

La construcción de la identidad en la sociedad del conocimiento y del espectáculo. Aprendiendo a habitar más allá de los espejos

The construction of identity in the society of knowledge and entertainment. Learning to live beyond the mirrors

Martín Caeiro Rodríguez martin.caeiro@unir.net
Universidad Internacional de la Rioja (UNIR), España

El Artista, núm. 14, 2017

Universidad de Guanajuato, México

Publicación: 16 Diciembre 2016

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87451466003>

Resumen: Los docentes necesitamos guiar los estímulos científicos y tecnológicos hacia una sociedad del conocimiento. Pero en el contexto de la educación artística también entra en el juego formativo la industria del ocio, la cultura visual y la sociedad del espectáculo. No obstante, la función de la Sociedad del Conocimiento o modelo cognitivo es encontrar referencias estables de la naturaleza y del universo, mientras que la función de la Sociedad del Espectáculo o modelo espectacular es procurar que no nos establezcamos en ninguna imagen ofreciéndonos referentes temporales, identidades efímeras que la industria, la moda, la publicidad y el aburrimiento nos hacen desear constantemente. En este hábitat cultural, ¿cómo encontrar lo que puede definirnos? ¿cómo alcanzar una imagen de espejo con la que trabajar en el hogar en un mundo en transformación? ¿cómo educarnos en las imágenes careciendo de imagen? ¿y qué máscaras entre todas las del espectáculo reflejarán mejor nuestra identidad en esta época denominada como Androceno? Al final de este recorrido propondremos algunas soluciones para el problema de la asociación conocimiento-espectáculo, educación y construcción de la identidad en las que el rostro y el cuerpo se significan en un mismo territorio.

Palabras clave: identidad y borrosidad, imagen y representación, conocimiento y espectáculo, educación y arte.

Abstract: Teachers need to guide scientific and technological stimuli towards a knowledge society. But in the context of artistic education, the leisure industry, visual culture and the entertainment society also enter the training game. However, the function of the Knowledge Society or cognitive model is to find stable references to nature and the universe, while the function of the Spectacle Society or spectacular model is to ensure that we do not establish ourselves in any image by offering temporary referents, ephemeral identities that industry, fashion, advertising and boredom make us constantly want. In this cultural habitat, how do we find what can define us? How to achieve a mirror image with which to work at home in a changing world? How to educate ourselves in images without image? And what masks among all the spectacles will better reflect our identity in this time denominated as Androceno? At the end of this tour we will propose some solutions to the problem of knowledge-spectacle association, education and identity construction in which the face and body are signified in the same territory.

Keywords: identity and blur, image and representation, knowledge and spectacle, education and art.

1. Introducción: de la sociedad del conocimiento a la de la ignorancia

Hace 100 años podíamos considerar que vivíamos en relación a la imagen espejo; hoy vivimos globalizados y umbilicados a un mundo imaginalmente más complejo, habitando una aldea global (McLuhan, Powers, 1964) y un Gran Hermano (ORwll, 2004), sin límites claros que exige educar en la cultura y semiotica de lo visual, lo digital y en sus lenguajes. Rodeados de pantallas y de tecnologías que multiplican nuestra realidad, debemos alfabetizarnos en la gramática de la imagen, en aprender a leer y escribir y a vivir por imagen. Cuando el ciudadano, el niño o el discente llegan a sus hogares y se contemplan en un espejo, numerosas imágenes ajenas a su personalidad

procedentes de la iconosfera aparecen ofreciéndose como modelos para su identidad: imágenes de la publicidad, del cine, de la televisión, del cartelismo, fotografías de prensa... y lo mismo acontece con su voz, que encuentra innumerables bandas sonoras en

las que articularse. Pero, y esto es lo verdaderamente importante, cada día, los referentes cambian, provocando una inestabilidad imaginal a la que ya todo el mundo parece haberse acostumbrado. Recordemos por ejemplo, películas como “Quiero ser como Beckham” (2002). En nuestro espacio social ya no hay una relación interpersonal entre sujeto y espejo, sino innumerables paneles, discursos, relatos que ocupan nuestra intimidad, nuestra cotidianidad, ofreciéndose como máscaras de un instante. Construimos la identidad con fragmentos, recojiendo de aquí y de allá ideas para configurar un yo efímero que durará hasta el próximo anuncio, la próxima Hanna Montana, el próximo Justin Bibers, la próxima Lady Gaga o la nueva saga “Crepúsculo”. Quedan en las generaciones actuales pocas imágenes de la naturaleza y de la ensoñación (Bachelard, 1994; 2003) pero muchas imágenes imaginadas por otros, hacedores de imagen a los que me gusta denominar como los imaginadores. Tenemos así dos trayectos en principio irreconciliables: 1) el trayecto del conocimiento, considerado como encuentro hipotético con una imagen finita de lo humano, la naturaleza y el universo; y 2) el trayecto del espectáculo, considerado como un carnaval infinito y fuente inagotable de imágenes o máscaras para vestir.

Como ciudadanos, ¿nos reconocemos entre las uniones de todas estas imágenes caleidoscópicas, transculturales y eclécticas? Los occidentales ya no somos Narciso frente a un lago, sino Frankenstein en un cuerpo y un rostro poblados de cicatrices. Pero, ¿cuáles son nuestros modelos de relación, digamos, imaginales?

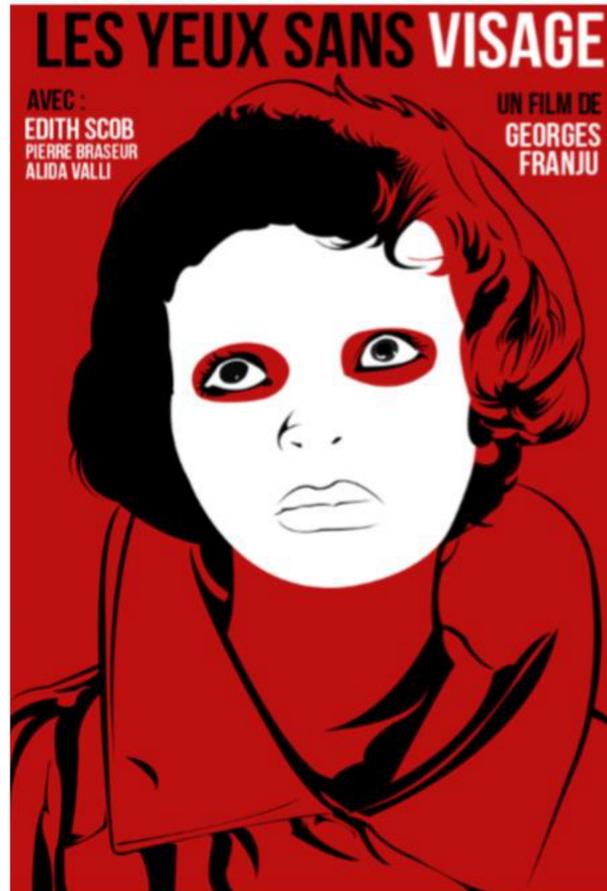


Figura 1
Cartel de la película "La mirada sin rostro", *George Franju* (1959)

2. ¿Un triángulo de acción para el conocimiento o la ignorancia?

Peter Drucker en su libro *La era de la discontinuidad* (1969) dedicó una sección a hablar acerca de la "sociedad del conocimiento". Según el autor, el conocimiento sería el protagonista de los cambios que estaban por venir con el fin de siglo al situarlo en el centro de la producción de riqueza. Lo más importante no era producir conocimiento, sino lo que ese conocimiento era capaz de generar para mejorar, por ejemplo, la economía de un país. Así surgirían conceptos como el de las Tecnologías de la Información y del Conocimiento y un modelo de sociedad digitalizado basado en el "capitalismo cognitivo" y la "economía del conocimiento". Lo que no cabe duda, es que las transformaciones generadas por el auge y desarrollo de la Cibernética a partir de los años cincuenta, implicaron, no sólo cambios de carácter tecnológico, sino a su vez transformaciones

sociales, económicas, políticas y filosóficas que hoy se están viviendo en el contexto cultural y educativo. En el año 2000 la Estrategia de Lisboa recogiendo, entre otras, las voces de teóricos como Drucker, establece su famoso y catastrófico triángulo del conocimiento (Gráfico 1) con el objetivo fundamental de “incentivar el crecimiento de la productividad en Europa”. Consecuencias: el “conocimiento” quedó al servicio de la economía y de ahí que se hable hoy de la “economía del conocimiento” y de una educación más productiva, instrumental y competitiva que artística, humanística o poética. El principal objetivo hoy es que el ciudadano encaje en el modelo de sociedad de mercado, que su formación le prepare para una sociedad competitiva cuyo principio económico rige todos los aspectos sociales y familiares reduciendo la identidad al paradigma de la profesionalidad y a las necesidades del mercado, que no son, es evidente, las necesidades psicológicas o sociales propias de todo ser humano. El trinomio que establecía la Estrategia de Lisboa, se fundamentaba en lo que era capaz de inventar o de fabricar un obrero o una sociedad postindustrial, es decir, aquello que, gracias al conocimiento científico y tecnológico es fabricado para su comercialización. El esquema no se pensó para, por ejemplo, la búsqueda del conocimiento individual; del conocimiento del yo, ni rastro, ni rostro.

Entre las diferentes posibilidades operativas que ofrecen las Artes al conocimiento de lo humano, podríamos identificar los tétrades y polípticos que aparecen en el Gráfico 2, donde la creación, acto fundamental de todas las artes adquiere el protagonismo que en el modelo científico-tecnológico tienen la investigación y la innovación. Estos tétrades y polípticos configuran lo que sería una sociedad del saber en un sentido amplificado, donde la

persona y la sociedad se considerasen incluidos en el esquema, y no sólo sus actos o profesiones.

La pregunta sería: ¿cómo es posible constituir un rostro –social, político, individual- sin que exista plasticidad estética, poética, es decir: creación? El modelo de “sociedad del conocimiento” y su “triángulo de acción” no aportan nada a esta situación. No es posible constituir una imagen de la identidad, ni individual ni colectiva, sin incorporar al esquema del conocimiento el saber que produce el acto creador tan presente en las artes y en la educación artística. De ahí que necesitemos para ello un modelo que incluya a la creación (y por extensión a lo cultural artístico) en el esquema que intenta configurar (y definir) a nuestra sociedad. Lo que nos obliga a enlazar la Sociedad del Conocimiento con la del Espectáculo, o el capitalismo cognitivo con el mercado del arte. ¿Habría una solución desde esta asociación?

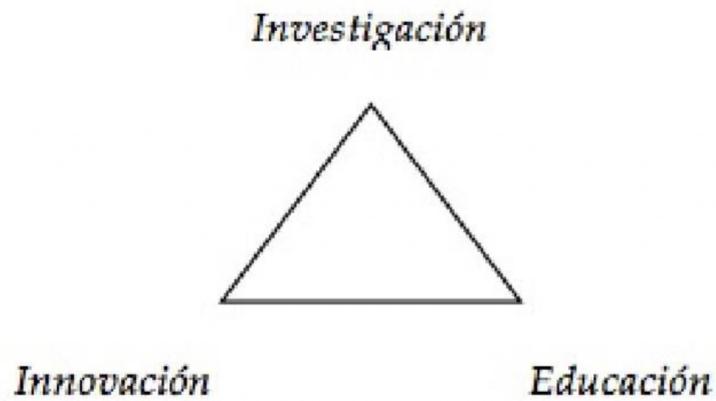


Figura 2
Esquema del equivocado triángulo del conocimiento

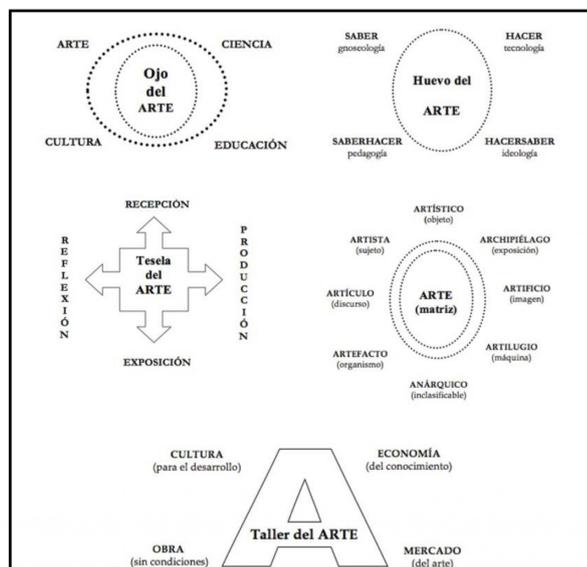


Figura 3
Tétrades y Políptico del Arte enlazando conocimiento y espectáculo (cognitividad y ficción)

3. ¿A qué llamamos Sociedad del Espectáculo?

3.1. *Saliendo de la imagen-espejo: el nacimiento del espectador.*

Hoy nuestra imagen es un espejo hiperbólico sin fondo y cuyas imágenes cambian de forma constantemente; es un espejo espectacular en el que se contemplan y en el que percibimos al mismo tiempo a Narciso y a Frankenstein. El espectáculo nos mantiene constantemente abiertos al cambio y a la muda, o, si queremos, es un laberinto mucho más complejo que el del espejo. El producto de consumo del espectáculo o las escenas que nos envía, supone una muda constante, un cambio de piel intermitente. Como objeto siempre ofreciéndose, siempre innovándose acaba por generar un impulso sin otro destino que el de mantener la relación, sin alcanzar ni él ni el usuario una metamorfosis completa. Guy Debord lo definiría perfectamente al decir (Tesis 4): “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (Debord, 2000: 38) La sociedad del espectáculo, nos explica Debord, aleja al individuo de lo vivo pero también de lo atávico, del terror de vivir y de matar. Todo lo vuelve teatro (theos). En el espectáculo, la sociedad queda dividida entre los productores u operarios que trabajan en la cría y manufacturación de los animales, las plantas o los minerales; y los consumidores de esos productos manufacturados. Así, la sociedad se divide entre los imaginadores (los productores de imágenes) y los imaginarios (los consumidores de imágenes). Baudrillard, escribía en 1981 que ya no existen la escena y el espejo, si no que hay una pantalla y una red. En lugar da transcendencia reflexiva del espejo o la escena, hay una superficie no reflexiva, una superficie inmanente donde se despliegan las operaciones: «la suave superficie operativa de la comunicación.» (Baudrillard, 1998: 188)

3.2. *Demasiada identidad*

En el paso de una sociedad moderna a otra postmoderna, sucedió un hecho en el contexto de la identidad relevante: se decretaron la muerte y la desaparición del autor (Barthes, 1984, Foucault, 1969). Este hecho implicó, por un lado, que el texto ya no pertenecía a su autor, sino a la cultura que lo generaba y, consecuentemente, al lector, quien podía darle diferentes interpretaciones al margen de las intenciones programadas por su autor. Ni hay autor absoluto ni lector absoluto. Todo texto es relativo. El texto es intertexto, enlaza diversos textos, citas, ideas... que no pertenecen al autor, sino que son influencias que llegan de diversas culturas. La matriz, la pantalla, el tejido, el panel... en los que se sitúan la escritura y los lenguajes que se emplean (visuales, alfabéticos, sonoros...) son un organismo con entidad y voluntad propia, construido con hilos extraídos de diferentes espacios y tiempos de representación. Este hecho, lejos de ser un acto filosófico o meramente literario, recojía ya la idea de que vivimos en un mundo en el que la cultura está desbordada por los

acontecimientos, por las historias y por la Historia. Por otro lado, en este mismo decreto literario y filosófico, se produjo la muerte del lector, pero solamente de un lector

específico antes sí posible: el de un lector capaz de decodificar los textos de forma autónoma y autosuficiente, de encontrar un lenguaje inteligible en los textos, ya fuesen literarios, cinematográficos, plásticos, dramáticos o sonoros... un lenguaje que le permitiese realizar acciones inteligibles sobre la identidad, la sociedad, la cultura, las ideas, los sentimientos... ese lector era alguien que podía construir imágenes con un carácter universal y, con todo ese material “representativo”, construir un mundo finito, y por lo tanto, habitable.

Esta diferencia es fundamental para entender dónde situar al ciudadano hoy: la imposibilidad (e inutilidad) de ofrecer modelos universalistas de espejo válidos para cualquier persona, independientemente a la cultura a la que pertenezcan. Foucault, complementándose con Barthes, introdujo en la discusión la indefinición, y que ni autor ni obra son categorías fijas, establecidas en lo permanente. Como consecuencia de esa inestabilidad categorial del creador y de la obra, el espectador/lector pierde a su vez la categoría del yo autor, y la estabilidad como persona, pierde la inteligibilidad de su identidad. El espejo da paso a miles de espejos, a las imágenes espectáculo, a la identidad multiplicada, al yo global y transcultural incontrolable e infinito en aspecto y forma.

Con estos epitafios, tan del gusto de los posmodernistas, se asume que el texto es una “obra abierta” (Eco, 1962), una apertura con vida propia, es, más que una máquina, un organismo, una estructura disipativa capaz de producir nuevos textos, de injertarse en otros contextos y de producir nuevas criaturas. Criaturas que siguen un mismo camino, o mejor dicho, un mismo territorio: el de la imagen mediática y espectacular, que es irreversible, y que lleva incorporada en la relación la obligatoriedad de ir hacia nuevos estados de existencia.

Sin embargo, en esta multiplicidad fenomenológica, la complejidad percible y asimilable por el ser humano tiene límites, no solo biológicos, sino también psicológicos. El trayecto –como el relato moderno y postmoderno– es indefinido. Este es el verdadero problema que nos presenta el modelo de sociedad espectáculo: demasiada identidad, demasiadas máscaras, demasiada diversidad. Por eso, enfrentarse a la comprensión plástica de la identidad del cuerpo es como asimilar una superautopista de innumerables vías con infinitas direcciones que impiden hacer inteligible un destino, como si no existiese ciudad alguna más allá del trazado, o como si el objetivo fuese circular al estilo de Sísifo, o trasladarse de un punto a otro irracionalmente. Es el viaje entendido como puro entretenimiento en el que nada se conoce y nada se sabe, más allá de que se transita.

No obstante, una cosa es hablar del rostro y otra del contexto en el que ese rostro vive. Identificar la máscara exige identificar el contexto, tenemos que hablar de un rostro contextualizado: la imagen es la imagen del contexto. Pero, no se trata, el problema de la identidad, de un problema formal o estructural, ya que en verdad son simples (se trata de una red

inmensa de vías de información y comunicación), sino de la cantidad de cosas diferentes que ocurren al mismo tiempo y, sobre todo, de la velocidad a la que el individuo es capaz de procesar, metabolizar y de dar imagen a todas esas

informaciones. Cuando el contexto de esa imagen era un simple espejo en el hogar todo resultaba más fácil de ver, y por lo tanto, de conocer y de educar.

3.3 Categorías transculturales: fragmentos e injertos.

La identidad humana emerge en el rostro, y es ahí donde se manifiesta y desde donde el individuo se relaciona. La identidad sigue jugándose aquí en el ámbito de las máscaras. El rostro humano ya no es una simple imagen bidimensional en el espejo. Una primera conquista de nuestra evolución fue representar el mundo, pero otra ha sido aprender a “ver” cognitivamente” el mundo.

En el contexto de la denominada “sociedad del conocimiento” el científico y el tecnólogo encuentran con sus investigaciones, entidades antes desconocidas, principios nuevos, elementos que se dejan conocer o reconocer: ADN, quark, materia oscura... No obstante, no estamos hablando aquí de lo físico o industrial, sino de la personalidad, de construir un rostro con el que manejarse, de encontrar una imagen maleable y moldeable desde la que trabajar en los niveles no universitarios de la educación. Lo que nos lleva, sin duda alguna, este problema de imaginarse y reconocerse psicológicamente en el mundo físico, a un problema mental o neural, es decir: cognitivo.

La desaparición del autor y del lector fue la consecuencia gráfica y lógica de la implosión en la primera mitad del siglo XX de las relaciones humanas físicas en todas las esferas: social, psicológica, cultural, política, económica, profesional... y la llegada a partir de la segunda guerra mundial de lo que se conoce como lo transcultural, consecuencia de la globalización y de la entrada en el panorama de imágenes sociales, de redes sociales, de cada vez más relaciones mediatizadas por una maquinaria de la ficción. ¿A quién pertenece lo transcultural? A ninguna cultura en particular. Hay fragmentos sin categorizar, ficciones y narrativas sin realidad alguna que juegan en la irrealidad del ciberespacio:

“Los rostros no son, en principio, individuales, definen zonas de frecuencia o de probabilidad, delimitan un campo que neutraliza de antemano las expresiones y conexiones rebeldes y las significaciones dominantes. De la misma manera, la forma de la subjetividad, conciencia o pasión, quedaría absolutamente vacía si los rostros no constituyesen espacios de resonancia que seleccionan lo real mental o percibido, adecuándolo previamente a una realidad dominante.”. (Deleuze y Guattari, 2002: 174 y ss)

Aparece, entonces con el rostro, la categoría de lo fragmentado, lo incompleto, lo indeterminado como paradigma de las relaciones, y una necesidad -consecuente con todo esto- de realizar injertos con algunos de estos trozos transculturales para edificar una máscara de relaciones e identidades. ¿Qué metodología epistemológica deberíamos seguir para construir nuestra identidad? ¿Deberemos ser más científicos o más

artísticos, más cuantitativos o cualitativos, más tecnológicos o humanistas?
En los años

setenta, Umberto Eco –quien estudió pormenorizadamente desde paradigmas semióticos el modelo de existencia masiva– reconocía que es en una sociedad excesivamente estructurada, objetivada y tecnificada, donde surge el “hombre heterodirigido”:

Un hombre que vive en una comunidad de alto nivel tecnológico y dentro de una especial estructura social y económica (en el caso de occidente, basada en una economía de consumo), a la cual se le sugiere constantemente (a través de la publicidad, las transmisiones de televisión, y las campañas de persuasión que actúan en todos los aspectos de la vida cotidiana) aquello que debe desear y cómo obtenerlo, según determinados procedimientos prefabricados que le exigen de tener que proyectar arriesgada y responsablemente. En una sociedad de este tipo, la misma elección ideológica viene “impuesta” a través de una circunspecta administración de las posibilidades emotivas del elector, no promovida a través de un estímulo a la reflexión y a la valoración racional. (Eco, 2001: 140)

Recordemos que el origen de la moderna publicidad se remonta a la década de 1920, cuando los propietarios y los gerentes de las empresas se dieron cuenta de que ya no bastaba con controlar a los trabajadores. Los consumidores pasaron a desempeñar un papel demasiado importante en el capitalismo como para permitirles tomar decisiones por sí mismos: “El resultado fue el desarrollo de la publicidad moderna, destinada a “ayudar” a la gente a tomar esas decisiones.” (Ritzer, 2002: 410) O más próximo a nuestro tiempo, allí donde el consumo productivo pasó ya a ser una fuerza económica de primera magnitud, allí donde se sustenta una forma nueva de economía, surge un nuevo “mundo virtual”, al que Javier Echeverría denominó como Telépolis: “Muchas formas de ocio fueron transformadas en trabajo productivo, en muchos casos sin conciencia por parte de los ociosos de que, al disfrutar de sus horas de descanso, en realidad están trabajando.” (Echeverría, 1994: 95-96) Por tanto, el ciudadano, niño, discente queda atrapado en su doble figura y función de productor-consumidor o prosumer, en la red de las imágenes, en el hipercubo imaginal del espectáculo y en la acomodación de que se lo den todo cocinado, prefabricado, incluida su identidad.

En *Obra Abierta* (1962), Eco hablaba de que ciertas propuestas del arte y teorías científicas, manifestaban compartir similares metodologías al girar ambas entorno a conceptos como: Desorden, Indeterminismo, provocación del Azar, de lo Probable, de lo Plurivalente... Hoy es indispensable hacer uso de estas categorías para poder describir cognitiva y representativamente el contexto en el que nos situamos como personas y donde también se sitúan las imágenes, por lo que la solución a la pérdida de espejo en el que retratarnos parte de un método híbrido, de encontrar un programa mestizo para entender nuestra identidad. Bajo la influencia de la teoría de la relatividad de Einstein, el pintor Braque, diría: “Yo no creo en las cosas. Creo solamente en las relaciones que existen entre ellas”. No importa ya la identidad de un objeto o de un sujeto, tan solo aprender a relacionarse con

él: “No interesan las cosas en sí mismas sino las relaciones entre ellas.” (Martorell: 28-29)

Cuando la ciencia identifica un fenómeno y lo describe, se puede considerar que esa descripción tiene alguna relación con la humanidad, ya que el descubrimiento cambia radicalmente el concepto de humanidad o cuando menos, el proyecto que la define en su relación con la naturaleza y el universo. Así, el concepto de “estructura disipativa” identifica bastantes aspectos de la relación del individuo con la sociedad en la que vive actualmente:

“Cuando los sistemas se alejan mucho del equilibrio termodinámico, la situación deja de describirse como una prolongación lógica de dicho estado. Los sistemas abandonan el llamado “régimen lineal” de la termodinámica para entrar en el “no lineal”. En este régimen aparecen discontinuidades e inestabilidades, y «las fluctuaciones espontáneas

— antes siempre condenadas a regresar — pueden amplificarse y arrastrar los sistemas hacia nuevos e imprevistos estados estables: las llamadas estructuras disipativas.” (Wagensberg, 2003: 33-34)

Ken Wilber explica la importancia que tuvo el pensamiento de Prigogine para la ciencia:

«Estructuras disipativas son sencillamente una manera de permitir la evolución de estados superiores más organizados, a partir de estructuras menos complejas. Las estructuras disipativas son (...) descripciones de lo que le ocurrirá a la materia para que se desplieguen esferas superiores.» (Wilber et. al., 2005: 206)

Lo humano se mueve y actúa en una estructura más compleja que la de su topología: la iconosfera, lo que convierte la relación con el medio en una biotecnología-relación. Lo cual implica que la identidad es biológica y tecnológica. Esto es lo que complica el conocimiento de la identidad y por extensión de la labor de la educación artística: lo cultural, como lo biológico, siempre tiende a nuevos estados de existencia, en este caso, y debido a la globalización ese estado es transcultural. Cuando lo íntimo y lo público estaban separados de lo próximo e inmediato era más fácil distanciarse, pero con la incorporación del ocio al hogar y la telemática ya no hay diferencias entre el hogar y lo social.

3.4. El intercambio cultural y la aparición del monstruo.

En el intercambio transcultural, todo contacto producirá necesariamente cambios cognitivos. Este procedimiento por el cual un sistema artificial de una cultura se traslada al espacio de otra a través de lo virtual, cambia el curso por el que tradicionalmente esta cultura (o ese cuerpo o esa mente) adquiriría sus imágenes y lenguajes. Aparece una escritura que inscribe cambios no genéticos en el comportamiento de los individuos. Para Derrida, como en Rousseau, “la perversión del artificio generará monstruos”:

“La naturaleza está afectada –desde el afuera– por una perturbación que la modifica en su adentro, que la desnatura y la obliga a separarse de sí misma. La naturaleza al desnaturarse a sí misma, al separarse de sí misma, recibiendo naturalmente su afuera en su adentro, es la catástrofe, acontecimiento natural que trastoca la naturaleza, o la monstruosidad, separación natural dentro de la naturaleza. La función que asume en el discurso rousseauiano (...) la catástrofe, es delegada aquí a la monstruosidad (...) ¿Por qué debe sustraerse la lengua materna a la operación de la escritura? ¿Por qué considerar esta operación como una violencia y por qué la transformación será solo una deformación?... son casos teratológicos». (Derrida, 2003: 54-55)

Como estudió Foucault, el monstruo humano tiene como marco de referencia “la ley” de la naturaleza, por lo que su campo es “jurídico biológico”. En su existencia, su forma delata la violación de las leyes de la sociedad y las leyes de la naturaleza, por lo que es una figura que se evidencia por real y por natural a un tiempo. El monstruo “contradice la ley”. Es una forma espontánea, inesperada, brutal, que evidencia los mecanismos que operan en la naturaleza, su transformación, evidencia la forma natural como contranaturaleza. Es nos dice Foucault, “un modelo en aumento”, la “forma desplegada por los juegos de la naturaleza misma en todas las pequeñas irregularidades posibles.” (Foucault, 2001: 58 y ss.) Esta figura del monstruo, que era exaltada en los siglos XVIII y principios del XIX se vuelve cotidiana en el siglo XX. Como expresaba Michel Foucault, el monstruo era –al tener como marco a la naturaleza y a la sociedad, al conjunto de leyes del mundo– un ser “cosmológico o anticosmológico”. Su trivialización es por lo tanto, consecuencia en gran medida de haberse confundido con las otras dos figuras de la anormalidad: el individuo a corregir, cuyo marco de referencia es la familia; y el individuo masturbador, cuyo marco de referencia era el dormitorio, la cama, el cuerpo. Hasta el siglo XX, las tres figuras permanecían separadas. Pero, ¿y ahora?

3.5. *El monstruo consume los sueños de la razón: de genes a memes.*

¿Quién o qué es Frankenstein? Frankenstein es una criatura representativa de la sublimación romántica, es una especie de ser ilógico y agráfico, especie ni real ni natural, alumbrado por el rayo eléctrico de la tormenta, que carece de madre (de matriz), producido como engendro científico-técnico. Frankenstein sólo encuentra su identidad en la nieve, donde huye alejándose de los espejos, de las especulaciones, de las imágenes de la forma y de la materia. Frankenstein inspirado en Prometeo, es el que roba el fuego a los dioses, la técnica y con ella la posibilidad de transformar su propia naturaleza. ¿Por qué Mary W. Shelley crea el monstruo de Frankenstein? Este monstruo, esta imagen que no nace de parto natural, sino de “parto real”, es el “fruto” de la tecnología, y por tanto carece de biografía. Los mitos claman porque ascienda

“la imaginación al poder”, como contrapartida al exceso de racionalización de la existencia y de todo lo existente. Porque, ¿qué es un monstruo? Un monstruo es un ser “sobrenatural”, la intensificación de la naturaleza. Como nos dice Serrat Crespo, en la presentación a la novela de Shelley:

«Ciertamente, el tránsito del siglo XVIII al XIX es, al mismo tiempo, un paso de lo real a lo fantástico, de lo deducido a lo imaginado, de lo pensado a lo sentido, porque el hombre empieza a experimentar en sí mismo con lo real, lo deducido y lo pensado pueden ser (...) unas magníficas orejeras que le fuercen a mirar en una sola dirección (...) mientras le impiden la visión de regiones imprescindibles, sus propias regiones.» (Shelley, 1997: 8)

Richard Dawkins en *El gen egoísta* (1976) acuñó la expresión meme, como correlato cultural de lo que en la transcripción natural es el

gene, definiéndolo como “cualquier bit de información (o grupo de bits) transmitidos por procedimientos conductuales de un individuo a otro.” El meme es el gen mental, un paquete cultural que se transmite por imitación. Su hábitat natural es el cerebro, allí nace y desde allí coloniza a otros cerebros (Wagensberg, 2005) El meme es lo que permite que la cultura exista. Tener memoria, hacer memoria, saber de sí mismo. Son “mismos”, que, como recuerda Roger Vigouroux, dependen de estructuras estéticas externas, extracerebrales, públicas (1996: 203) Profundizando en este término, encontramos memento: recordarse (memmi: “recuerda”), un imperativo que llega como una cacofonía: me-me-meme..., una onomatopeya sin demasiada inteligibilidad ni codificación (como si se dirigiese más a los oídos que a los ojos). En su raíz está mem-: “pensar, y derivados que se refieren a estados de la mente”; es una forma redefinida con cada generación: memmis: “pasar dos veces”. Con vocablo mom-eyo es “monstruo”: “lo que hace pensar”, “recordar algo a alguien”. Pero también es “lo que conoce”. El monstruo es la conciencia o nuestra mente.

4. Conclusiones-soluciones: aproximándonos a la identidad

4.1 Primera solución a la identidad: ruptura con la comunicación.

No comunicarse no es llevar la contraria, sino entorpecer, poner trabas al proceso comunicativo, eso es jugar a contradecir. Paradójicamente, parece ser que la imposibilidad de definir una imagen guarda relación con la capacidad de poseer cierto anonimato. Paul Virilio afirmaba a finales del siglo XX que la guerra económica avanzaba enmascarada por la promoción de una mayor libertad de comunicación, y en este tipo de conflicto de información la estratégica publicitaria debería ser revisada y corregida (1999: 74). Esta idea de globalidad como sinónimo de uniformidad, está también presente en el discurso de McLuhan, que se reduce a la siguiente serie de afirmaciones: 1) El medio o canal de comunicación determina el mensaje por él transmitido; 2) este mensaje - o tipo de mensajes provocado por un medio dado- conforma a

la sociedad; 3) esta sociedad genera un “concepto de mundo” o visión de la realidad; 4) este concepto de mundo determina las formas de actividad socialmente pertinentes: “Por lo que se produce una transposición entre fines y medios y el mensaje transmitido no es independiente del medio empleado a este fin.” (De Ventós, 1984:113) Justamente, “persona” – entendida como el modelo ideal para la construcción de una identidad– se realizaba en relación a los demás, a la alteridad y al devenir de los otros, en el entorno: “La promesa de una televisión interactiva (...) equivale de algún modo a la liberación de los telesclavos, relegados hoy en día a trabajar para Telépolis sin tener derecho a voz ni a máscara en el ágora: sin ser personas.” (Echeverría, 1994: 23) El espectáculo genera un entorno superreal e innatural. Jean Baudrillard, como sabemos, teorizó acerca de este desajuste entre la identificación del sujeto con el objeto y el cambio de paradigma del espejo al espectáculo. Afirmaba que esta realización

de un satélite vivo, en un espacio cotidiano, in vivo, correspondía a la satelización de lo real, a lo que él llamaba el “hiperrealismo de simulación”, llegó a la conclusión de que la naturaleza cotidiana del hábitat terrestre hipostasiado significó el fin de la metafísica, y el comienzo de la era de la hiperrealidad.

«Lo que quiero decir es esto: aquello que se proyectaba psicológica y mentalmente, que solía vivirse en la tierra como metáfora, como escena mental o metafórica, a partir de ahora es proyectado a la realidad, sin ninguna metáfora, en un espacio absoluto que es también el de la simulación.» (Baudrillard, 1998:190)

4.2. Segunda solución a la identidad: la idea de borrosidad o el Hermes ciego.

¿Cual es el antónimo de la comunicación? Pienso que lo contrario a “comunicación” es el “enmascaramiento” del discurso, su borrosidad. Contra el “comunicacionismo” o exceso de comunicación y umbilicación se propone educar en la práctica de la borrosidad como estrategia de liberación o práctica del “olvido voluntario”. El comunicacionismo es una enfermedad de las sociedades actuales, es como un síndrome: el de un Hermes ciego, que transmite mensajes sobre la superficie de un espejo que nadie es capaz de descodificar ni de visualizar, imposibles de transformarse en una imagen finita. Ejercer una hermenéutica del sujeto en este exceso de comunicación es imposible, no existe la posibilidad de traducir los hechos a representaciones. Por lo tanto, tan solo una práctica consciente de desumbilicación con las imágenes mediáticas y sus mensajes puede solucionar parcialmente el problema de la identidad al llevarnos a otro tipo de relación con el medio.

4.3. Tercera solución: el paso de la imagen espejo a la imagen cognitiva

Entre todas las definiciones que nos interesan del concepto “homúnculo” consideraremos la que se emplea comúnmente para describir “una figura humana distorsionada dibujada para reflejar el espacio sensorial relativo que

nuestras partes corporales representan en la corteza cerebral”. Tal como vemos en la Figura 4, los labios, manos, pies y órganos sexuales son considerablemente más sensibles que otras partes del cuerpo, por lo que el homúnculo tiene labios, manos y genitales extremadamente grandes. La imagen óptica de nuestro rostro en el espejo difiere realmente de cómo nos percibimos táctilmente. El homúnculo es un mapa somatosensorial resultado de la asociación entre el cortex con los miembros del cuerpo. Una cosa es el reflejo de nuestra imagen y otra muy distinta la representación de nuestra consciencia. La identidad no es una imagen óptica. La identidad del rostro está en el saber pasar de una imagen de naturaleza especular a una imagen de naturaleza cognitiva. Una es la representación física; la otra incorpora un mapa psíquico a la imagen; una es una representación mientras que la otra es una proyección. Algo también interesante de este modelo es que el aspecto del homúnculo se

transforma con el cambio de edad y con las vivencias. Ni su representación ni su cognición son algo estable o universal.

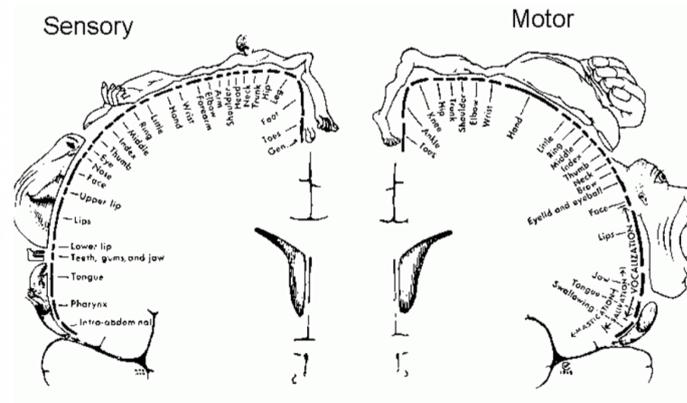


Figura 4

Mapa del homúnculo del Penfield (W. Penfield y T. Rasmussen, 2050). Una percepción cognitiva somatosensorial del cuerpo. El tamaño de cada órgano depende de cómo lo percibe nuestro cerebro. A la izquierda sensorial; a la derecha motora.

4. 4. Cuarta solución a la identidad: más allá de la representación estática.

En las Sociedades de Control como la nuestra (pensemos en los casos de espionaje masivo: Snowden, Wikileaks, Vatliliks...), es necesario educar en la práctica de la sospecha (el Estado vigila, hay un Gran Hermano global, existe el Espionaje Masivo y geopolítico...), la salida a la ignorancia individual, la huída del sistema que procura el analfabetismo ciudadano audiovisual, la escapada, decimos, de este modelo, ya no puede ser la de la identidad representada. Ya no puede -ejerciendo la práctica de la sospecha-, constituirse en una imagen de representación; y por una razón bien sencilla: esta imagen sería rápidamente absorbida por el sistema para actuar con

mayor eficacia sobre la libertad individual, apagando la novedad. Por lo tanto, no es posible una solución icónica. La solución será cognitiva.

Si nos quedamos inmersos en la representación proyectiva (cónica, axonométrica) tan solo podremos percibir una posición de cada vez, una posibilidad estática, cuando necesitamos referencias dinámicas. El individuo tiene que aprender a ver con la mente y no con los ojos, percibir más allá de las superficies de representación, de los límites de su cuerpo y saber profundizar en lo complejo. La incorporación de la dimensión del tiempo, y por lo tanto, del desplazamiento y del movimiento en las imágenes actuales, exige cada vez más una identidad transitadora y

una pedagogía de lo dinámico.



Figura 5
René Magritte, *La violación*, 1934
Editorial Tachen, Magritte, p. 31

4.5. Quinta solución a la identidad: entender el cuerpo como un rostro.

¿Rostro como cuerpo? Será preciso, para conocerse y educarse, para identificarse e identificar en la Sociedad del Espectáculo lo que nos sucede, considerar –puesto que no se trata de un problema de representación desde lo sensorial, sinónimo de proyección cognitiva- los sentidos sensoriales habituales junto a otros sentidos que

denominaremos sentidos sociales. Al hablar de “sentido”, debemos situarnos en el contexto del “sentido común” el cual, al tratarse de un problema social, de vivir en una comunidad, se

transforma en “sentido de lo común”, de lo compartido, algo que desde luego, no dejará de alterarnos los esquemas constantemente ya que no depende solo de nosotros, sino de lo que le ocurra a la sociedad en la que vivimos: “La alteridad –indicaba Roland Barthes– es el concepto más antipático para el “sentido común” (2000: 45)

5. Conclusiones

El problema del rostro, de la imagen que se nos ofrece y de la identidad en el contexto del Espectáculo es un problema compartido, lo cual complica la posibilidad de disponer de una identidad finita, de disponer de una imagen propia que nos identifique. Sin este rostro finito identificado y que nos hace sentirnos “personas” sabemos que la responsabilidad y

la libertad son imposibles. Hoy, a la comunidad de sentidos sensoriales tradicionalmente considerados, debemos añadirle otros nuevos que surgen de enlazar la

Sociedad del Conocimiento (lo cognitivo) a la Sociedad del Espectáculo (lo dramático): los sentidos sociales. Pero, ¿cuáles son? Antes de indicarlos, debemos pasar (hacer el esfuerzo mental) de centrarnos mentalmente en el rostro/cara yendo hacia la idea de un rostro/cuerpo (Figura 6), ya que la identidad no se genera solo en “la cara” ni es el vehículo de nuestras relaciones. Dispondremos así de nuevas imágenes: a) el rostro entendido como cuerpo, y b) el cuerpo entendido como rostro, al que los tradicionales sentidos se le añaden otros nuevos: el anal, el sexual, el manual (las manos), el peatonal (los pies) y el umbilical. Todos –sensoriales y sociales- serán considerados como aperturas de entrada y de salida de identidad, órganos para el Conocimiento, enlaces con el Espectáculo (y viceversa), y por lo tanto, necesitados de educación.

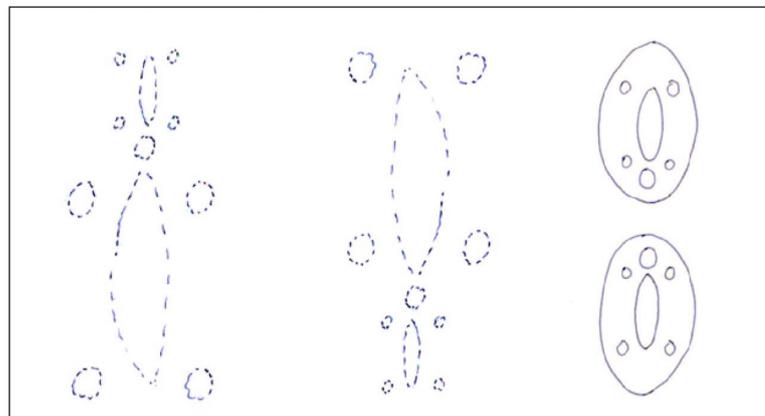


Figura 6

A la izquierda: el rostro y el cuerpo; en el centro, la misma imagen volteada en la que el cuerpo adquiere la condición de rostro y este la del cuerpo; a la derecha: el rostro reflejado origina un cuerpo. Cada círculo representa una apertura sensorial. En el rostro: ojos, nariz, boca, orejas; en el cuerpo: manos, pies, ombligo.

MARTIN CAEIRO

Autobiografía: MARTÍN CAEIRO RODRÍGUEZ, martin.caeiro@unir.net, Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). Logroño (LA RIOJA), <http://www.unir.net> ;; Doctor en Bellas Artes (2008, Universidad de Vigo); Licenciado en Bellas Artes (2003) y Diploma de Estudios Avanzados (2005) en la Facultad de Bellas Artes de Pontevedra;; Curso de Adaptación Pedagógica (CAP) en la Facultad de

Ciencias de la Educación (Pontevedra, 2004);; Acreditado por ANECA, ha realizado numerosos cursos de formación enfocados, tanto a la práctica artística, como a la investigación y a la docencia. Actualmente es miembro del Claustro de profesores de la Facultad de Educación de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR). Es director del Departamento de Didáctica de las Artes Plásticas y Visuales y profesor de diversas asignaturas en el Master de Formación del Profesorado de Educación Secundaria (Especialidad Dibujo y Artes Plásticas), y en Grados de Infantil y Primaria, actividad que compagina con la Dirección de Trabajos Fin de Máster y Fin de Grado. Ha realizado una tesis doctoral sobre el concepto de lo “imaginal”: El Reino imaginal: viaje de lo natural a lo real y viceversa;;.Diversas exposiciones como Zoografías del Alma (Museo Verbum. Casa das palabras de Vigo, 2007), Proyecto Neuston, Experimento 1: explorando la interfase (Museo del Mar de Vigo, 2009). Coeditor de los libros Guía práctica de la Carrera Investigadora en Bellas Artes (Universidad de Vigo, 2007), Notas para una investigación artística (Universidad de Vigo, 2008) y La cultura transversal: colaboraciones entre arte, ciencia y tecnología, (Universidad de Vigo, 2010);; Ha publicado diversos artículos como: El aborigen y sus imágenes (Revista Latinoamericana de Filosofía, Política y Humanidades Araucaria, 2009);;, Exponer lo imaginal: reproducir y representar (Revista Arte, Individuo y Sociedad, Universidad Complutense de Madrid, 2009);; Tecnopatías de la educación artística: reflexiones en torno a la enseñanza y aprendizaje digital del arte (Biblioteca ONLINE, 2015);; o el relato Othijero y el agujero mágico (Editorial Xerais de Vigo,(2008)

Referencias

- BACHELARD, G. (1994), El agua y los sueños. Madrid: Fondo de Cultura Económica
- BACHELARD, G. (1994), La poética de la ensoñación. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- BACHELARD, G. (2000), La poética del espacio. Madrid: Fondo de Cultura Económica
- BARTHES, R. (1987), “La muerte del autor”, en El susurro del lenguaje. Barcelona: Paidós, 1987.
- BARTHES, R. (2000), Mitologías. Madrid: Siglo XXI Editores.
- BAUDRILLARD, J. (1998), “El éxtasis de la comunicación”, en La posmodernidad, Hal Foster (Ed.). barcelona: Kairós
- CAEIRO, M. (2010), Jaque la Universo: Seis cantos de luz (Inédito)
- DAWKINS, R. (1976), El gen egoísta. Madrid: Editorial Labor.
- DE VENTÓS, R. X. (1984), Las metopías. Metodologías y Utopías de nuestro tiempo. Barcelona: Editorial Montesinos.
- DELEUZE, G. y GUATTARI, F. (2002), “Año cero-Rostridad” en Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia. Valencia: Pre-Texto.
- DELEUZE, G. y GUATTARI, F. (1998). El Antiedipo. Capitalismo y Esquizofrenia. Barcelona: Paidós

- ECHEVERRÍA, J. (1994), *Telepolis*, Ediciones Destino, col. Destino Libro, Barcelona.
- ECO, U. (1984), *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini
- ECO, U. (2001), “Superman como modelo de heterodirección”, en *Apocalípticos e integrados*, Tusquets Editores y Lumen, col. Fábula, Barcelona, trad. de Andrés Boglar.
- FOUCAULT, M. (2001), *Los anormales*. Madrid: Akal ediciones
- FOUCAULT, M. (1999) “¿Qué es un autor?” en *Entre filosofía y literatura. Obras esenciales I*. Barcelona: Paidós.
- GELL-MANN, M. (2007), *El quark y el jaguar, aventuras de lo simple a lo complejo*. Barcelona: Tusquets editores
- LYOTARD, J. F. (1998) *Lo inhumano. Charlas sobre el tiempo*. Argentina: Manantial
- MARGULIS, L. y SAGAN, D. (2008), *Microcosmos*. Barcelona: Tusquets Editores
- ORWELL, G. (2005) 1984. Barcelona: Ediciones Destino
- PRIGOGINE, I. y NICOLIS, G. (1997), *La estructura de lo complejo*. Madrid: Alianza Editorial
- RITZER, G. (2002), *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*, Barcelona: Editorial Ariel.
- SHELLEY, W. M. (1997), *Frankenstein. El moderno Prometeo*. Barcelona: Ediciones Grupo Zeta
- VIGOUROUX, R. (1996), *La fábrica de lo bello*. Barcelona: Editorial Prensa Ibérica
- UNIÓN EUROPEA (2009), *Conclusiones del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros reunidos en el seno del Consejo de 26 de noviembre de 2009 sobre el desarrollo del papel de la educación en un «triángulo del conocimiento» que funcione plenamente: Diario Oficial de la Unión Europea*.
- VIRILIO, P. (1999), *La bomba informática*. Madrid: Cátedra
- VV.AA., (2005) *El paradigma holográfico, Una exploración en las fronteras de la ciencia*. Barcelona: Editorial Kairós
- WAGENSBERG, J. (2003), *Ideas sobre la complejidad del mundo*. Barcelona: Tusquets Editores
- WAGENSBERG, J. (2005), *La rebelión de las formas. O como perseverar cuando la incertidumbre aprieta*. Barcelona: Tusquets Editores