticias** verdaderas y falsas, trascendentes o intrascendentes, importantes o insulsas, inteligentes y tontas, pero todas con fecha de caducidad específica: el segundo siguiente.
8. **Todo se ha vuelto digital.**
9. Todo lo digital es intangible, no tiene espacio ni tiempo.
10. Todo lo que no tiene espacio ni tiempo es... real, pero es una “no cosa”. Estamos en el reino de **las “no cosas”**.

Lo actual

# Zigmunt Bauman



## LIBROS:

- Vida de consumo
- Vidas desperdiciadas
- Generación líquida
- Modernidad líquida
- Amor líquido
- La globalización y sus consecuencias humanas
- Daños colaterales: desigualdades sociales

# Puntos clave de su análisis:

1. El mundo actual se caracteriza por su estado fluido y volátil. Es lo que denomina sociedad líquida. Ésta es una sociedad en la que la incertidumbre por la vertiginosa rapidez de los cambios ha debilitado los vínculos humanos: relaciones de consumo, desechables.

2. La modernidad líquida se caracteriza por ser una sociedad de consumidores individualizada y con escasas regulaciones.

3. Comunidad es una de esas palabras que producen una buena sensación: está bien “tener una comunidad”, “estar en comunidad”. La “comunidad” representa el tipo de mundo que anhelamos habitar pero al que, por desgracia, no podemos acceder.

# Frases clave de su análisis:

“Nos hallamos en una situación en la que, de modo constante, se nos incentiva y predispone a actuar de manera egocéntrica y materialista.”

“Todas las medidas emprendidas en nombre del «rescate de la economía» se convierten, como tocadas por una varita mágica, en medidas que sirven para enriquecer a los ricos y empobrecer a los pobres.”

“La vida social ya se ha transformado en una vida electrónica o cibervida.”

“Ahora nadie cree que el gobierno puede hacer nada”



Michel Sandel

Libro: ***La tiranía del mérito, ¿qué ha sido del bien común?***

## Puntos clave de su pensamiento:

- 1.** El ideal meritocrático destruye los vínculos de solidaridad y cooperación que una comunidad necesita para crear una vida en común.
- 2.** Invoca el altruismo, la generosidad y el espíritu cívico para introducir límites a los mercados globales porque a su juicio producen desigualdad, socavan la solidaridad y vacían la esfera pública.
- 3.** El ideal meritocrático viene especialmente del calvinismo, donde la salvación se consigue por los méritos de uno mismo y no porque Dios nos conceda esa gracia, como sucede en el catolicismo agustiniano
- 4.** La meritocracia es una forma de justificación de las desigualdades sociales cada vez más acentuadas.

# Rob Riemen

## LIBROS:

- Nobleza de espíritu.
- Para combatir esta era.
- La universidad de la vida.
- El arte de ser humanos.



## Puntos clave de su pensamiento:

- 1.** Hace falta retomar los valores de la tradición cultural europea para lograr salvarnos.
- 2.** La peligrosidad del momento actual consiste en el advenimiento de nuevas fuerzas de carácter fascista: los partidos que hasta la fecha han sido llamado “populistas.”
- 3.** En el fascismo no hay una idea detrás, y esa es la gran diferencia que hay con el marxismo. Sus características son que cuando la democracia se convierte en una democracia de masas, es decir, cuando ya no es tan cultivada, y ya no existen los valores espirituales sino que todo tiene que ver con una multitud que está encarcelada en sus distintos egoísmos, los demagogos campan por todas partes.

# Frases:

“Las redes sociales hacen a la gente mucho más estúpida. Es un hecho. Hay investigaciones científicas que hablan sobre los efectos neurológicos de haber estado constantemente distraídos por los móviles. La gente ya no se concentra, no se sienta a leer durante horas. Hemos perdido nuestra capacidad para escuchar. Entonces, ¿qué es lo que uno puede expresar en las redes sociales? Eslóganes.”

“Vivimos en un mundo capitalista que no está interesado en el pensamiento. La elite que está en el poder lo que quiere es que seamos estúpidos. Vivimos en el imperio de la estupidez.”

# Byung-Chul Han



## Libros:

- La sociedad de la transparencia
- La expulsión de lo distinto
- La salvación de lo bello
- Psicopolítica
- Capitalismo y pulsión de muerte
- Hiperculturalidad
- La sociedad del cansancio
- Caras de la muerte
- Muerte y alteridad
- La agonía del eros
- Tipología de la violencia
- La sociedad del trabajo y del rendimiento
- Ausencia
- Buen entretenimiento
- Infocracia
- No-cosas
- Vida contemplativa

# *REINO DE LA INFOCRACIA*

CRISIS DE LA DEMOCRACIA  
LIBERAL (NEOCAPITALISTA)  
EN TODO EL MUNDO

```
graph TD; A[CRISIS DE LA DEMOCRACIA LIBERAL (NEOCAPITALISTA) EN TODO EL MUNDO] --> B[FALTA DE RESULTADOS  
PARTIDO-CRACIA  
DESPRESTIGIO DE LA CLASE POLÍTICA  
PORTVERDAD]; B --> C[INCURSIÓN DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN  
Y SUS RESULTADOS EN LA ACCIÓN  
POLÍTICA];
```

FALTA DE RESULTADOS  
PARTIDO-CRACIA  
DESPRESTIGIO DE LA CLASE POLÍTICA  
PORTVERDAD

INCURSIÓN DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN  
Y SUS RESULTADOS EN LA ACCIÓN  
POLÍTICA

# Características de la Infocracia

- ✓ Infocracia = el poder de la información.
- ✓ Medio-cracia. Tele-cracia. Digital-cracia.
- ✓ Declive de juicio humano sobre los temas de la vida pública.
- ✓ La información está destinada a ser **escuchada, creída, adherida, seguida**, aunque sin vínculo con la realidad, aunque sin verdad.
- ✓ Es un movimiento 1000 % emotivo.
- ✓ La información que se difunde es irracional, ilógica, falsa, tergiversada..., pero eso no importa.
- ✓ Reino de las “noticias falsas” que generan “infodemia”.
- ✓ Las masas emotivas manipuladas dictan la política.
- ✓ La democracia se convierte en eterna contienda electoral (propaganda) y se olvida el ejercicio de gobierno con responsabilidad de resolver problemas.

# Características de la Infocracia

- ✓ En la infocracia el discurso político es una narrativa que se inventa y que se mantiene vía la confrontación: GUERRAS DE INFORMACIÓN sin posibilidad de “diálogo”.
- ✓ El sentido comunitario viene a menos.
- ✓ La acción inteligente viene a menos.
- ✓ El diálogo con los contrarios viene a menos.
- ✓ Todo rigor lógico y racional viene a menos.
- ✓ Todo mediano y largo plazo (propio de los llamados estadistas) en política viene a menos.
- ✓ Vence quien genere mejores narrativas.
- ✓ Vence políticamente quien maneje mejor los algoritmos digitales.
- ✓ Las nuevas generaciones se identifican con esta forma de hacer política, pues no conocieron otra.

# REINO DE “LAS NO COSAS”

- ✓ Desmaterialización del mundo actual: las cosas desaparecen.
- ✓ Debido al frenesí de la comunicación gracias a la era digital: somos infómanos.
- ✓ La información es hoy “deformativa”: no se distingue lo verdadero de lo falso.
- ✓ A más información más libertad: esa es la falsa creencia.
- ✓ Hoy habitamos la nube (internet).
- ✓ Los afectos y emociones dominan la información.
- ✓ La vida es pura incerteza y nada la hace estable.
- ✓ Lo digital nos deja miopes. Sabemos, sin conocer.
- ✓ Acumulamos *followers* sin hacer amigos ni vínculos.
- ✓ Estamos en el paso de la “era de las cosas” a las “no cosas”.

# REINO DE “LAS NO COSAS”

- ✓ La comunicación es interacción con infómatas.
- ✓ Las informaciones no hacen historia (narrativa).
- ✓ Pasamos del *homo faber* al *homo ludens*.
- ✓ Estamos en la era del *phono sapiens*: juega y disfruta.
- ✓ Sobran las ataduras a las cosas y a las personas.
- ✓ “Consumo-disfruto, luego existo”.
- ✓ Vivimos en el capitalismo de la información digital.
- ✓ Las relaciones humanas son mercancías con vínculos muy débiles.
- ✓ El smathphone nos domina. Google es el nuevo señor feudal que nos domina.
- ✓ Lo digital es la nueva droga y nadie dice ¡basta!
- ✓ Lo único que se busca es tener el nuevo phone.
- ✓ El otro a través del Smart phone no existe. Lo hago desaparecer, lo trato como cosa.

# REINO DE “LAS NO COSAS”

- ✓ En la *big data* todo es predecible.
- ✓ Vivimos en el tiempo de la “infosfera”: ¿Quién se siente interpelado por las cosas, por las personas?
- ✓ Todo lo que pasa por lo digital es desechable.
- ✓ La hipercomunicación profana del mundo, todos hablan y nadie escucha.
- ✓ Se requiere una romantización del mundo: rematerialización. Estamos perdidos en el ruido. Estamos confundidos y cansados.
- ✓ El mundo está empobrecido de relaciones, de vínculos.
- ✓ La depresión es manifestación de la enfermedad del mundo gracias a lo digital que desaparece las cosas.
- ✓ Volver a las cosas es lo que nos permite salvar lo humano.



Gracias

*Lic. Víctor Manuel Chávez Huitrón*