

Artículo

LOS FANTASMAS DE LA CONCIENCIA

Alfredo Velasco Núñez xcaolx@yahoo.es

Investigador en Historia Contemporánea y jurista.

Fecha de recepción-aceptación: 15/06/2011 - 14/09/2011

Resumen:

En la actualidad, el sujeto posmoderno, vive en un mundo de imágenes conformado por las pantallas de la infoesfera (Cine, Televisión, Internet) cuyo poder de espectacularización y de apariencia de realidad actúa como fantasmas de su conciencia. Estos fantasmas de su conciencia aterrorizan al sujeto posmoderno con el miedo a la muerte y la carencia sexual, como sustitutos del sentido de la vida, y otros imaginarios fuertemente manipulados por los emisores de lo que ve, mediante las particularidades de cada tipo de pantalla. El mundo tal como se ve por las imágenes irreales tiene unos efectos sobre el sujeto posmoderno que afectan su experiencia e identidad transformando su conducta por otras que lo alienan y lo ponen en grave estado de manipulación. Pero, mediante un análisis crítico de las imágenes puede preservar su libertad de conciencia.

Palabras Clave:

Infoesfera, Televisión, Internet, Cine, Imagen, Espectáculo, Conciencia, Sujeto posmoderno, Pantalla, Crítica.

Abstract:

The postmodern subject today lives in a world of images projected by infosphere screens (film, television, internet) whose power of spectacularization and the appearance of reality act as ghosts of their consciousness. These ghosts of consciousness terrorize the postmodern subject with the fear of death and the lack of sex, as substitutes for the sense of life, and other imaginary spheres strongly manipulated by the broadcasters of what is seen through the features of each type of screen. The world seen in the unreal images affects the experience and identify of the postmodern subject, transforming their conduct into another that alienates and manipulates them. Through a critical analysis of the images they can preserve their freedom of consciousness.

Resumo:

Nuntempe, la postmoderna subjekto vivas en mondo de bildoj laŭigita de la ekranoj de la infofero (Kino, Televido, Interreto) kies povo de spektakligo kaj de realŝajnigo agas kiel fantomoj de onia konscienco. Ĉi tiuj fantomoj de onia konscienco terurigas la postmodernan subjekton per la timo al la morto kaj la seksa manko, kiel anstataŭantoj de la senso de la vivo, kaj aliaj imagaroj forte manipolitaj fare de la elsendantoj de tio vidata, per la partikularaĵoj de ĉia tipo de ekrano. La mondo vidata laŭ la nerealaj bildoj havas efektojn sur la postmoderna subjekto kiuj tuŝas liajn sperton kaj identecon transformante lian konduton al aliaj kiuj lin aliigas kaj ili metas lin en grava stato de manipulado. Sed, per kritika analizo de la bildoj oni povas antaŭgardi lian konsciencan liberecon.

EL PODER DE LAS IMÁGENES

Vivimos inmersos en un “mundo de imágenes” que el fallecido Ramón Fernández Durán llamó la “Tercera Piel” (por contraposición a la primera o Madre Naturaleza y a la segunda o social)¹ que nos rodea e influye, la llamada infoesfera, compuesta por las pantallas del Cine, la Televisión e Internet. Esta profusión de imágenes excesivas, múltiples, complejas y distantes incardinan nuestra percepción del mundo. Y de tal manera es el poder de reproducción del mundo de las imágenes que creemos vivir como lo que vemos y esto supone una puerta abierta hacia nuestra alma de los que controlan los contenidos y la forma-imágen que están dispuestos a aprovecharlo para sus intereses. Desde que Guy Debord anunció la “sociedad del espectáculo”², ésta ha tomado una deriva determinada posmoderna que trataremos de caracterizar en algunos de sus elementos determinantes para reflexionar sobre algunos aspectos de la simulación irreal de la vida actual y la sociedad informe que dibuja mediante el consumo, la información de los acontecimientos del mundo real y el arte. El contexto fundamental es la pérdida de anclajes religiosos y emancipatorios del sujeto posmoderno y la propuesta de sustitución de la infoesfera es una navegación por el espacio-tiempo de la vida entre el exceso de sexo que cubre su carencia individual solitaria y la apreciación de la muerte que cubre su finitud y le impone el imperativo de la supervivencia no libre, como las dos caras de Jano y paradójicas de nuestro imaginario espectacular actual.

A lo largo de la historia de la Humanidad siempre se ha sabido del poder de las imágenes para afectar el alma, conciencia o espíritu del ser humano. El autor romano Horacio, en su “Ars Poetica”, ya advirtió sobre la eficacia emocional de las imágenes, de su capacidad turbadora, al escribir que “aquello que la mente percibe por los oídos le resulta menos estimulante que lo que le viene presentado a través de los ojos y de aquello que el espectador puede creer y ver por sí mismo”. En este punto, los filósofos escolásticos estuvieron de acuerdo con el autor pagano y llegarían a acuñar la expresión poco rigurosa de “motoricidad de las imágenes” para designar su capacidad inductora de conductas imitativas en quienes las contemplan³. Y el poder de todas las épocas utilizó esta cualidad de las imágenes para transformar las conductas de los seres humanos según sus intereses.

Pero el poder de las imágenes figurativas siempre ha nacido en las sociedades humanas de un compromiso inestable entre

lo perceptivo y lo simbólico, entre lo óptico y lo cultural. A la imagen le preexiste la visión y es la experiencia de la visión, elaborada por la imaginación, la que es modelizada por las tradiciones y convenciones culturales de cada contexto social. De tal forma que se aprende a mirar –a seleccionar e interpretar el campo de lo visible– antes de aprender a hablar. Es decir, lo sensorial precede biológicamente a lo conceptual. Los neurofisiólogos descubrieron que percibimos primero el color, luego la forma y finalmente el movimiento de los objetos, con intervalos que oscilan entre 0,5 y 80 milisegundos. Esta jerarquía temporal de los atributos visuales sugiere su diferente importancia informativa y su relevancia para la supervivencia del individuo. La comunicación visual, con su atención y percepción muy selectivas, es más rápida, compleja y sutil que el lenguaje hablado, porque ha evolucionado a lo largo de millones de años, asociada a las necesidades de la supervivencia, en contraste con el más reciente sistema verbal. De manera que el sentido de la vista, aunque orientado hacia percepciones concretas del mundo visible, posee capacidad de abstracción y generalización. Examinando diversos rostros elabora las categorías psicológicas de “alegría”, “tristeza” o “amenaza”, pero también detecta sutilmente las simulaciones que suponen la “falsa alegría” o la “falsa tristeza”. El hombre podía, incluso, pensar con imágenes, además de poder soñar con ellas, antes de poder pintarla⁴. Aquí trataremos, no del poder natural de las imágenes sobre el hombre sino de sus determinismos directamente culturales.

Einstein afirmó que la imaginación es más importante que el conocimiento y, en efecto, su teoría de la relatividad derivó de una escenificación mental en la que el físico se imaginó a sí mismo persiguiendo un rayo de luz. Y es también conocido el caso August Kekule, cuya imaginación visual le había permitido con anterioridad descubrir la estructura hexagonal del benceno, y el de James Watson, que por el mismo sistema descubrió en 1953 el modelo de doble hélice del ADN. Desde la fenomenología, Sartre concluiría en 1936 su libro “L'Imagination” escribiendo: “No hay ni puede haber imágenes “en” la conciencia. Sino que la imagen “es un cierto tipo de conciencia”. La imagen es un acto y no una cosa. La imagen es conciencia “de” algo⁵.

Otros conocimientos pertinentes al presente trabajo sobre el poder de las imágenes es que hay que considerar que toda imagen constituye un comentario (a veces implícito, a veces muy explícito) sobre lo representado en ella. Comentario significa aquí también, literalmente, punto de vista, por el emplaza-

1 La tercera piel. Sociedad de la imagen y conquista del alma (Fernández Durán, 2010).

2 La sociedad del espectáculo (Debord, 1967).

3 Patologías de la imagen (Gubern, 2004, 11).

4 Ibid (Gubern, 2004, 15-16).

5 Patologías de la imagen (Gubern, 2004, 19).



“L'Origine du monde” de Gustave Courbet.

miento óptico de quien la ha creado, pero también como punto de vista psicológico o moral sobre lo que se muestra en ella. Esta objetivación de la imagen, que la convierte en un juicio sobre lo representado en ella, ha autorizado a Jacques Aumont a referirse a un “punto de vista predicativo”. Por otro lado, hay que tener en cuenta que las imágenes muestran y ocultan a la vez, y en ocasiones lo ocultado o ausente es más significativo que lo presente. Pero la conclusión principal que interesa aquí es que en la medida en que toda imagen constituye un enunciado o propuesta, puede postularse legítimamente que no existen imágenes ideológicamente neutras⁶.

Otra consideración importante que nos lega la historia sobre el poder de las imágenes es que a pesar de que toda imagen no es más que una representación simbólica, su ruda materialidad física e inorgánica ha sido con mucha frecuencia investida por los hombres con un plus de sentido, con una energía vital y con una personalización que incluso ha trascendido a veces al plano sobrenatural o metafísico conformando el fenómeno llamado “culto a la imagen”⁷.

De lo hasta aquí dicho se puede resumir que las imágenes son un tipo de conciencia ideológica susceptible de consideración hiperreal (más real que la realidad misma) pudiendo emplearse intencionalmente por el poder, como así ha sido a lo largo de

la historia, como “fantasma de la conciencia” ajena, del tipo de recurso para la supervivencia, para aterrorizar a sus sometidos y lograr de éstos la conducta requerida.

Y en ciencia política, la anterior definición, se ha venido denominando “Propaganda” desde su desarrollo por los sistemas totalitarios del siglo XX. Con cinismo, Joseph Goebbels, al dirigirse en 1941 a la Sección de Cine de su Ministerio de Propaganda, declaró: “Realmente, el gran arte reside en educar sin revelar el propósito de la educación, de modo que se cumpla la función educativa sin que el sujeto de tal educación se de cuenta de que está siendo educado, lo que constituye en verdad la finalidad real de la propaganda. La mejor propaganda no es aquella que se revela abiertamente a sí misma: la mejor propaganda es la que trabaja de modo invisible, penetra la totalidad de la vida sin que el público tenga conocimiento de la iniciativa propagandística”⁸. Así el uso oculto o manifiesto de las imágenes por el poder siempre ha sido un uso propagandístico fantasmal o pseudoreal, la educación para la obediencia. Hoy en día sólo hemos de saber cómo se caracteriza esta educación que desde Debord llamamos espectacular.

LA FUNCIÓN ACTUAL DEL ESPECTÁCULO CINEMATOGRAFICO

Cada tipo de pantalla (Cine, TV, Internet) ofrece una determinada visión del mundo. Empecemos por el Cine, que es la fuente de imágenes más antigua y determinante. El cine construye una percepción del mundo, en un sentido más radical que todo arte, produciendo la realidad. El Cine pone delante nuestro propio mundo, que se ha vuelto una mezcla de realidad e imagen-cine, una realidad extracinematográfica vertida en el molde de lo imaginario cinematográfico. Produce sueño y realidad, una realidad remodelada por el espíritu de Cine, pero en modo alguno simplemente irreal. Si bien permite la evasión, también invita a retocar los perfiles del mundo. Ese Cine que durante mucho tiempo se consideró únicamente el lugar de lo irreal, hasta el punto de originar expresiones para indicarlo –“eso es Cine”, “no me cuentes películas”–, ese Cine cuya mágica fuerza para ilusionar ha hecho vivir a su público los sueños más inverosímiles, ese Cine resulta que ha forjado la mirada, las expectativas, las visiones del sujeto moderno y, más aún, ampliándolas, agrandándolas, expandiéndolas, las del sujeto posmoderno. El cine es hoy uno de los principales instrumentos de artificación del universo posmoderno. El proceso está en marcha desde que las estrellas iluminaron la pantalla

6 Ibid (Gubern, 2004, 36, 249).

7 Ibid(Gubern, 2004, 70).

8 Ibid(Gubern, 2004, 254).

con su belleza. Manteniéndose en la lejanía, inaccesible, estelar, la estrella de los tiempos modernos transformó conductas, evolucionó costumbres, engendró posturas. Esta cinematización se ha infiltrado un poco en todas partes y muchas esferas de la vida social han acabado imitando el universo-cine⁹.

Esta generalización del proceso de cinematización ejerce un cierto control de las conductas, empobreciendo la vida, hundiendo la razón, provocando una determinada pérdida de contacto con la realidad, formateando la cultura.

El estilo-cine ha invadido el mundo: hoy lo vemos ya sin mirarlo siquiera, dado que estamos modelados por él, sumergidos en imágenes que han partido de él y han vivificado las pantallas que nos rodean. Este espectáculo nos enajena y nos despoja de la “verdadera” vida. A pesar de lo cual, en la era de la todopantalla, nos la devuelve bajo un aspecto igual de interesante pero diferente, “cinematizada”, reconfigurada por la espectacularización venida de la pantalla. La vida misma es ya, en gran medida, “cinevida”. De un modo u otro, el Cine se ha colado en la vida concreta de los individuos, en su cotidianeidad. La vida acaba por imitar al Cine. Esta generalización del proceso de cinematización ejerce un cierto control de las conductas, empobreciendo la vida, hundiendo la razón, provocando una determinada pérdida de contacto con la realidad, formateando la cultura. Produce una estandarización de las mentes y los modos de vida, y empobrece el mundo estético e imaginario que cultiva la industria del espectáculo mutilando nuestra conciencia. Pero no estamos tanto en la época de la proletarización del consumidor y de la destrucción de la vida personal como en la época de la artificio general de los gustos y los modos de vida. Una nueva realidad de cinevida nos ha atomizado aún más, no alienándonos borreguilmente, sino atrofiando la socialidad por una vida virtual, no real. Cuando la pantalla se vuelve refugio, la vida se difumina en el señuelo de la experiencia delegada y en la tibia banalidad de lo ya formateado¹⁰. En conclusión, la cinevida ha debastado el espíritu propio y auténtico de las mayorías por una vida virtual a la que aspiran con modelos de conducta y pensamiento artificados.

⁹ La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna (Lipovetsky et alii, 2009, 320-321).

¹⁰ Ibid (Lipovetsky et alii, 2009, 325-326).

Pero pasemos a ver el contenido de las imágenes del Cine que han sustituido la concepción religiosa de la contemplación de Dios como la salvación y lo sublime valioso. Y nos encontramos con Eros y Thanatos omnipresentes. Las imágenes de lo sagrado las ha sustituido el Cine posmoderno laico por imágenes de sexo y muerte. La constituyente carencia del hombre, limitado por la muerte y exacerbado vitalmente por la pulsión sexual, recrea un imaginario laico e inmanente a la vida, en el que el sexo no tiene límites a su representación y la presencia de la muerte y su llegada por la violencia determina la supervivencia cómoda como único ejercicio del espíritu actual. Placer y huida del dolor son muletas para compensar todo interés trascendente, religioso o social. En el Cine posmoderno hay una temática de exploración de los límites para hacer de dique de la identidad líquida de la existencia actual en la que el fondo del sí mismo se encuentra vacío. El horror vacui del individuo posmoderno conjura su vida intrascendente y banal, cómoda, conjurando esta carencia de sentido de vivir por la búsqueda del exceso. La ley del espíritu, la incomodidad, se sustituye por el vértigo que produce la representación del horror. El horror suprime los límites de lo representable y constituye la trascendencia que, mediante el placer perverso en infringir el tabú da un cierto éxtasis en contemplarlo aplicado a otro, como una manera de superar el “miedo al miedo” y de inmunizarse contra el mal. La actual transparencia total que representan las imágenes se traduce en el cine en reflejar lo invisible: lo prohibido, lo tabú, lo políticamente incorrecto y lo moralmente sospechoso. Hay una “transparencia del mal”, como acuñó Baudrillard, aplicada a los referentes fuertes: sexo, violencia, muerte, lo siniestro, el horror. El Cine que aparece en los noventa rompe con los modelos narrativos e introduce rupturas simbólicas contra la racionalidad y la linealidad narrativa de la modernidad, es un cine de experiencia de los límites. El horror se ha incorporado a lo cotidiano, ha perdido su carácter extraordinario y desbordado el Cine de género. Este eros y thanatos de los imaginarios actuales lleva a la ambivalencia antireligiosa y antisocial del bien y del mal. El exceso hipervisibilizado está vinculado a la pérdida del sentido de lo sagrado. Se trata de experimentar los límites virtualmente como la aventura posmoderna tras la crisis de valores y principios. Se difuminan las fronteras simbólicas (orden/desorden), axiológicas (bien/mal), sociales (normal/anormal), perceptivas (placer/dolor), estéticas (bello/feo), naturales (humano/mostruoso), pulsiones vitales (eros/thanatos). Hay una búsqueda de trascendencia inmanente, que no proceda de una deidad sino que enraíce en el hombre, una espiritualidad despojada de toda religiosidad. También se explica la búsqueda del exceso como compensación frente a las nuevas formas de control social (seguimiento, sondeos, antici-

pación, proteccionismo del Estado). Se vive más de imágenes que de realidades, de proyecciones más que de representaciones. El Cine posmoderno permite proyectarse sobre experiencias extremas, en los límites, por la pérdida de lo sagrado y la búsqueda de una paradójica trascendencia inmanente como válvula de escape de una realidad de orden político omnipresente sin creencias en posibles emancipaciones ni, por lo tanto, sentido de una lucha política¹¹.

LA FUNCIÓN ESPECTACULAR DE LA TELEVISIÓN

Siguiendo con otro gran conjunto de pantallas, pasamos a analizar la TV en relación a otros fenómenos de la posmodernidad que conforman la visión del mundo que dota al sujeto actual. Los medios de comunicación (radio, prensa, TV...) son la institución eclesiástica correspondiente al clima moral de la época. Un ambiente descristianizado, desestructurado, informal, laicizado, sin perspectiva de emancipación política colectiva, pero donde es necesario creer en algo para olvidar las ocupaciones. En Occidente, esta creencia colectiva, minimalista pero que tiene valor de dogma consensual, se ha estabilizado en torno a los Derechos Humanos, la Democracia y lo Humanitario. Es la religión actual. Ninguna Civilización es viable sin una espiritualidad común, sin el mantenimiento y desarrollo de un mismo espíritu en las élites dirigentes. Y el aerópago mediático, la infoesfera, el nuevo poder espiritual está enteramente soldado y solidario con el nuevo poder temporal que es el del dinero. Este poder espiritual de la TV es el único que permanece funcional porque es el único que funciona ya que alcanza diariamente a todo el mundo, es transpartidos, transregiones, transparroquias y profesiones. Su credo mundial en derecho y mundializado de hecho es el sistema de Derechos Humanos/Mercado Libre. Este credo ecuménico aliado a los conglomerados de las grandes firmas mundiales, a las dos o tres agencias de prensa que subsisten, a los satélites de difusión directa y a la transmisión digital de datos, permite una cobertura, una calificación moral casi instantánea del acontecimiento a escala planetaria. Así se ha conformado una opinión pública mundial, debidamente formateada y encuadrada. Además, los intelectuales y humanitarios son mediadependientes económicamente abrazando el pensamiento del soporte de sus mensajes o dependiendo de las emociones mediáticas del momento y, a cambio, ofrecen a los medios conceptos y suplemento de alma y corazón¹².

Lo terrible del poder espiritual de la TV, y lo que convierte su influencia en auténticamente totalitaria, es que puede crear, y hacernos creer a poco que se lo proponga, sin temor a sanciones llegadas del exterior porque en la mundialización global y virtual, cada vez tiene menos de exterior. Ese poder espiritual es el primero en “hacer pleno”, es decir, en poder fusionar el juicio de hecho y el juicio de valor, porque opera en las fuentes sobre el propio hecho. La ideología de una época se define por lo que elige para adoptar como real. Pero el poder mediático tiene la alucinante posibilidad de construir lo real al mismo tiempo que lo interpreta, es decir, producir los hechos que inmediatamente pasa a juzgar. A decir verdad, el juicio moral o la opinión cultural es lo que va a elegir lo que conviene tener como real, día tras día, de entre el ruido de fondo ambiental. Así puede fundir la alucinación del medio y la percepción colectiva y hacer que sus alucinaciones sean verdaderas, objetivas y casi incuestionables. La persuasión se transforma, por medio de la imagen, en un apabullamiento que nos deja estupefactos, estúpidos, sin voz, sin respuesta ni discusión posible. La pregunta es: “¿Cómo discutir lo que no existe?”¹³.

Sin embargo, veamos ahora el contenido de este poder espiritual en la TV tal como ella es en los últimos años. Gérard Imbert afirma que vivimos en una sociedad “accidentada”, de acciones y de relatos precipitados, de informaciones que se suceden a una velocidad vertiginosa, de hechos impactantes. Vivimos continuamente solicitados (por el Estado, por los medios de comunicación, por el mail, por el móvil) y obligados a responder con urgencia a la demanda (la demanda social, la del otro, la propia: el corresponder a la imagen). Accidental es el régimen informativo pero también los ritmos de vida, en una alerta sostenida, sin poder bajar la guardia con inestabilidad emocional. El accidente es algo difuso que nos crea una visión insegura que sobrepasa los miedos sociales, enraíza en nuevos imaginarios y refleja una realidad emergente. Lo accidental supone que el tiempo de la realidad prevalece sobre el tiempo de la historia y que el tiempo inmediato prevalece sobre el tiempo de la representación y la estabilidad de los valores ideológicos y axiológicos fijos cede ante la inestabilidad de los estilos de vida, la liquidez de las relaciones y el carácter efímero de las modas y de los “looks”. Tras el accidente está la catástrofe –su prolongación imaginaria– introduciendo el máximo desorden y replanteando el presente. El imaginario de miedo que crea el accidente es el del fin, que esto acabe. Es un sueño antedemiúrgico: el intento de contrarrestar la fuerza del destino, el peso del determinismo y la linealidad del tiempo. El accidente funciona como “milagro

11 La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites (Imbert, 2010, 177-215).

12 La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica (Ramonet et ali, 2002, 164-167).

13 La post-televisión (Ramonet, 2002, 171-173).



Foto de la boda de Francisco Franco en octubre de 1923 y su versión retocada por el dibujante de "Soldado Invicto" (Ed. Rollán, 1969), para hacerle tan alto como su esposa.

al revés”, un milagro laico, un revelador de los fantasmas colectivos, un catalizador de emociones. Revela el imaginario de una sociedad opulenta, no sólo de bienes materiales, sino de relatos y representaciones, una sociedad propensa a estremecerse con el espectáculo de sí misma¹⁴.

En una época de desafección política hay un retorno y metamorfosis de lo social vivido en forma de pánico o de emociones. Hay una tiranía de las emociones, una hipervisibilidad y transparencia que ya no se aplica a lo público sino a lo privado: la opinión pública cede ante la emoción pública fomentada por el directo. Estas emociones pueden ser positivas o negativas pero las proyecciones emotivas pueden responder con miedos colectivos que son administrados por los líderes políticos estilo Berlusconi o Sarkozy. Este emotivismo desligado de la responsabilidad colectiva fragiliza el sujeto, lo deprime, ya que su vitalidad no está estabilizada sino que necesita estar afianzado sin parar. Al no haber una instancia ideal su vitalidad depende de las circunstancias y su soporte del yo es la referencia objetual. El sujeto posmoderno es una forma a veces vacía que se llena de las imágenes que le reenvía la pantalla mediática y se alimenta de las emociones ajenas. Esto es, un sujeto eminentemente manipulable y manipulado¹⁵.

Por otro lado, el régimen informativo es epidémico (una información despierta otra), es de orden viral, funciona por contaminación (nadie escapa a la información). La circulación de información es de flujo continuo con sus focos multiplicados y la autoría diluida. Se crean sociabilidades espectrales en torno a

lo escandaloso. Hay un imperialismo de la actualidad que no deja madurar ideológicamente y hace perder el pasado y el futuro. El presentismo conlleva un nuevo hedonismo que se complace en el presente por miedo al fin. Hay pequeños relatos que paliar la decadencia de los grandes discursos públicos en busca de una trascendencia perdida. Frente a la decadencia del futuro, el hombre actual se refugia en el consumo, una relación efímera con el objeto. La publicidad ha hecho pasar de un capitalismo de producción (que incluía una idea de meta colectiva) a un capitalismo de consumo (que es la suma de pequeños deseos individuales) y de espectacularización del goce. La novedad es más valiosa que lo perdurable creando una sociedad de desechos incluso en la producción de bienes simbólicos (representaciones, discursos e imágenes). Por otro lado, las relaciones sociales son cada vez más imaginarias y espectacularizadas creando una nueva soledad con un otro cada vez más ficticio. Es como si la condición necesaria del sentir y de la pasión fuera su espectacularización¹⁶.

Como el sistema de valores actual no es estable las referencias ideológicas y morales han decaído y desaparecido haciendo, como consecuencia, que las identidades sean inestables. Al no haber un enunciador colectivo creíble cada uno se monta su propio sistema de valor y construye su identidad a su medida. La estabilidad como fijación irreversible de las identidades deja paso a la “deriva” ahistórica y discontinua con lo que trae consigo de duda, de incertidumbre, pero también de afán exploratorio. Más que identidad hay identificaciones que resuenan en la infoesfera, propicias a la evasión del rol social real y a las proyecciones fantasiosas y ensoñadoras. Las proyecciones funcionan como fantasmas, pulsiones no forzosamente propias pero despiertan una alteridad que le interpela, se enraíza en el inconsciente colectivo y conecta con el “espíritu del tiempo”. Este conjunto informe, son los imaginarios, todo lo que cabe en la ficción y no en el discurso público. Son representaciones flotantes, más o menos conscientes, que condicionan la aprehensión de la realidad e inciden en la formación del individuo. La identificación, que es momentánea, inestable y reversible es más importante que la identidad, y es más asumible porque no compromete a cada uno en profundidad y uno se puede identificar con otros que no es o que son contrarios y también con objetos negativos (violencia, muerte, horror). Y la sociedad de las identificaciones se ha vuelto estética, sentimental y sensorial. Esta mutación de las identidades, proyectada en representaciones mediáticas, reflejada en estéticas y nuevos modos de sentir, no es un fenómeno aislado sino que traduce un cambio de paradigmas en todos los ámbitos, es decir, una crisis de la

¹⁴ La sociedad informe (Imbert, 2010, 31-37).

¹⁵ Ibid (Imbert, 2010, 38-42).

¹⁶ La sociedad informe (Imbert, 2010, 42-46).

centralidad, que hoy está en el corazón de muchos dispositivos simbólicos y mediáticos¹⁷.

La “crisis de la centralidad”, explica Imbert, es la crisis de los grandes sistemas de valores heredados de la modernidad ideológicos, axiológicos, estéticos, éticos y simbólicos. Esta crisis también lo es de los aparatos de mediación que se desplazan desde las instancias tradicionales (familia, escuela) hacia nuevas formas de transmisión (los mass media, entre otros). Y, en el orden de la adhesión a los sistemas de valor, la convicción (aplicada a lo que se dice y se publica en los medios) ha sustituido a la creencia (la fe en los dogmas, ya sean ideológicos o ya sean religiosos). Perdido el centro el hombre está sin gravedad y liviano en sentido moral, despreocupado, enajenado (poseído por la imagen que le reenvía el otro). El sujeto posmoderno es espectral, rodeado de imágenes y representaciones virtuales, multifacético, que se desenvuelve en un universo organizado en facetas, interfaces. Un sujeto fantasmal que existe como máscara, que se desdobra, se multiplica: mutante, envuelto en ecos y resonancias, disperso y abierto a la diversidad ajena, incluso inconscientemente¹⁸.

La norma es el exceso, que, por definición, es, paradójicamente, anormativo, se desenvuelve en el sobrepasar los límites.

La actual hipervisibilidad es un régimen que privilegia la mostración sobre la representación. Se relaciona con la pérdida de sentido de lo sagrado y su metamorfosis en formas de vida profanas de goce en torno al sexo o a la muerte. El sujeto posmoderno es consumidor de bienes simbólicos (imágenes, relatos, símbolos, emblemas). Y hay hipervisibilidad, es decir, saturación signíca, sobrepaja representacional. Se ha pasado al signo proyección fantasmática, generador de identificaciones imaginarias, donde se identifica con imágenes de si mismo y del mundo más que con realidades. Son simulacros y espectros donde uno se puede identificar con otros varios, donde se ha roto la dependencia entre el modelo y su copia y alterado la transmisión de las identidades. Se ve más en el otro que en el propio interior, se proyecta más en las imágenes del mundo que en las del propio lugar, no hay tiempo para la introspección porque el tiempo que manda es el de lo efímero, de la incesante

mutación de todo. La velocidad y movilidad prevalece sobre la profundidad y lo estático. Los espejos actuales son los medios y, éstos, son todo menos una reproducción fiel de la realidad. Los medios son más pantalla que escenarios, cumplen una función fantasmática (de proyección de los imaginarios) y son obscenos (superan la capacidad de visibilidad pública). Sabemos cada vez menos distinguir entre el original y la copia, entre la vida y la muerte, o entre lo viviente y lo artificial¹⁹.

Actualmente los mass media imponen la exigencia de la hipervisibilidad, la transparencia y la obligación de exhibirse. La exhibición o presentación responde a un sujeto posmoderno que no tolera la carencia, no se satisface ni siquiera con lo que tiene en la cultura del exceso. La norma es el exceso, que, por definición, es, paradójicamente, anormativo, se desenvuelve en el sobrepasar los límites. Los sistemas simbólicos ya no son operativos, ya no cumplen su función de interpretación, ya no colman el vacío, y son las construcciones imaginarias las que se hacen cargo de aportar nuevos relatos proliferando entre la realidad y la ficción. Ante la pérdida de sentido de lo real, el sujeto se refugia en lo imaginario y, por defecto del lenguaje, convierte la realidad en imágenes de la realidad. Al exceso de lo simbólico en la modernidad, donde todo estaba representado, donde el discurso imponía su orden y el lenguaje su hegemonía, responde el exceso de imaginario de la posmodernidad, un régimen de visibilidad en que la imagen domina sobre el habla. Se está pasando de un mundo alfabetizado a otro icónico. Imágenes e imaginarios van parejos y crean imaginerías, nuevas configuraciones icónicas mediante las cuales nos reconocemos en el otro, por muy distante o diferente que sea. La hipervisibilidad también es la transformación del sujeto en icono, su consagración como objeto de cambio en el mercado de la visibilidad social y en la carrera hacia la notoriedad. Relevante es el que adquiere visibilidad, no por su mérito al actuar sino por la manera de hacerlo, por la capacidad de utilizar el medio²⁰.

El ver deviene fuente de saber y rivaliza con el conocimiento derivado del estudio teórico, la imagen artificial, simulada, ayuda a la comprensión de los fenómenos naturales. Lo virtual compite con lo real y, hasta cierto punto, se puede prescindir del referente objetivo. Es la puerta abierta a los imaginarios, a la captación de lo humano a través de la proyección, de la simulación. La posibilidad de manipulación es fragorosa por parte de los emisores²¹.

17 Ibid (Imbert, 2010, 63-70).

18 Ibid (Imbert, 2010, 70-76).

19 La sociedad informe (Imbert, 2010, 76-80).

20 Ibid (Imbert, 2010, 87-90).

21 Ibid (Imbert, 2010, 80-85).

El sujeto posmoderno sufre un vacío interior vinculado a su finitud gracias a la muerte y otro vacío externo, relacionado con la condición social del hombre, la soledad de la urbe derivada de la masificación y el anonimato, la decadencia de las redes espontáneas de solidaridad, la falta de proyectos políticos creíbles, el fin de las grandes utopías históricas... El vacío choca con el exceso, que no hace más que acentuarlo: la profusión material de objetos en la que vivimos, la aceleración de los ritmos, que no deja tiempo para “ser si mismo”, la necesidad de corresponder siempre a una imagen, de responder a los retos del fuera, la violencia del mundo y sus constantes representaciones, la saturación de informaciones, conocimientos, la necesidad de estar al tanto, las modas y los looks que cambian continuamente. Todo ello conduce a sentir el entorno como presión y al aflojamiento de los vínculos sociales en que todos vivimos en burbujas. Hay actualmente una soledad social, una sensación de vacío que emana de la propia organización social y que explica la multiplicación de redes informales a través de internet y la huída hacia otros mundos, reales, artificiales e imaginarios. Se dibuja así un imaginario de la desaparición, que responde a un deseo de ausencia o de espectralidad, un ausentarse de lo social. Más que una búsqueda de una utopía, se trata ahora de alcanzar un no lugar que se puede confundir con la nada, puede ser una desaparición social, la suspensión de todo vínculo, un juego eufemístico con la muerte (la muerte social), para resurgir otro o nadie, o morir en el intento²².

Hay una búsqueda de algo originario, que la exploración de los límites sirva para devolver al individuo a algo perdido, esencial, porque los orígenes se han diluido, porque se ha roto la continuidad histórica y vivimos bajo el yugo del presente, en estado de supervivencia permanente. El tema de la supervivencia individual o colectiva está muy enraizado en el imaginario actual. Y se sobrevive cuando se ha perdido el contacto con el antes, cuando no hay futuro y uno tiene que enfrentarse al presente como fuente de peligro. Las experiencias de supervivencia son también tentativas de conjurar el miedo al futuro mimando la catástrofe, es decir, anticipándose a ella y controlándola. Es otra forma de volver al origen después de explorar los límites, de volver a la vida después de jugar con el riesgo y torear el miedo, de volver a a ser sí mismo después de enfrentarse con el gran Otro que es la muerte. Manera de reanclarse en el mundo, de reactivar el sentido, estas conductas parten a menudo de una sensación de desconexión con lo social, de vacío interior, de desmotivación, ausencia, un sentimiento difuso que es la respuesta a la pérdida de sentido de la vida social²³.

22 Ibid (Imbert, 2010, 117-129).

23 La sociedad informe (Imbert, 2010, 133-135).

Hoy la autoridad –la legitimidad para intervenir en el debate público– es icónica y no se deriva tanto de la experiencia, de la adquisición de una competencia, sino que es fruto de la notoriedad, derivada de la capacidad performativa del sujeto: su habilidad para construirse una imagen pública, para lucirse en los medios, para crear una red de influencia. Cuando la fama es tan fulminante, valores como el esfuerzo, la disciplina, los objetivos a largo plazo ceden ante la notoriedad inmediata, el reconocimiento por la imagen: son iconos, puras representaciones dentro del espectáculo generalizado. Los fines se difuminan, prima lo inmediato, la relación puntual y efímera con el otro. Se diluye la idea de compromiso político o de proyecto de cambio y también con el otro. La liquidez afecta a los objetos, a los valores y a las personas. Este descompromiso traduce una crisis

Las experiencias de supervivencia son también tentativas de conjurar el miedo al futuro mimando la catástrofe, es decir, anticipándose a ella y controlándola.

de los fines, vinculada con la pérdida del sentido de la totalidad (el interés general) y de la continuidad (el esfuerzo continuado), trae consigo un corte entre el individuo y lo social y un replanteamiento de los límites entre categorías. Esta crisis de los fines se manifiesta como la dificultad para proyectarse en algo trascendente ya sea cosmogónico, religioso, político o incluso científico, social, de los modelos socioculturales, de las grandes representaciones simbólicas del mundo (con una mirada entre holística y fragmentada que se traduce en el ámbito existencial en el hedonismo, la ocasión tomada al vuelo, sin fines lejanos, estableciendo una relación de goce, de tipo consumista de valor de uso, de “usar y tirar”, de satisfacción inmediata). Todo ello hace que los fines ya no estén tan claros y sean complejos o que se de la preferencia a los fines inmediatos sobre los lejanos. Sexo, violencia o muerte son objetos que saturan la representación actual, que se han incorporado al discurso en sus manifestaciones más extremas y se han desvinculado de los grandes sistemas simbólicos, son puras imágenes sin profundidad. Ya no hay objetos ni reverenciales ni repelentes porque ya no hay límites a su representación/reproducción (anulando lo segundo el valor de lo primero). La hipervisibilidad se deriva de la decadencia de los sistemas centrales –etnocéntricos, logocéntricos, ideocéntricos, egocéntricos– y facilita la disolución del yo (pensante y hablante) que ya no puede apoyarse en modelos. Abre a la experiencia de lo otro, con todas las derivas que entraña, en



La eliminación del jefe de policía Nizolitiv Ezhov, caído en desgracia, de la compañía de Stalin.

particular hacia los extremos, el exceso. Es como si se hubiera invertido el orden jerárquico de la escala de valores: lo negativo, lo excéntrico, lo perverso, lo obsceno prevalecen sobre lo normativo. Es como si a la obscenidad mediática —a la sobrecundancia de imágenes— respondiera una obscenidad narrativa, la multiplicación de personajes fuera de lugar. Lo que asusta objetivamente no es tanto el objeto sino que no haya límites para llegar a él. Hoy todo es asequible, a la vista y al consumo, por lo menos en representación, porque nada está delimitado, ni los saberes ni los sistemas de valores²⁴.

En la TV la proyección (el identificarse con realidades simuladas, virtuales) predomina sobre la representación (la reproducción fiel de la realidad), lo mimético cede ante el transformismo, lo realístico deja paso a lo imaginario. Este cambio de actitud afecta a la veracidad misma de lo representado y a la credibilidad del discurso público. Esta tendencia a aceptar y preferir el simulacro antes que lo veraz y contrastado procede

de la decadencia de los grandes relatos (ideologías y discurso público) y con ellos, de la idea de dogma, de verdad revelada; de la menor credibilidad de los medios y la clase política; de la multiplicación de discursos contradictorios; del surgimiento de discursos sin autoría, de veracidad sospechosa, pero que se toman como veraces; de la espectacularización de todo con su tendencia a la deformación, al exceso, a la inflación de formas y su inclinación hacia la barroquización de las representaciones; de un cierto escapismo, una demanda de evasión plasmada menos en mundos imaginados y más en mundos imaginarios. De todo ello se deriva el carácter a menudo informe de la realidad proyectada en los medios. La televisión es propicia, por ser informe, a la creación de mundos, mundos espectaculares, utópicos pero creíbles, aunque sea dentro de una pura convención imaginaria, porosa, abierta tanto a la realidad como a lo imaginario, con unas reglas que emanan del propio medio, a espaldas de la lógica social. La televisión ilustra el cambio en cuanto al estatus mismo de la realidad en el imaginario posmoderno, como algo que ha perdido su estabilidad, ya no es del todo creíble, pero con lo que se identifica el sujeto, por su porosidad, por lo que permite de proyecciones imaginarias, de cambio de roles, por la posibilidad que ofrece de moverse por otros mundos (viajar, derivar, navegar...) ²⁵.

En la televisión hoy domina lo espectacular, una categoría transversal que atraviesa todo su discurso, condiciona su oferta de realidad y distorsiona nuestra percepción de ella. Así, diluye la función referencial —de reproducción del mundo—, y convierte el medio en espacio de simulacro, de producción de realidad. La televisión deja de ser “ventana al mundo”, esto es espejo del mundo, para convertirse en espejo del sujeto. Lo espectacular se traduce en un ensanchamiento del campo de lo público que lleva pareja la desaparición de la estanqueidad entre lo público y lo privado. Como consecuencia, se espectaculariza lo privado mediante la exhibición de la intimidad que invade el espacio de lo público y contamina el discurso informativo: impone una “extimidad” híbrida que traspasa las fronteras entre lo público y lo privado. A esta espectacularización se añade la disolución de las grandes funciones informativa, recreativa y formativa. Al no poder construirse como discurso, la televisión ofrece un discurso informe: abierto, que privilegia el ver sobre el saber y basado en una exacerbación del ver, una mirada analítica de lo vivencial²⁶.

²⁴ Ibid (Imbert, 2010, 138-141).

²⁵ La sociedad informe (Imbert, 2010, 143-145).

²⁶ Ibid (Imbert, 2010, 145-152).



El hombre y el cordero en "De humana physiognomía" (1586), de Giambattista della Porta.

La hipervisibilidad de la telerealidad traduce un intento de volver a lo real bruto, como un intento de reincorporar realidad en un medio que la está perdiendo, porque se está licuando. Pero sólo se puede recrear en lo real espectacularizado, reconstruido por el medio, engendrado por y en el medio: una realidad bajo control que es una forma de hiperrealidad, el simulacro. Y esto porque lo real, como experiencia no mediada, vivencia directa, ha desaparecido de la vida social donde todo está planificado, controlado por las instancias sociales pero también mediado/mediatizado por las representaciones que ofrecen los medios. La televisión actúa como reflejo —espectacularizado, lúdico y, a veces, deformado— del sujeto social: fragmentado entre la hiperseguridad y el cuestionamiento permanente; constantemente puesto a prueba, que tiene que exponerse a la mirada del otro, sacrificar su propia imagen; dividido entre lo eufórico y lo disfórico, el sentir positivo (la empatía) y el sentir negativo (la repulsión)²⁷.

En la televisión todo vale, hasta lo más infame, porque es un universo profundamente ambivalente: por una parte virtual, un espacio de proyección fantasmática más que de representación referencial, que fascina por permitir lo que en la vida real es impensable; pero, por otra parte, construye un universo que tiene consecuencias reales en la medida en que crea sus pequeños héroes, conforma modelos de comportamiento dentro del público —en particular adolescente— y fomenta la identificación social. La virtualización de las acciones por la televisión, su irrealización, puede conducir al sujeto a ignorar las consecuencias de sus actos y a no ver o sentir el dolor ajeno, desmoralizándolo. Además, la televisión, es un sistema de representación

tan potente que llega a sobrepasar el poder de otros sistemas como la ciencia, imponiendo un modelo de comportamiento y puede conducir al individuo a actuar en contra de sus valores ideológicos o simplemente humanitarios. La telerealidad, con sus estrategias de dominación/manipulación, fagocita el individuo y su libre albedrío, por la credibilidad que ofrece, la ilusión de realidad que crea y el simulacro de relaciones que permite. Impone un modelo de comportamiento, consagra una realidad en la que el sujeto se ausenta de sí mismo para desenvolverse en una liquidez total, al margen de los valores. El potencial del medio es tal que impone su realidad sobre la voluntad de los sujetos²⁸.

LA FUNCIÓN ESPECTACULAR DE LA INFORMÁTICA

Finalmente, y pasando ya al otro gran conjunto de pantallas, las informáticas e Internet, éstas nacieron y comenzaron a desarrollarse como un elemento científico-técnico y, al mismo tiempo, de orden imaginario: una criatura a la vez hombre y dios. La informática es profundamente ambivalente pues, por una parte, se supone que responde al hombre pero, por otra, puede escapar a su poder y cobrar una cierta autonomía sin por ello tener voluntad propia (rasgo genuinamente humano). Aparece entonces como algo que nos sobrepasa. Es un sueño metafísico paradójicamente anclado en la técnica, el hallazgo de una trascendencia inmanente, enraizada en lo humano pero que remite a otra dimensión. Ese "algo" mítico es lo que une y reúne en torno al sueño en que se basa la informática. La ilusión informática es la creencia en que, con el ordenador, se puede llegar a una nueva forma de dominación del mundo. La informática surgió de la idea de que el hombre es incompleto e imperfecto y necesitado de una prolongación técnica, porque es un animal comunicativo, que se inmortaliza en los flujos informativos, y eso lo hace permanecer más allá de la muerte. Se establece un "diálogo" entre el hombre y la máquina, transformándose ésta en el otro del hombre. El sueño informático es demiúrgico, rivalizar con Dios poniendo la máquina al servicio del hombre²⁹.

Y el viejo sueño dialógico —el diálogo con la máquina— que reactiva la comunicación vía Internet se vuelca en el otro, en la multiplicidad de otros que genera la red. Este sueño surge de una carencia social —de comunicación horizontal, de fallo de las mediaciones—, de un fuerte sentimiento de soledad, entre

²⁷ Ibid (Imbertr, 2010, 158-167).

²⁸ La sociedad informe (Imbert, 2010, 169-175).

²⁹ Ibid (Imbert, 2010, 225-228).

existencial y social, y de una demanda de otra forma de comunicación, inmediata, basada en la transparencia, en la ausencia de límites, de trabas a la comunicación y al deseo, al deseo no tanto del otro —a menudo reducido a espectador pasivo del narcisismo de uno— como al deseo de comunidad, de crear vínculo, pero un vínculo al margen de la estructura social y de las constricciones de los códigos dominantes. La comunidad informática no lo es de pensamiento sino de sentir, de afinidades, de proyecciones, de identificaciones más que de identidad. Internet posee la capacidad de activar la identificación sensible a través del simple intercambio visual pudiendo crear fijaciones muy fuertes acelerando los procesos afectivos. Y, a la vez, la web fomenta la capacidad de fantasear. Aquí se ve un desplazamiento del compromiso de lo social hacia lo personal, desde la intervención en el mundo hacia un modo de intervención imaginario, desde lo racional hacia una virtualización de la relación con el mundo, con un cuestionamiento de lo racional incluso, desde los fines hacia el medio. Pero si está desvinculado de la realidad, este desplazamiento marca también un retorno de lo real, por ejemplo de todo cuanto tiene relación con los referentes fuertes: sexo, violencia, muerte. Hoy la tribu informática se ha generalizado, se ha convertido en una constelación de tribus diversificadas según aficiones y fijaciones más o menos obsesivas. Todo ello configura una macrocomunidad que no comparte espacio físico ni social, maleable e híbrida e informe (que carece de formas estables)³⁰.

las redes sociales se debaten entre el cuerpo invisible —el de la escritura— y el cuerpo hipervisible —el de la exhibición, del disfraz, de la transformación—, entre el anonimato y la máscara.

La mirada informática es profundamente inestable y a menudo cruel que se explaya en las fallas que hay en la realidad, en los tropiezos que se dan en el cumplimiento del rol social. La puesta en imagen informática frivoliza lo social-público como realidad creando un efecto perverso que acerca excesivamente a lo anecdótico hasta alejarnos de los fines, de toda reflexión sobre los fines. La infracción constante de los límites —del ver, del hacer y del sentir— borra los límites mismos. You Tube es una formidable máquina de destrozar la actualidad, no sólo de fragmentarla sino también de desementizarla, de anular su sentido.

³⁰ Ibid (Imbert, 2010, 231-235).

Entonces se puede ver todo y colgar cualquier cosa, como si no afectara a la identidad del sujeto, a su imagen pública, y a los valores que imperan dentro del sistema social que quedan como anulados: uno se está proyectando como imagen, se transforma en icono. Es como si la realidad virtual del medio suspendiera todas las reglas sociales e incluso morales, como si la realidad se quedara en suspenso³¹.

Por otro lado, las redes sociales se debaten entre el cuerpo invisible —el de la escritura— y el cuerpo hipervisible —el de la exhibición, del disfraz, de la transformación—, entre el anonimato y la máscara. En este juego con los límites —de la identidad, de la subjetividad y de la mostración— el yo se erige en un género en sí mismo, limitado al potencial del instante, a la proyección del momento, dentro de una caricatura de la actualidad, transformada en una actualización constante del sujeto (el estar siempre conectado, al tanto de la última, al acecho del chiste gracioso o de la curiosidad bárbara), en un mundo virtual, por naturaleza sin límites, una historia sin principio ni fin, en un espacio utópico, en todas partes y en ninguna a la vez. El yo, entonces, se puede sobreexponer, al amparo del anonimato, lo que no deja de propiciar un sentimiento de impunidad. Por eso, todo se puede decir y mostrar, el ver está literalmente desregulado (sin límites) y legalmente sin reglas (sin una normativa global); tanto la autoría como la expresión del yo se diluyen y los secretos que ahí se comparten son secretos a voces, amplificados y anulados en cuanto tales por la serialización de que son objeto. Internet como lugar en el que se pierde, literal y simbólicamente, el sujeto³².

LA FUNCIÓN DE LA INFOESFERA

Concluyendo lo dicho sobre la infoesfera y el sujeto posmoderno éste carece de referencias, de un vínculo fuerte con un Otro, correlativo de un compromiso propio. Y esto es así por la crisis de las estructuras que delimitaban la conducta del sujeto que vive en el goce puro, en busca de la satisfacción inmediata, víctima de su propio goce. La deriva por las imágenes permite la exploración de nuevas fronteras (las simbólicas): salirse del tiempo asignado, navegar en sus propios territorios imaginarios, jugar con las identidades posibles, inventarse vidas múltiples, crearse sus ficciones y sus personalidades a medida. Más allá de la necesidad de evasión, se vislumbra aquí una figura turbia, de índole especular, cercana al desdoblamiento, un modo virtual o espectral de existir, una capacidad de vivir en mundos paralelos que, sin duda, es la expresión de un profundo malestar,

³¹ La sociedad informe (Imbert, 2010, 239-241).

³² Ibid (Imbert, 2010, 243-244).

pero no experimentado de manera trágica, sino dentro de una compatibilidad de modelos de realidad. Este malestar procede tanto de una dictadura del tiempo (el imperialismo de lo inmediato), de una asignación al rol, de la pregnancia de la imagen, de una fijación irreversible de los códigos dominantes, como de una adscripción a un espacio (social, cultural) reductor. Es lo que provoca la inscripción en nuevos espacios, tanto físicos como simbólicos, espacios que permiten todos los goces, ofrecen un sinfín de recursos, promueven un cierto bienestar; aunque el bienestar realmente deseable sea más el del espíritu que el de lo material. En la lucha contra la cruel tirana aceleración, se aparece el momento justo, la ocasión pillada al vuelo, pareciendo vencer sobre el fin y las metas y el espacio de la satisfacción inmediata se impone sobre la búsqueda de horizontes lejanos³³.

Nuestros antepasados eran testigos directos de la mayor parte de las consecuencias de sus actos porque estas consecuencias casi nunca iban más allá del alcance de sus ojos. Con la nueva red global de dependencias, y con la tecnología capaz de permitir que las acciones tengan consecuencias igualmente globales, esa situación moralmente reconfortante se desvanece.

Por su parte los medios cultivan los miedos, ahondan en un imaginario de la inseguridad, con un discurso accidentado y de corte a menudo apocalíptico. Puede ser una forma de exorcismo, pero puede también conducir a recrearse en lo informe de la actualidad, en el espectáculo ilimitado de la violencia, llevar a perder de vista los fines y a disfrutar del medio, de las imágenes que ofrecen los medios de comunicación, de su imaginaria. Hay una violencia de la representación en la representación de la violencia., una violencia simbólica inherente a la violencia de las formas³⁴.

Lo informe es también cuando las formas –expresivas, narrativas, estéticas– hacen perder la noción de los fines e instala un goce vinculado con el ver el medio. La hipervisibilidad desemboca a menudo en una desensibilización del sujeto, por saturación. Los medios de comunicación no aportan respuestas,

que no sean la espectacularización de la realidad y la espectacularización del sujeto. Son el espejo, a menudo deformado, de nuestros miedos³⁵.

La televisión y el Cine ofrecen una respuesta imaginaria: la primera responde a la carencia por el exceso, es sumamente regresiva, se complace en la repetición, se recrea en la escenificación de un sujeto presuntamente hiperseguro, que se vuelca en los posibles, en una relación lúdica con la realidad, con un discurso que, por muy pletórico que sea, no deja de ser hueco y efímero, y de ocultar –o, por lo menos, enmascarar– la carencia. Es un discurso sesgado, que obvia los verdaderos problemas y propone alternativas de realidad porque no se puede enfrentar con lo real. El Cine es más complejo, admite la carencia, la cultiva incluso y, con ello, nos remite a lo real, permite profundizar en las heridas y hace del juego con los límites una especie de terapia exploratoria –y puede que catártica–, aunque sea por poderes y de manera imaginaria; descubre las fisuras que hay dentro del sujeto y en su relación con el otro. Es un discurso frontal y, por eso, a veces duele. Internet toma prestado de ambos discursos, por más que se desenvuelva en una aparente realidad: de la televisión, toma el cariz lúdico, del Cine las proyecciones imaginarias. Pero añade una dimensión más: la búsqueda de nuevos modelos o formas de socialidad, al margen de la esfera pública (en contraposición con la televisión), intentando llevarlos a la práctica (lo que no hace el Cine). Tal vez sea el medio que mejor socializa la carencia, intentando crear nuevos códigos a partir de ella, admitiendo la soledad, procurando superarla de acuerdo con el otro (con el sueño del otro) y con un ideal de comunidad selectiva. Hay tras todo ello una demanda de socialidad, un deseo de compartir, de ir al encuentro del otro, con su reverso, una inmensa soledad³⁶.

EFFECTOS DESMORALIZADORES Y ALIENANTES DE LA INFOESFERA

Pero vamos a detenernos en otro aspecto de la infoesfera, el mundo de las pantallas y las imágenes, que supone la distorsión de la capacidad política y moral humana de combatir los problemas sociales. Existe una brecha entre ver y saber. Según lo que se presente a la vista, la absorción de imágenes puede coartar más que estimular y facilitar la asimilación del conocimiento. También puede bloquear la posibilidad de comprender lo que se ha visto y retenido, y aún más, la de adentrarse en sus causas. Pero se abre una brecha aún mayor entre saber y actuar. El

33 Ibid (Imbert, 2010, 255-260).

34 Ibid (Imbert, 2010, 260).

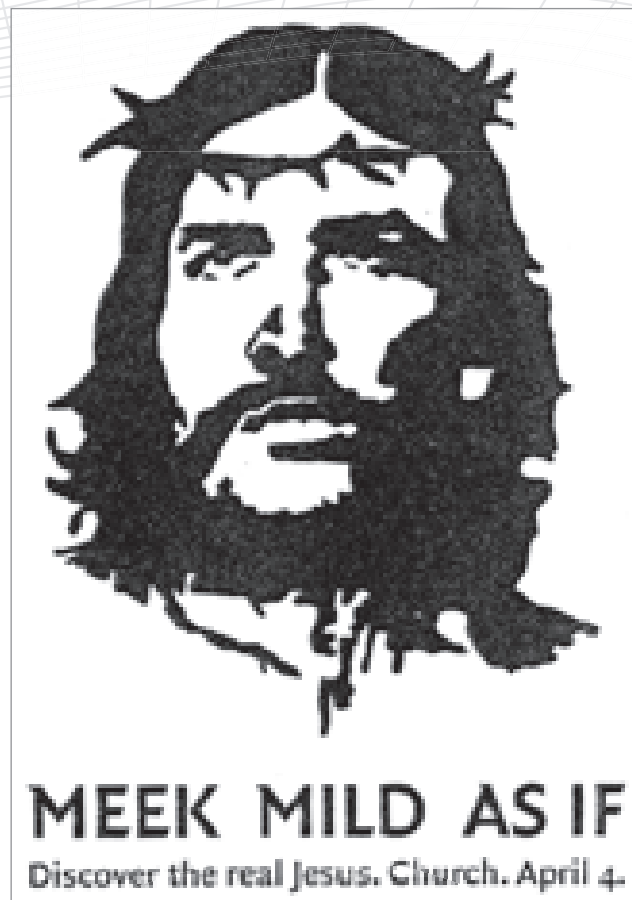
35 La sociedad informe (Imbert, 2010, 260-261).

36 Ibid (Imbert, 2010, 261-262).

volúmen de conocimiento disponible ha crecido enormemente y la calidad de la información ha cambiado radicalmente. Una vez que las imágenes sustituyen a las palabras la naturaleza procesada, mediada, de la información queda oculta y ya no se la puede usar como argumento contra la veracidad del mensaje y para someterlo a prueba. Somos testigos del dolor humano y nuestros ojos son más sensibles a la moral que si sólo lo escucháramos. Nuestro ser moral se ve acosado y perturbado a diario, presionado a responder. Pero, el inconveniente es que, mientras que la circulación del saber acerca de nuestras propias dificultades y las de los demás es cada vez más eficaz, no se puede decir lo mismo de nuestra capacidad para actuar por impulsos éticos. La red de nuestra mutua dependencia se hace más estrecha con cada avance de la globalización, pero la brecha entre el alcance de las consecuencias imprevistas o ignoradas, o no tomadas en cuenta, de nuestras acciones y el alcance de lo que podemos hacer consciente y deliberadamente para mitigar esas consecuencias no deja de crecer. Los resultados de nuestra acción o inacción se extienden mucho más allá de los límites de nuestra imaginación moral y de nuestra disposición para asumir la responsabilidad por las alegrías y pesares de la gente cuya vida se vió directa o indirectamente afectada. El problema es que, a diferencia del pasado, la magnitud de nuestra conciencia del destino de los otros y el alcance de nuestra capacidad de afectar ese destino (ya sea para dañarlo o repararlo) no se superponen. Nuestros antepasados eran testigos directos de la mayor parte de las consecuencias de sus actos porque estas consecuencias casi nunca iban más allá del alcance de sus ojos. Con la nueva red global de dependencias, y habiendo tecnología lo suficientemente poderosa como para permitir que las acciones tengan consecuencias igualmente globales, esa situación moralmente reconfortante se desvanece. El saber y la acción ya no se superponen, y el ámbito en el que se encuentran se encoge cada vez más en comparación con el rápido crecimiento del área en el que disienten. Aparecen dislocados más de lo que confluyen. Gran parte del conocimiento con carga moral que se nos ofrece desalienta la acción comprometida porque resulta muy difícil saber qué es lo que se puede hacer (si es que se puede hacer algo) para cambiar las cosas de verdad. Como consecuencia, nuestro sentido moral aparentemente se apabulla de sensibilidad pero, en la práctica, se desactiva de hecho y por necesidad, encontrando argumentos que disuelven la responsabilidad³⁷.

Por otro lado, la enorme posibilidad del engaño de nuestro mundo de imágenes, que exige una constante actitud crítica que estamos perdiendo, tiene unos efectos sobre nuestra vida

³⁷ La sociedad sitiada (Bauman, 2002, 259-263).



El "Chesucristo" digital anglicano (1999).

que ya advirtió Günther Anders en el II Volúmen de su obra "La obsolescencia del hombre"³⁸ como atentatorios de nuestra humanidad. Dicho autor desgrana en ocho efectos los producidos por la categoría de la imagen en nuestro ser:

- Somos despojados de la experiencia y de la capacidad de tomar una postura. El mundo de las imágenes nos impide conocer en una visión sensible directa, sino sólo a partir de imágenes, el mundo realmente actual (pues "real" es lo que nos concierne y de lo que dependemos), lo importante nos llega justo como apariencia y fantasma, es decir, en una versión edulcorada, cuando no incluso irreal: no como "mundo" (no se puede apropiarse el mundo más que viajando y experimentando), sino como objeto de consumo que se nos suministra. Lo que se suministra y que se puede tragar de inmediato imposibilita una confrontación, porque ésta resulta superflua. Además, casi siempre, se suministra al mismo tiempo amigablemente la postura deseada. En el fondo, ya no hay mundo exterior, pues éste ya no es más que la ocasión para una posible representación doméstica.

³⁸ La obsolescencia del hombre. (Vol. II). Sobre la destrucción de la vida en la época de la tercera revolución industrial (Anders, 2011, 252-256).

- Somos despojados de la capacidad de distinguir entre realidad y apariencia. Cuando la apariencia se presenta de manera realista la realidad adquiere por el contrario el aspecto de apariencia, de una mera exhibición; si el teatro (que en teoría significa el mundo) se presenta como el mundo mismo, éste se transforma también en teatro, o sea, en un mero espectáculo, que no necesita ser tomado tan en serio. En ese sentido, toda la conversión de nuestra vida en imágenes es una técnica de ilusionismo, pues nos da y ha de darnos la ilusión de que vemos la realidad. La impresión de espectáculo, que la realidad produce en la televisión, tiene un efecto de rebote, pues contagia a la misma realidad. Así pues, no sólo la apreciación de la realidad por parte del público resulta poco seria, sino la realidad misma, pues debe tener en cuenta las imágenes. El mundo se convierte ya en “representación”.

Somos ideologizados, pues las imágenes de hoy son las ideologías actuales: las representaciones de imágenes deben transmitirnos una imagen del mundo o, más exactamente, la marea de imágenes singulares tiene que impedir de todo punto que consigamos una imagen del mundo y que notemos la falta de la imagen del mundo.

- Nosotros configuramos nuestro mundo de acuerdo con las imágenes del mundo: imitación invertida. Dado que no hay ninguna imagen que, al menos potencialmente, no actúe como modelo, nosotros marcamos en efecto el mundo según la imagen de sus imágenes. Así, la realidad se convierte en imagen de sus imágenes.
- Se nos convierte en “pasivos”. Mediante el suministro continuo somos transformados en consumidores continuos. Mientras, por ejemplo, en cuanto lectores aún somos autónomos, es decir, podemos volver a páginas anteriores y determinar por nosotros mismos el ritmo de asimilación, ahora, en cuanto público que escucha y ve sin pausa, somos llevados en andadores; al consumir, también debemos consumir a la vez el ritmo del suministro. Hoy se ha convertido en una fatalidad, pues los espectáculos discurren sin pausa y, por esa falta de pausa, encarrilan nuestra falta de autonomía. La relación del hombre con el mundo se hace girar hacia la unilateralidad. Dado que estamos acostumbrados a ver las imágenes, pero a no ser vistos por ellas; a escuchar a personas, pero a no ser oídas por éstas, nos acostumbramos a una

existencia en que somos despojados de una mitad de nuestro ser personas. Quien solo escucha, pero no habla y, en el fondo, no puede replicar, no solo es convertido en “pasivo”, sino también en “siervo” (en cuanto solo escucha) y no-libre.

- Esta pérdida de libertad se produce de manera tan natural, que ahora, a diferencia de los esclavos, incluso somos despojados de la libertad de notar la pérdida de libertad. En efecto, la “servidumbre” se nos transfiere a casa y se nos sirve como mercancía de entretenimiento y comodidad. Y hace falta una soberanía absolutamente inhabitual para no entender esa comodidad como libertad.
- Somos ideologizados, pues las imágenes de hoy son las ideologías actuales: las representaciones de imágenes deben transmitirnos una imagen del mundo o, más exactamente, la marea de imágenes singulares tiene que impedir de todo punto que consigamos una imagen del mundo y que notemos la falta de la imagen del mundo. El método actual, con cuya ayuda se impide de manera sistemática la comprensión, no consiste en suministrar muy poco, sino demasiado. La oferta de imágenes (publicidad), en parte gratuita y en parte incluso inevitable, ahoga la posibilidad de hacerse una imagen: se nos inunda con una abundancia de árboles para impedirnos que veamos el bosque. La actual ignorancia se produce mediante la multiplicación de una aparente materia de saber. Cuanto menos tenemos que inmiscuirnos en decisiones que en verdad nos importan algo, más masivamente somos “inmiscuidos” en cosas, que no nos importan en absoluto. Las mil imágenes encubren el contexto del mundo, más aún por cuanto toda imagen resulta fragmentada, es decir, nos hace ciegos respecto a la causalidad. Dado que las imágenes no muestran los contextos, sino sólo “ésto y aquello”, quedamos transformados en seres puramente sensibles fatalmente.
- Somos infantilizados maquinalmente: toda la necesidad de consumo y lo que se nos impone como necesidad de consumo, el mundo, se nos sirve en estado “líquido”. Es decir: no se nos sirve, sino que se nos suministra de manera tan directa que también puede ser utilizado y consumido; y dado que el producto es “líquido”, desaparece en cuanto es consumido, o sea, es “liquidado”. Los fragmentos no se coagulan entre el suministro y la absorción; los tenemos interiorizados ya antes de que se nos ofrezca la posibilidad de ocuparnos de ellos o incluso de comprenderlos. Hoy, el modelo de recepción sensorial no es, como en la tradición griega, el ver, ni, como en la judeocristiana, el escuchar, sino el comer. Hemos sido precipitados en una fase oral industrial, en que la sopa cultural se desliza con suavidad. En esta fase, lo suministrado no ha de ser siquiera percibido, sino sólo absor-

bido. Lo que el hilo musical exige de nosotros ya no es que lo escuchemos, sino que está ahí únicamente porque sin él se produciría un insoportable vacío. La mercancía suministrada es, para el que escucha, “aire”; y eso en un doble sentido: 1. es indiferente para él; pero 2. sin ella no puede respirar.

- Lo suministrado es edulcorado (se le quita su vigor). Puesto que la mercancía ha de ser consumida por el mayor número posible de consumidores, ha de tener “mass appeal”. Todo puede ser masificado, incluso lo vanguardista y lo esotérico (que muestran otros “mundos”). Así, la diferencia entre exotérico y esotérico ha quedado engullida en lo exotérico mismo. Los interesados en la producción de bienes de consumo han conseguido absorber, o sea, “consumir” la anticonsumista diferencia entre no-consumo y consumo. Hemos llegado hasta el punto de que los bienes de consumo, con el fin de ser vendidos, son elogiados como bienes de no consumo.

LA FUNCIÓN CRÍTICA CONTRA LA INFOESFERA

En conclusión, después de ver el potencial de las imágenes, su tipología espectacular y espectral, sus efectos en la conciencia y en el ser humanos, los fantasmas de la conciencia conformados por el mundo de la apariencia, hay que hacer un llamado a la sensibilidad crítica humana para adquirir distancia del fenómeno y recuperar lo real como vía para no ser engañados, asustados, seducidos ni manipulados. Ser libre es actuar sin miedo y, como se ha visto, el mundo de la imagen manipula nuestros temores con una finalidad de que adoptemos conductas “Irreales” (bien ideológicas, bien consumistas, bien políticas, etc).

“Ver” significa posar nuestra mirada de forma superficial sobre algo. Sin embargo, “leer” significa primero mirar, detener la mirada en lo que se ve, obtener la información y seleccionar un producto visual del resto y, después, comprender el mensaje para que la información que nos llega modifique nuestro conocimiento de una forma controlada y consciente. Todas las imágenes generan conocimiento en el espectador, pero cuando sólo las vemos es un conocimiento que no controlamos nosotros sino los que las han hecho, los “terroristas visuales”. Si sé leer la imagen me daré cuenta que fomenta un deseo innecesario. Si se es capaz de controlar la situación y el conocimiento que se genera en la cabeza a través de la lectura de ésta imagen se convierte en conocimiento crítico, a través del cual nos damos cuenta de que la imagen intenta forzarnos a realizar una acción que no deseamos. Si aprendemos a leer, tenemos nosotros el control; si sólo vemos, lo tienen otros. Pero aprender a leer una

imagen no se desarrolla en nosotros de forma innata. Para ello es necesario adquirir una serie de conocimientos y poner en funcionamiento un sistema de análisis.

Para llegar a analizar una imagen es imprescindible aprender a sospechar sobre su interpretación, mantener una actitud de sospecha sobre los mensajes que se manifiestan a nuestro alrededor. Por tanto, desarrollar una actitud de sospecha consiste en detenerse ante las imágenes y preguntarnos qué quieren decirnos, establecer un sistema de análisis sobre ellas y leerlas.

Todas las imágenes generan conocimiento en el espectador, pero cuando sólo las vemos es un conocimiento que no controlamos nosotros sino los que las han hecho, los “terroristas visuales”. Si sé leer la imagen me daré cuenta que fomenta un deseo innecesario.

Primero habría que clasificar el tipo de imagen preguntándonos para que sirve, es decir, para qué fue creada: para informar, para comerciar o entretener, para dar sensaciones artísticas o críticas. Luego se puede reflexionar sobre cinco aspectos clave de una imagen:

- Canal: sistema a través del cual la representación visual ha llegado hasta nosotros o cómo hemos llegado hasta dicho producto visual.
- Soporte: estructura física que alberga el producto visual, haciendo especial hincapié en el material que lo contiene.
- Procedimiento de construcción: sistema mediante el cual se ha construido el producto visual.
- Accesibilidad y frecuencia: preguntarnos cuántas veces hemos visto un producto visual y qué facilidad tenemos de acceder a él es algo muy interesante, ya que multitud de productos visuales llegan hasta nosotros con una frecuencia inusitada, aunque no queramos.
- Autoría: quién es el autor del producto visual.

Después se puede clasificar la imagen por el tipo de mensaje que emite: si es instrumento del poder que quiere hacernos modificar nuestro conocimiento para que pensemos lo que le interesa a otros o si es un instrumento contra el poder que nos hace reflexionar para que seamos nosotros mismos los que establezcamos un juicio sobre lo que ocurre en el mundo. Si la representación visual es una meta, debemos descubrir si ha

sido construida a través de imágenes de exaltación o de mofa, es decir, si los elementos visuales que aparecen en ella se nos presentan como modelos que seguir o contramodelos que repudiar. Después, resulta conveniente analizar estos modelos o contramodelos (estereotipos), y estudiar qué conocimiento emiten sobre la autoridad, la mujer y el hombre en el mundo, las razas, la clase social, las religiones o la hegemonía cultural. Este análisis nos va a llevar a enunciar el mensaje latente que vemos y el mensaje manifiesto que leemos de la imagen. Los mensajes críticos no son ocultos y suelen ser contundentes mientras que los mensajes del poder son más ocultos.

Posteriormente hay que analizar qué terrores suscita la imagen, haciendo un esfuerzo creativo y encadenando lo que transmite el mensaje con las reacciones psicológicas que suscita en nosotros, que en la mayoría de los casos acrecienta nuestros miedos. Los mensajes críticos luchan contra los terrores, critican actividades e intentan producir determinadas consecuencias sociales.

Finalmente, y tras el análisis, debemos decidir si la imagen y su mensaje debe pasar a nuestro conocimiento y creencias o no³⁹.

BIBLIOGRAFÍA

- FERNÁNDEZ DURÁN, R. (2010): Tercera piel. Sociedad de la imagen y conquista del alma, Barcelona, Virus.
- GUBERN, R. (2004): Patologías de la imagen, Barcelona, Anagrama.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. (2009): La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna, Barcelona, Anagrama.
- VV.AA. (2002): La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica, Barcelona, Icaria.
- IMBERT, G. (2010): La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites, Barcelona, Icaria.
- BAUMAN, Z. (2002): La sociedad sitiada, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- ANDERS, G. (2011): La obsolescencia del hombre (Vol. II). Sobre la destrucción de la vida en la época de la tercera revolución industrial, Valencia, Pre-textos.
- ACASO, M. (2006): Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes, Madrid, Los libros de la catarata.
- ACASO, M. (2006): El lenguaje visual. Barcelona, Paidós.
- APARICI, R. GARCÍA MATILLA, A Y VALDIVIA SANTIAGO, M. (1992): La imagen. Madrid, UNED.
- AUGÉ, MARC (1992): Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Barcelona, Gedisa.
- AUMONT, J. (1992): La imagen. Barcelona, Paidós.
- BARTHES, R. (1998): La cámara lúcida: nota sobre la fotografía. Barcelona, Paidós.
- BATAILLE, G. (1987): La parte maldita. La noción de gasto. Barcelona, Icaria.
- -(2007): El erotismo. Barcelona, Tusquets.
- BAUDRILLARD, J. (1978): Cultura y simulacro. Barcelona, Kairós.
- -(1980): El intercambio simbólico y la muerte. Venezuela, Monte Ávila.
- -(1991): La transparencia del mal. Barcelona, Anagrama.
- -(1998): El paroxista indiferente. Barcelona, Anagrama.
- BAUMAN, Z. (2005): Ambivalencia y modernidad. Barcelona, Anthropos.
- -(2005): Amor líquido. Acerca de la fragmentación de los vínculos humanos. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- -(2006): Vida líquida. Barcelona, Paidós.
- BECK, U. (2002) : La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad. Barcelona, Paidós Ibérica.
- BERGER, J. (1974): Modos de ver. Barcelona, Gustavo Gili.
- BREA, J. L. (editor) (2005): Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Madrid, Akal.
- BUCK-MORSS, S. (1996): La dialéctica de la mirada. Madrid, Visor.
- CALABRESE, O. (1987): La era neo-barroca. Madrid, Cátedra.
- CATALÁ, J.M. (2005): La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual. Barcelona, UAB.
- CRUZ, P.A. (2005): La muerte (in)visible. Verdad, ficción y posficción en la imagen contemporánea. Murcia, Tavularium.
- DELEUZE, G. (1991): La imagen-movimiento. Barcelona, Paidós.
- DONDIS, A. D. (2003) La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. Barcelona, Gustavo Gili.
- DURKHEIM, E. (1989) : El suicidio. Madrid, Akal.
- DUVIGNAUD, J. (1990) : Herejía y subversión. Ensayo sobre la anomia. Barcelona, Icaria.
- FREEDBERG, D. (1992): El poder de las imágenes. Madrid, Cátedra.
- FREEDMAN, K. (2006): Enseñar cultura visual. Barcelona, Octaedro.

39 Esto no son las Torres Gemelas. Como aprender a leer la televisión y otras imágenes (Acaso, 2006, 89-96).

- LYOTARD, J. F. (1984) *La condición posmoderna*. Madrid, Cátedra.
- JIMÉNEZ, J. (2002): *Teoría del arte*. Madrid, Tecnos.
- HERNÁNDEZ, F. (1997): *Educación y cultura visual*. Barcelona, Octaedro.
- IMBERT, G. (1992) *Los escenarios de la violencia. Conductas anómicas y orden social en la España actual*. Barcelona, Icaria.
- -(2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona, Gedisa.
- -(2004) : *La tentación de suicidio. Representaciones de la violencia e imaginarios de muerte en la cultura de la posmodernidad*. Madrid, Tecnos.
- -(2010): *Cine e imaginarios sociales. El cine posmoderno como experiencia de los límites*. Madrid, Cátedra.
- LIPOVETSKY, G. (1990): *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, Anagrama.
- -(1996) : *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, Anagrama.
- LYOTARD, J-F. (1987): *La condición postmoderna*. Madrid, Cátedra.
- MAFFESOLI, M. (1990): *El tiempo de las tribus*. Barcelona, Icaria.
- -(1996) : *De la orgía. Una aproximación sociológica*. Barcelona, Ariel.
- -(2005): *La transfiguración de lo político: la tribalización del mundo posmoderno*. Barcelona, Herder.
- MANGUEL, A. (2003): *Leer imágenes*. Madrid, Alianza.
- MIRZOEFF, N. (2002) *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.
- MOLES, A. (1991): *La imagen: comunicación funcional*. México, Trillas.
- MUNARI, B. (1973): *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, Gustavo Gili.
- QUIGNARD, P. (2005): *El sexo y el espanto*. Barcelona, Minúscula.
- RICOEUR, P. (1978): *The rule of metaphor*. London, Routledge&Kegan Paul.
- SANZ, J.C. (1996): *El libro de la imagen*. Madrid, Alianza.
- VILIRIO, P. (2010): *El accidente original*. Buenos Aires, Amorrortu.
- -(1997): *El ciber mundo. La política de lo peor*. Madrid, Cátedra.
- VILCHES, L. (1990): *La lectura de la imagen*. Barcelona, Paidós.
- VILLAFANE, J. (1996): *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid, Pirámide.
- VITTA, M. (2003): *El sistema de las imágenes*. Barcelona, Paidós.
- WALKER, J. Y CHAPLIN, S. (2002): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Octaedro.
- ZIZEK, S. (2005) *Bienvenido al desierto de lo real*. Madrid, Akal.
- -(2006): *Lacrimae rerum. Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Barcelona, Debate.