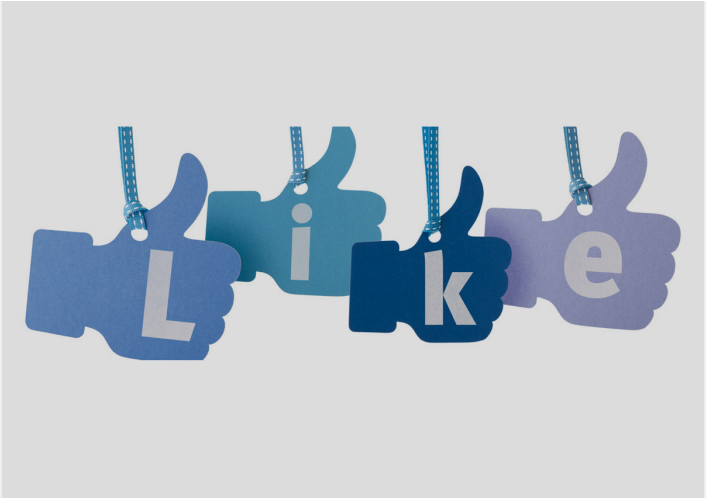
NARCISO CONFUNDIDO

Posted on 15 mayo, 2014 by Lauri García Dueñas



“Lo material no tiene de por sí sentido alguno; necesita de la mente y el sentimiento humanos para adquirir significado” sostiene el antropólogo y diseñador Fernando Martín Juez, lo que vendría a contraponerse con la idea de Berger y Luckmann de que la realidad es algo independiente a nuestra propia voluntad...

Categories: Ciencia, Literatura

Tags: Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, Narrativa

"Lo material no tiene de por sí sentido alguno; necesita de la mente y el sentimiento humanos para adquirir significado"

Sostiene el antropólogo y diseñador Fernando Martín Juez, lo que vendría a contraponerse con la idea de Berger y Luckmann de que la realidad es algo independiente a nuestra propia voluntad.

El sentido solo sucede cuando los seres humanos se lo otorgan a las cosas del *mundo*.

El sentido solo sucede cuando los seres humanos se lo otorgan a las cosas del *mundo*.

El historiador español Ricardo Ribera, radicado en El Salvador, no se cansaba de repetir en su cátedra que "la pretensión de objetividad no implica necesariamente neutralidad ideológica".

En su libro *Línea de sombra. El no sujeto de lo político*, Alberto Moreiras propone otro acercamiento a la subjetividad.

Traigo a colación todo lo anterior, para recalcar que la identidad y la realidad son conceptos que están siendo puestos en tela de juicio constantemente.

Si bien el facebook fue creada por el estadunidense Mark Zuckerberg en 2004, su popularización en el resto del planeta desde 2008 provocó que dichos conceptos de realidad e identidad, tan básicos para el conocimiento ontológico, dieran un giro radical y significativo.

En facebook el usuario 'sube' no solo fotografías de su vida cotidiana, estados de ánimo, contenidos y aplicaciones con los que se siente identificado sino que también puede 'ver' aquellos publicados por su red de 'amigos', personas que no siempre conoce o están cerca, emocional y geográficamente.

La posmodernidad cobró nuevos bríos. Lo que quedaba de la estructura ósea de la ya relativizada realidad quedó cuestionada hasta las cenizas.

Más paradigmas sociales continúan rompiéndose a diario con el uso y las gratificaciones que los usuarios le otorgan a facebook.

En los estudios de comunicación, ha quedado rebasada la teoría de la aguja hipodérmica que en los años sesenta sustentaba que los individuos eran meros receptáculos de los mensajes de los medios de comunicación, pero de dicha teoría se desprende la satanización que aún ahora se realiza de la televisión y también del facebook.

Los estudios de recepción han mostrado que los agentes expuestos a los medios de comunicación y al internet interpretan los mensajes dependiendo de su habitus: capital económico, escolar, social y cultural y yo agregaría: capital político.

Ni la tele te idiotiza con seguridad, ni el facebook es totalmente una ilusión.

Ni la tele te idiotiza con seguridad, ni el facebook es totalmente una ilusión.

El análisis de la relación entre los seres humanos, los medios de comunicación y las redes sociales pasa por las teorías de la recepción y la de los usos y gratificaciones. Al menos.

Hace poco me encontré diciendo a una amiga que se quejaba de unas fotos de su pareja en facebook con otras mujeres, que lo que ella "había visto ahí" no era "real".

Me detuve a analizar lo peligroso de mi afirmación. Claro que había realidad en lo que ella vio en

esas fotos, y aún más, como en el porno, había exceso de realidad: *hiperrealidad.*

"La obscenidad quema y consume su objeto. Visto muy de cerca, se ve lo que no se había visto nunca –su sexo, usted no lo ha visto nunca funcionar, ni tan de cerca, ni tan poco en general, afortunadamente para usted. Todo eso es demasiado real, demasiado cercano para ser verdad. Y eso es lo fascinante, el exceso de realidad, la hiperrealidad de la cosa. El único fantasma en juego en el porno (o en facebook), si es que hay uno, no es el del sexo, sino el de lo real, y su absorción, absorción en otra cosa distinta de lo real, en lo hiperreal. El voyeurismo del porno no es un voyeurismo sexual, sino un voyeurismo de la representación y su pérdida, un vértigo de pérdida de la escena y de irrupción de lo obsceno. La dimensión de lo real es abolida por el efecto de zoom anatómico, la distancia de la mirada deja paso a una representación instantánea y exacerbada: la del sexo en estado puro, despojada no sólo de toda seducción, sino incluso de la virtualidad de su imagen -sexo tan próximo que se confunde con su propia representación, fin del espacio perceptivo, que también es el de lo imaginario y el del fantasma- fin de la escena, fin de la ilusión" .

> *Esto que escribe Jean Baudrillard en De la seducción con respecto al porno describe el estado de hiperrealidad que algunos que utilizan facebook, incluyendo a mi amiga, perciben. Voyeurismo y exhibicionismo de la identidad, pues.*

Y no solo tiene que ver con el contenido que *los otros* publican o no, sino con su propia interpretación y percepción.

Es importante definir en este punto el concepto de percepción al que me adscribo.

Anthony Quinton, en su ensayo *El problema de la percepción,* reflexiona sobre la importancia del lenguaje y su actualización en el discurso para trasmitir las experiencias vividas por los agentes.

"En última instancia, *el problema de la percepción* es el de la relación del pensamiento o el lenguaje con el mundo" , señala.

Quinton repara en el papel de la experiencia para el estudio de la percepción, y como experiencia estaremos refiriéndonos a fenómenos de la vida cotidiana:

"En toda situación perceptiva, sabemos lo que al parecer sucede, pero ello no significa que de ordinario estemos en condición de poder describir nuestra experiencia. Puede ser cierto que sea posible decir que tenemos experiencias sensoriales en toda situación perceptiva (ellas son, sin duda, las causas de nuestras inclinaciones a creer), pero esto es un asunto totalmente distinto del tener conciencia de dichas experiencias, del reparar en ellas, del estar en condición de describirlas; y nada menos que esto es lo que puede implicar la afirmación de la teoría del dato-sensorial de que es nuestra experiencia lo que realmente percibimos" .

Mi hipótesis es que Narciso, nuestra identidad, lo que somos, lo que percibimos, nuestra

experiencia, vos, yo, nosotros, ellos, está confundido. Revuelto.

¿Dónde, en la actualidad, empieza y termina la realidad? ¿Es importante preguntarnos por lo *real*? Si Narciso se vio en el agua y nosotros en facebook, twitter, instagram, blogger, tumblr, pinterest, scoop, etc., ¿cómo se construye nuestra imagen e identidad? ¿Es tan diferente *lo que somos de lo que dejamos ver*? ¿Nuestra imagen en las redes sociales obedece a los paradigmas de consumo del sistema económico en el que vivimos?

Atisbos

Para iniciar esta discusión es importante apartar la moral o la satanización de una instancia como facebook.

No podemos adjudicarle juicios, cualidades o defectos *a priori* sino recordar que estos derivarán de los usos que los agentes otorguen a esta aplicación.

Hay que aclarar, también, que abrazo el concepto de Giddens de *agencia*:

"Esto presupone que ser un agente es ser capaz de desplegar (repetidamente, en el fluir de la vida diaria) un espectro de poderes causales, incluido el poder de influir sobre el desplegado por otros. Una acción nace de la aptitud del individuo para 'producir una diferencia' en un estado de cosas o curso de sucesos preexistentes. Un agente deja de ser tal si pierde la aptitud de 'producir una diferencia', o sea, de ejercer una clase de poder" .

Dónde inicia y termina la realidad es algo que está en constante negociación entre los agentes y sus prácticas cotidianas.

Dónde inicia y termina la realidad es algo que está en constante negociación entre los agentes y sus prácticas cotidianas. La ciencia social hasta ahora no ha podido dilucidar dicho límite mutable

Pero a mí juicio sí es importante preguntarnos por lo real. Y por supuesto no desde la moral sino desde el *ethos*. ¿A qué le otorgamos materialidad y realidad? ¿Qué es lo que nos importa del mundo?

El agente, como en un acto de curaduría, relata su realidad a los *otros* y lee el relato de los *otros* y lo incorpora o no a su percepción de la realidad.

Facebook dota a los agentes de la oportunidad de transmitir y recibir realidad dentro de otros parámetros que la materialidad antes del internet no proveía.

Por lo que se vuelve algo político preguntarnos por lo real, porque lo real ya no nos está dado *a priori*, sino que es una negociación constante entre agentes. Facebook como un laboratorio de realidad en ebullición.

Si antes la imagen y la identidad eran un proceso social más contenido, de un *tempo* más largo, construido a través de la vida en los procesos de socialización, ahora esos límites están sobrepasados, se brincaron la barda pues, hubo una explosión y los pedazos están regados. 'La escena del crimen' que cambió la forma en que se construye la identidad social está caliente.

Antes el espejo, la familia, los amigos, los compañeros. Ahora el *mundo* representado en cuatro *mil amigos*.

Facebook otorga la posibilidad de editorializar en tiempo real nuestra imagen e identidad, aún con la posibilidad de negarla y convertirnos en *Anonymous* o crear un *alter ego*.
Acá surge otra polémica: ¿Es tan diferente *lo que somos de lo que dejamos ver*?
¿Hasta qué punto la propia negación del *yo* no lo enaltece y lo devela?
¿Podemos creer en ese relato editorializado del *yo* que se presenta en los perfiles de facebook?
¿Nos estamos relatando a los otros como si fuésemos una película u otro producto cultural propio del sistema económico en el que vivimos?

En mi opinión, hay restos del yo en el relato presentado en facebook, las posibilidades se han multiplicado y logramos ser frente a los otros como realmente *deseamos ser*.

Claro, hasta que alguien interrumpe este estado de gracia y etiqueta al agente con el rostro desfigurado por el alcohol o aparece la novia *stalker* que pasa horas encontrando pistas en contra del novio que luce abrazado con otras en las fotos del facebook.
El kitsch, el patetismo y el gore encuentran un buen lugar en el facebook. También las filias de la identidad, el acoso y otros problemas sociales.

Algo así como la manzana de la discordia destinada a la más hermosa de las diosas griegas que terminó en despelote y pelea.

Pero el facebook, aún y su discordia, presenta la oportunidad de participar en un laboratorio de identidad y realidad y entrar en una profunda reflexión sobre el yo y su lugar en el mundo. C^2

Referencias:

Fernando Martín Juez, Contribuciones a una antropología del diseño, Gedisa 2002. P. 40.
Pierre Bordieu. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Madrid, Taurus, 1999, Primera edición, 1961.
Jean Baudrillard. De la seducción, Madrid, Cátedra, 1987.
G.J. Warnock (compilador), La filosofía de la percepción, Fondo de Cultura Económica, México, 1974. Primera edición 1967. P. 123.
ídem, P. 132.
Giddens, Anthony. La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración, Buenos Aires, Amorrortu editores 1995. Primera Edición 1984., P. 51.
Persona que con fruición espía a otra a través del Internet.