

Blanco, Marcela

Alumna de doctorado en el programa de Investigación en Arte Contemporáneo Universidad País Vasco

Perdomo, Karina

Alumna de Máster en Artes Visuales y Educación, Universidad de Granada

SELF, un acontecimiento visual

SELF, a visual event

TIPO DE TRABAJO: Comunicación.

PALABRAS CLAVE

Cultura Visual, Visualidad, Imagen, Self, Dispositivo.

KEY WORDS

Visual Culture, Visuality, Picture, Self, Device.

RESUMEN

En esta investigación se indaga acerca de las visualidades que adoptan las personas, especialmente adolescentes y adultos jóvenes, creadas a partir de un imaginario incorporado e influenciado por la cultura visual contemporánea. Autores como Mirzoeff, Martins y Tourinho nos adentran en esa temática, entendida como la excesiva proliferación de imágenes en los diversos soportes tecnológicos de circulación. Este fenómeno contemporáneo es conformado por el infinito universo de las redes sociales, las cuales se han convertido en el soporte por excelencia de nuestra imagen institucional y social. La creación de una interfaz experimental como plantea Català, se constituye como una propuesta que hace referencia al vacío representativo de las múltiples imágenes repetitivas e indiferenciadas a las cuales tenemos acceso de manera permanente y que se posicionan en nuestro cotidiano de una manera omnipresente y sublime y que distan de ser imágenes evocadoras de una identidad cimentada en estructuras de autenticidad, originalidad y singularidades que sean capaces de conformar nuestra personalidad que nos permita acercarnos y diferenciarnos del otro. El móvil con su cámara y la publicación en las redes sociales constituyen hoy el espejo del que ya nos habló Lacan en cuanto a la conformación del yo. Esta investigación se plantea la interrogante hipotética acerca de una posible regresión a esa etapa de inmadurez y de reconocimiento que inicia un camino hacia, tal vez, una nueva psicología digital del ser humano internauta, brindándose como un contorno a rellenar. Algo así como un nuevo mapa que precede a un nuevo territorio.

ABSTRACT

This research is about the visuals that people adopt especially adolescents and young adults, created from an imaginary incorporated and influenced by contemporary visual culture. Authors such as Mirzoeff, Martins and Tourinho take us into this theme, understood as the excessive proliferation of images in the various technological circulation supports. This contemporary phenomenon is shaped by the universe of social networks, which have become the stand for excellence of our institutional and social image. The creation of an experimental interface as proposed by Català, is constituted as a proposal that makes reference to the representative vacuum of the multiple repetitive and undifferentiated images to which we have permanent access and that are positioned in our daily life in an omnipresent and sublime way. These images are far from being evocative of an identity based on structures of authenticity, originality and singularities that are capable of shaping our personality that allows us to get closer and differentiate ourselves from each other. The mobile phone with its camera and the publication on social networks are today the mirror that Lacan told us about, in terms of the conformation of the self. This investigation raises the hypothetical question about a possible regression to that stage of immaturity and recognition that initiates a path towards, perhaps, a new digital psychology of the human being internet user, offering as a contour to fill. Something like a new map that precedes a new territory.

INTRODUCCIÓN

De forma habitual nuestras sociedades se ven asfixiadas en ambientes visuales, imágenes que se presentan frente a nuestra vista de forma irreflexiva e instantánea.

Como reflexiona Mirzoeff (2003) vivimos en “la tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia” (p.23). Esta idea representa la sociedad de hoy en día, donde cada individuo intenta representar las cosas que no son visualmente representables asistidos por la gran cantidad de dispositivos tecnológicos que nos rodean, porque de otra forma no conseguiríamos verlo.

Mirzoeff continúa explicando “efectos más espectaculares de la visualización han tenido lugar en la medicina, ya que a través de una tecnología compleja, la tecnología visual lo han transformado todo: desde la actividad cerebral hasta el latido, en un modelo visual” (p.23).

Esto se debe según los autores Martins y Tourinho (2009) a que los aparatos multimedia se han convertido en un recurso de fácil acceso al alcance de toda la población mundial. Esto si bien es una gran democratización tecnológica a su vez contribuye al desarrollo de la polución visual debido a la incesante cantidad de imágenes que se producen.

Según el portal de estadísticas Statista¹, en su artículo publicado con fecha del siete de marzo de dos mil dieciocho, expone datos sobre el universo online correspondiente al año dos mil diecisiete, dando como resultado un promedio de 243.000 imágenes por minuto en Facebook y 65.000 en Instagram. Pero la fascinación por la imagen no es algo reciente, según la mitología Narciso quedo fascinado por su propia imagen, luego la aparición de la cámara oscura, después la invención de la Linterna mágica, evolucionando hasta alcanzar el cinematógrafo y así podemos encontrar muchos más ejemplos sobre el atractivo que produce la representación de la imagen.

METODOLOGÍA

En la década del setenta, la obra *TV Buddha* del videoartista Naum June Paik, se expone en Bonino Art Gallery en New York. Este trabajo nunca fue explicado conceptualmente por el autor. A partir de esta razón se han realizado diferentes líneas interpretativas y una de ellas fue elaborada por Charles Garoian y Ivonne Gaudelius (2008) colocando el énfasis de la obra en una alerta crítica a la condición visual en la contemporaneidad. El autor realiza su obra con una estatua de Buddha, sentado mirando para una imagen de sí mismo reflejada en la pantalla de una televisión, ese escenario esta mediado por una cámara de video creando un circuito cerrado. Creando una metáfora solipista de miradas, el Buda mira fijamente a la televisión, en la cual esta representada su imagen, la televisión mira al Buda devolviéndole su representación, la cámara también mira al Buda y capta su imagen para transmitirla, de esta manera todos los dispositivos que conforman el circuito cerrado miran al Buda. Aquí los autores plantean una interrogante: “¿Quizás esta mediación electrónica de la cultura visual representada en esa televisión simboliza ese “sistema cerrado” en sí mismo dentro del cual los espectadores son seducidos y anestesiados por la cultura de la mercadería?”² (p.96, traducción propia)

La potencia de la obra se encuentra en los objetos empleados, lo que simbolizan cada uno de ellos por separado, pudiendo hacer un sin fin de combinaciones para conseguir un concepto sobre la propuesta que plantea el artista. Pero debemos pensarla en su conjunto, como una creación visual, cada elemento compone ese universo expuesto por Paik. Garoian y Gaudelius, (2008, traducción propia) afirman que “Paik desafío el concepto de cuerpo como “la pantalla” en la que se proyectan los códigos culturales que predominan, a través de los cuales se determina la identidad.”³ (p. 97)

En esta obra Paik construye una metáfora contemporánea en función del cuerpo, un cuerpo desbordado de doctrinas y conceptos culturales que constituyen una identificación. El Buda representa una proyección intrínseca de una imagen corporal que esta siempre en permanente transformación. Cuerpos que se van adaptando, se van disciplinando, conforme a la sociedad en la que viven.

El objetivo principal del proyecto y el fundamental requisito que mantenía la investigación era buscar producir relaciones entre un dispositivo de imagen y los sujetos en un espacio y tiempo determinados. Analizando estas referencias nos adentraremos en la línea interpretativa que es de especial interés para el proyecto, concordando con Mirzoeff (2003) “cuando entramos en contacto con aparatos visuales, medios de comunicación y tecnología, experimentamos un acontecimiento visual. Por acontecimiento visual entiendo una interacción del signo visual, la tecnología que posibilita y sustenta dicho signo el espectador” (p.17). De esta manera la pesquisa contribuye al desarrollo de un ojo crítico, abandonando el concepto ordinario de imagen cómo fuente de información o ilustrativa.

¹ Empresa dedicada a recopilar datos e información sobre los consumidores fuera y dentro de internet, con su sede principal en Hamburgo.

² “Could the electronic mediation of visual culture through television be considered a “closed system” unto itself within which viewers are seduced and anesthetized by the visual tropes of commodity culture?” (Garoian y Gaudelius, 2008, p.96)

³ “Paik challenged the concept of the body as the “screen” on which the prevailing codes of culture are continually projected and through which identity is determined” (Garoian y Gaudelius, 2008, p.97)

A partir de la colaboración del profesor Daniel Argente perteneciente al área de Lenguajes computarizados del “Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes”, de Montevideo, Uruguay, se comenzó a producir la interfaz que debería capturar los movimientos entre el espectador y el dispositivo. Además debería funcionar de manera autónoma provocando con sus movimientos a los sujetos colaboradores localizados delante del dispositivo.

A partir de un sensor kinect se creó el aparato cuya función era la de estimular con sus movimientos a los sujetos colaboradores. El sensor logra identificar a los sujetos que se colocan por delante, mediante un algoritmo que va mapeando la imagen que se encuentra en su campo de visión.

Esta interfaz experimental como bien plantea Català (2005) :

“se conjugan, pues, dos mundos antagónicos y dos dramaturgias igualmente opuestas, que ahora pueden trabajar conjuntamente, de la misma forma que otra de sus características destacadas es que, en su terreno, las operaciones matemáticas se transforman en estética y ésta en operaciones matemáticas” (p.540)

Es decir se fusionan dos universos diferentes y distantes, colaborando, procesando guarismos con la finalidad de otorgar imágenes y a la inversa se produce el mismo procedimiento. A partir de esta conjunción entre la tecnología y el ser humano se obtienen unas imágenes que transmiten una representación del sujeto (*fig.1*) que tiene por delante en sensor.



Figura 1. Fotograma de video, elaboración propia.

DESARROLLO

Fenómenos tales como la democratización de la web, su uso como hábito natural, la saturación de imágenes, las multimedias, la realidad virtual y simulada, etcétera, se presentan como elementos influyentes en nuestra comunicación, en nuestro pensamiento y en nuestra identidad.

La era digital ha cambiado nuestra manera de ser, aprender, enseñar y de estar en el mundo.

Baudrillard (1990) plantea una reflexión “estadio video ha reemplazado al estadio del espejo” (p.31). Esta categórica afirmación, retrata una realidad contemporánea, el autor entiende que el estadio del espejo es una marca significativa para los individuos. El espejo no altera, solo refleja una imagen visual coherente con una imagen física. Reproduciendo, duplicando, investigando una correspondencia entre la razón de la representación y aquello que ella representa. Obviamente podemos decir que hay una similitud y siendo de esa manera, esa proyección se transforma en seducción.

Baudrillard (1981) manifiesta:

Narciso apaga su sed: su imagen ya no es «otra», es su propia superficie quien lo absorbe, quien lo seduce, de tal modo que sólo puede acercarse sin pasar nunca más allá, pues ya no hay más allá como tampoco hay distancia reflexiva entre Narciso y su imagen. El espejo del agua no es una superficie de reflexión, sino una superficie de absorción (p.67).

La imagen reflejada que cautiva no es el propio esplendor de su rostro, hay algo mucho más atrayente, algo que seduce, algo ilusorio y que no es real.

Con ese enfoque se intenta comprender el imaginario visual que provoca la producción de selfies, uso de filtros, poses y gestos repetitivos que se presentan como imágenes identificativas, en adolescentes y adultos, proponiendo una mirada alternativa que rescate o intente rescatar un vínculo más íntimo con nosotros mismos llevando al límite de nuestra visualidad en el entendido de identificarnos con una mancha de color que contornea nuestro cuerpo.

Poner en cuestionamiento una tarea introspectiva que intente rescatar ese “yo utópico” o un “yo original”, sería la finalidad renunciando a los estereotipos y usos sociales impuestos por las redes.

En las últimas décadas la cultura digital ha tenido un crecimiento que ha impactado y ha impuesto un nuevo paradigma en nuestra vida cotidiana.

Publicaciones que muestren dónde estamos, qué comemos, cómo vestimos, etcétera, se convierten en parte de ese mundo virtual.

La imagen está presente, es omnipresente y es sublime.

Experimentamos día a día, acontecimientos visuales soportados por medios tecnológicos que cada vez más se familiarizan con nosotros al punto tal de crearnos la necesidad constante de estar conectados, de comunicarnos y de presentarnos a través de las imágenes tal vez descuidando o soslayando nuestra naturaleza introspectiva que propicia nuestras auténticas emociones y nuestra genuina identidad.

Retrotrayéndonos a la teoría de Lacan (1949) sobre la formación del yo que se produce en la fase de desarrollo psicológico del niño que va desde los seis hasta los dieciocho meses, podemos sostener que el niño, en esta etapa, adquiere la capacidad de reconocer su propia imagen en el espejo; siendo éste un acontecimiento que implica una gran alegría porque gusta de su imagen proyectada. Posteriormente al entrar en relación con el otro seguirá proyectando su identidad en otras personas, dando lugar a descubrir aspectos que no le agradan, siendo el otro el espejo que seguirá contribuyendo a la formación del yo.

Este acontecimiento nos permite avanzar conceptualizando al narcisismo como una etapa de identificación propia y exclusiva del ser humano.

El término “narcisismo” (2011) describe un comportamiento por el cual una persona brinda a su cuerpo el mismo trato que daría a un objeto sexual para obtener una plena satisfacción.

Sostiene la existencia de un narcisismo primario y normal basado en la observación en el ánimo de los niños y de pueblos primitivos, estableciendo en la sobreestimación del poder de los deseos, la omnipotencia del pensamiento y de la magia.

Respecto a esto, y situándonos en nuestra época contemporánea resulta importante y necesario señalar que hoy día vivimos insertos en una cultura visual donde la esencia, el ente, el ser de la imagen supera la realidad a la que antes aquella se constituía como referente o medio. Prada (2005) plantea que en esta postmodernidad “lo visual se ha convertido en pensamiento, y ya no es su resultado, medio o lenguaje” (p.131).

Al decir de Baudrillard⁴ el mundo entero ya no es real, vivimos en el orden de lo hiperreal y de la simulación, donde no se interpreta la realidad, sino que se intenta ocultar que ya no es necesaria. Es de esta manera que lo visual se convierte en el producto de una irreflexión que pertenece a la plenitud de lo ilusorio, plenitud simulada, con un exceso de sentido en un sistema que se auto-produce. La imagen ya no es el reflejo, ni desnaturaliza, ni enmascara la ausencia de una realidad profunda, sino que nada tiene que ver con la realidad, siendo su simulacro.

Estamos viviendo el fenómeno de una cultura visual extremadamente compleja, sin estructuras fijas, que lleva a una autosuficiencia de la imagen, y esto sumado al hecho de que el Arte sea un terreno complejo donde se han implantado circunstancias que significan rupturas en cuanto a sus prácticas, nos empuja, ineludiblemente, a reclamar herramientas conceptuales y creativas para insertar los lenguajes del Arte en los sistemas de la imagen contemporánea, para su adecuación, su mejor aprovechamiento, interpretación y para una óptima actitud crítica.

⁴ Esta idea Baudrillard la desarrolla "Cultura y Simulacro" traducido al castellano 1978.

Zygmunt Bauman (2000) habla de una modernidad líquida para referirse a esta época. Utiliza el concepto de fluidez para designar a la etapa actual de la era moderna y lo hace como una metáfora; haciendo una comparativa entre los sólidos y los líquidos, siendo éstos últimos aquellos que constantemente cambian su forma, no se fijan al espacio y no se atan al tiempo. Señala a la era moderna actual como un cambio permanente. La vida tiene diversas formas y todas son frágiles, vulnerables, temporales y cambiantes todo el tiempo. Lo único certero es la incertidumbre. Y es éste nuestro estado normal, llevándonos a ser seres inestables, esquizofrénicos, maníacos, herméticos. Usamos los avances tecnológicos para centrarnos aún más en nuestra individualidad, escuchando el eco de nuestras propias voces y viviendo en un hall de espejos donde lo único que se refleja es nuestra propia imagen.

Según el artículo "Necesidad de reconocimiento y síndrome de selfie: un análisis relacional basado en minería de datos"⁵ las selfies-las que se instituyen como una moda social que se fundamenta en que todo lo que existe es a través de los medios y van más allá del concepto de autorretratos pues necesitan de la publicación y el ser compartidos como una obsesión - son un producto del auge de las redes sociales y su uso excesivo pone en evidencia nuestra vanidad y nuestro narcisismo. Psicólogos, sociólogos y psiquiatras argumentan que este fenómeno puede responder a una baja autoestima, a una construcción de una identidad para ser aprobada, validada por el otro. Es decir, necesidad evidente de construir una identidad y de auto-afirmarse solo con la aprobación del otro. Esta aprobación se implementa con un "me gusta" o un "retwees", además de los comentarios que pueda llegar a tener. Y esto se traduce en popularidad, que a su vez, pretende menguar la soledad, la baja autoestima, la inseguridad y fortalecer nuestro ego mediante la vanidad. Además, de tener la potencialidad de soslayar problemas como la depresión, trastornos obsesivo-compulsivos, etcétera.

La moda selfie modifica conceptos como intimidad, amistad, que hasta ahora se sustentaban en la proximidad física. Este análisis nos habilita a sostener aunque de manera hipotética que la moda de las selfies en las que se evidencia una cierta pobreza representacional, con poses y gestos repetitivos, constituyen una especie de regresión a esa etapa del espejo sostenida por Lacan (1949) donde hay cierta necesidad identificatoria pero con cierta extrañeza e inmadurez, con una alta dosis de narcisismo, donde el espejo es sustituido por la cámara del móvil y su publicación en las redes. Una regresión que tal vez se convierte en una sustitución en la manera de auto-percibirse y en la forma de la conformación de la identidad.

CONCLUSIONES

La propuesta de esta investigación consistió en realizar una reflexión sobre la cantidad de imágenes reinantes a nuestro alrededor que proliferan con la ayuda de los dispositivos móviles. El experimento desarrollado en Montevideo, fue una experiencia de observación utilizando un dispositivo electrónico que funcionó de manera autónoma, registrando el comportamiento de los colaboradores en archivos de video. Los datos obtenidos de la propuesta indican que la mayoría de los individuos frente al dispositivo no sienten desconfort al interactuar con él. Podría decirse que son "seducidos" por sus movimientos.

De esta manera o visual se nos presenta como la libertad necesaria de optar personalmente por aquellas posibilidades, aquellas relaciones, y condiciones complejas y subjetivas, a través de las cuales afloran fenómenos tales como deseos, valores, significaciones, etcétera, y que nos brindan opciones de discursos sustentados por una experiencia estética, pero que no constituye un develamiento de la verdad, sino que obliga a una aproximación a esa experiencia propia e individual. Y ya es nuestra verdad. Y esa verdad, que se nos muestra fragmentada y no única, dependerá de la capacidad interrogatorio que cada uno posea y de la cualidad sensible que tengamos en relación con las imágenes, los soportes visuales tecnológicos y la comunicación con otras subjetividades que aportarán diversos significados. Esto nos evidencia la multiplicación de la interpretación personal acerca de aquella idea de verdad, y obliga a la construcción de un posicionamiento crítico que nos lleve a una comprensión de la imagen visual, que puede ser desde la composición, el soporte tecnológico, y desde los vínculos sociales, económicos, políticos que permiten su observación y su uso. Esto lleva a planteamientos tales como considerar cómo se mira, los contextos, las condiciones y el /los público/s partiendo de la idea de identidades sociales.

FUENTES REFERENCIALES

Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro* (1ª ed.). Barcelona: Kairós.

Baudrillard, J. (1981). *De la seducción* (1ª ed.). Madrid: Cátedra.

⁵ <https://docplayer.es/65407721-Necesidad-de-reconocimiento-y-sindrome-de-selfie-un-analisis-relacional-basado-en-mineria-de-datos.html>

Baudrillard, J. (1990). Videosfera y sujeto fractal. En: Aneschi. (Ed.), y otros. *Videoculturas de fin de siglo* (pp. 27-36), (1ª ed.). Madrid: Cátedra.

Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Recuperado de: <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>

Català, J. (2005). *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual* (1ª ed.). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Garoian, Ch y Gaudelius, I. (2008). *Spectacle Pedagogy. Art, Politics, and Visual Culture* (1ª ed.). New York: State University of New York Press.

Gil, V. (2017). *Necesidad de reconocimiento y síndrome de selfie: un análisis relacional basado en minería de datos*. Recuperado de <https://docplayer.es/65407721-Necesidad-de-reconocimiento-y-sindrome-de-selfie-un-analisis-relacional-basado-en-mineria-de-datos.html>

Martins, R. y Tourinho, I. (2009). *Educação da CULTURA VISUAL: NARRATIVAS de Ensino e Pesquisa* (2ª ed.). Santa Maria: Ed.de UFSM.

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual* (1ª ed.). Barcelona: Paidós.

Prada, J. (2005). *La enseñanza del arte en el campo interdisciplinar de los estudios visuales*. En: Brea, J. L. (Ed.), *Estudios Visuales, La Epistemología de la Visualidad en la Era de la Globalización* (pp.131-144). Madrid: Akal.

Vega, V. y de Vedia, P. y Roitman, D. Narcisismo e identificación en la fase del espejo. Una articulación entre Freud y Lacan.

Recuperado de:

http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/055_adolescencia1/material/archivo/narcisismo_identificacion.pdf