

# Depresión Visual

Percepciones artístico-filosóficas acerca de la  
sobrestimulación visual actual



Amanda Rosa Pérez Morales

Nidia Guiochin Sotomayor

COORDINADORAS



# Depresión visual

Percepciones artístico-filosóficas acerca  
de la sobreestimulación visual actual

AMANDA ROSA PÉREZ MORALES  
NIDIA GUIOCHIN SOTOMAYOR  
*Coordinadoras*



*Depresión visual. Percepciones artístico-filosóficas acerca de la sobreestimulación visual actual*

Publicación auspiciada por la Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales con recurso de POA 2024.

Primera edición: noviembre, 2024.

D. R. © Amanda Rosa Pérez Morales, Nidia Guiochin Sotomayor (coordinadoras).

D. R. © Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales (ARPA)

Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales

Vía Atlixcáyotl No. 2499, Puebla. Puebla

C.P. 72810. Edificio sur 1, primer piso

Teléfono +52 (222) 2295500 ext. 2376 y 2379

**Colaboradoras:** Abril Pezña Vega, Daniela Patricia Álvarez Maceda y Valeria de Paz Gil.

**Imagen en portada:** Perspectiva animal. Óleo sobre tela. 70 cm x 60 cm © Miguel Fernando Lima Ramírez.

**Ilustraciones del interior. Artistas plásticos:** D. R. © María José Fernández Bello; © Oscar Sergio Gutiérrez Hernández; © Vanessa Cano Aburto; © Marco Antonio Méndez Rodríguez; © Valeria de Paz Gil; © Julia Pamela Guzmán Méndez; © Angel Alfonso Medel González; © Horacio Solís Gil; © Uri Ismael Cárdenas Ponce; © Carolina Herrera Baltazares; © Tania Lisset Alavez García; © Nahum Cuetlach Pérez; © Luis Miguel Martínez Cortes; © Auramarina Amador León.

D. R. © Fides Ediciones

Seris 33B, col. CTM Culhuacán, Alcaldía Coyoacán,

CDMX, México, CP 04440

Edición y producción: Fides Ediciones

fides.ediciones@gmail.com

www.fidesediciones.com.mx

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos de esta obra por cualquier medio o procedimiento, sin autorización escrita o expresa de los autores y de la editorial.

No. de registro: 03-2024-110811090100-01

ISBN: 978-607-5901-21-3

Hecho en México.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN. HACIA UN SABER SOBRE LA IMAGEN.....	7
I. DE LA IMAGEN EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA <i>Víctor Gerardo Rivas López</i> .....	13
II. PERMANECER EN LA FUGACIDAD: EMOCIONES, SENTIDOS Y AFECTOS CONQUISTADOS POR INTERNET <i>Nidia Guiochin Sotomayor</i> <i>Jaime Torija Aguilar</i> .....	27
III. LA HIPERPOSITIVIDAD DE LA IMAGEN COMO OBLITERACIÓN DEL PENSAMIENTO CRÍTICO <i>César Alberto Pineda Saldaña</i> .....	41
IV. EL CRITERIO COMO HERRAMIENTA DE RESISTENCIA EN EL CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES <i>Gary Manuel Gómez Espinoza</i> .....	57
V. WITTGENSTEIN, IMÁGENES DEL MUNDO Y MITOLOGÍAS CONTEMPORÁNEAS <i>Felipe de Jesús Arámbula Ibáñez</i> .....	73

VI. LA POÉTICA DE LA FOTOGRAFÍA EN JUAN RULFO COMO RECOGIMIENTO VISUAL <i>Víctor Alejandro Ruiz Ramírez</i> .....	87
VII. LA IMAGEN COMO EL ORIGEN DE LA SOLEDAD. UNA APROXIMACIÓN MEDIÁTICA <i>Gabriela Farías Islas</i> <i>Carlos Alberto Berriel Mastretta</i> .....	103
VIII. REFLEXIONES SOBRE LA FOTOGRAFÍA DIGITAL. UNA LECTURA DESDE ROLAND BARTHES <i>Nayeli Josela Romero López</i> .....	115
IX. FORMAS VIRTUAL-TECNOLÓGICAS DEL MAL DE OJO Y EL OJO DE NAZAR: APUNTES DESCRIPTIVOS PARA PENSAR UNA POSIBLE CIBERSUPERSTICIÓN <i>Amanda Rosa Pérez Morales</i> .....	127
X. EL ESTOICISMO COMO HERRAMIENTA PARA COMBATIR LA DEPRESIÓN VISUAL <i>Ángel Alfonso Medel González</i> .....	151
XI. ELOGIO DEL CANSANCIO. APUNTES PARA SOBREVIVIR AL AGOTAMIENTO VISUAL <i>María Luisa Solís Zepeda</i> .....	165
ÍNDICE DE OBRAS .....	183

## INTRODUCCIÓN. HACIA UN SABER SOBRE LA IMAGEN

Las sociedades actuales se encuentran inmersas en el exceso de la imagen, así como en la inmediatez y el bombardeo de informaciones que no siempre terminan asimilándose. A la par de los avances tecnológicos, donde también se rompe la esfera entre lo público y lo privado, es importante reflexionar en torno a los fenómenos conductuales, psicológicos y físicos que se abordan desde la filosofía y el arte.

Hoy en día el mundo, entiéndase como el lugar que asimilamos para interactuar, posee dos dimensiones que tocan al ser humano y que se conforman de manera recursiva: la que se inscribe en la virtualidad y aquella que podría expresarse tangible. Esta manera de aprehender el entorno confronta lo que consideramos propio con lo inasible, pues al mostrarse en una aparente dualidad se propician estados de agotamiento mental y físico, los cuales se instauran a través de afectaciones oculares, episodios de ansiedad y angustia hacia el vacío que supone tal multiplicidad del estar. Sin embargo, es importante destacar que la sensibilidad será siempre inherente a las personas y así como los estados anímicos se perturban, también propician que la expresión artística nos conmueva. Así, el movimiento y su expresión a través de la palabra y la plástica ratifican la experiencia vital; nos conduce a la reflexión y al gozo.

El inagotable campo de la filosofía aquí encuentra terreno fértil para exponer las preocupaciones que atañen a esta condición humana que se fascina con la rapidez, pero, al mismo tiempo, se plantea la contradicción entre un estar y una ausencia que afecta las relaciones interpersonales. Las percepciones sensoriales obligan a preguntarse ¿lo que veo se encuentra en el terreno de “lo real”? He aquí uno de los cuestionamientos que nos conducen a replantear qué es la “realidad”

o si ésta existe en tanto se habla de ella. Nada es unívoco pues en cada uno de los ensayos y obras plásticas contenidas en este libro logran establecer planteamientos que, si bien no tienen respuestas, sí tocan la sensibilidad de cada uno y de cada una, lo cual nos conduce a la certeza de un estar vivo.

Ahora bien, al hablar de “lo visual” nos encontramos con diferentes perspectivas como se verá en cada uno de los textos y obras plásticas contenidas en este trabajo. Así, tenemos las reflexiones en torno de la hipervisualidad y sus consecuencias en la psique y salud orgánica, pero también es importante apreciar que el arte constituye una fuente inagotable de expresión, por lo que ha logrado ajustarse a los desafíos actuales. Justamente el uso de la tecnología en favor de la creatividad ofrecerá que los espectadores medien entre el consumo sinsentido y la apreciación artística que, sin duda, mantendrá esa conexión emocional entre el creador y el espectador. En este tenor podemos apostar por una visión más optimista respecto de la pesadumbre que pudiese ocasionar la depresión visual, pues a través de la historia las imágenes han estado presentes y nos han permitido conocer el mundo y experiencias, solo que ahora se viven tiempos distintos a los que la condición humana se va adaptando paulatinamente.

Justamente pensar la imagen en el tiempo remite a la lente fotográfica y al ojo del artista que aprehende ese momento único e irreplicable que el espectador contempla antaño en el papel y hoy en la pantalla. La fotografía revolucionó el ámbito de la plástica; probablemente su irrupción causó ese vértigo entre la fascinación y el miedo; sin embargo, el ser humano, por elección, naturaleza o adaptación, integró al arte esta manera de mirar para compartir obsesiones y placeres.

Las experiencias inmersivas, por otro lado, permiten que las personas no solo sean espectadoras de un mundo virtual-real, sino que forman parte de éste e interactúan al interior de contextos variados; no obstante, ese lapso dedicado a la vivencia virtual vuelve a tocar el tema del criterio en tanto que la inmersión puede convertirse tanto en una experiencia satisfactoria como perjudicial y evasiva si se abusa de ella.

Además de las reflexiones mencionadas, en este libro se cuestiona la delicada línea que separa lo público de lo privado, pues las redes sociales y las plataformas alimentan la cultura del espectáculo al exponer la vida personal como producto de consumo. La difusión de imágenes personales o videos que muestran el de-

terioro de la salud, por ejemplo, pone de relieve la necesidad de las personas de ser vistas, aunque ello implique un alto costo físico y emocional.

El trabajo que presentamos pone de manifiesto que todos nos encontramos en un constante movimiento pendular entre el uso y abuso de los artefactos técnicos. Nuestra forma de relacionarnos con la tecnología pareciese que se construye a partir de una base que obliga a vivir de prisa, de ahí que consideremos la necesidad de hacer una pausa para compartir los fantasmas que nos merodean y establecer lazos comunicativos que nos identifican y acompañan a pesar de padecer una percepción que constantemente se altera y afecta.

La expresión plástica, realizada por estudiantes de dicha especialidad, constituye una propuesta experiencial en donde la ingenuidad y la frescura concilian contrastes verbales y gráficos. En medio de la vorágine que implica la vida diaria, invitamos al lector a leer y observar las reflexiones y obsesiones en un caleidoscopio cuyos fragmentos conforman un todo que conjunta letra y color y el pensamiento noble de manera que nos vemos e identificamos como criaturas sensibles que comparten la diversidad del mundo.

Amanda Rosa Pérez Morales<sup>1</sup>  
Nidia Guiochin Sotomayor<sup>2</sup>  
*Coordinadoras*

---

<sup>1</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales/Departamento de posgrado en Estética y Arte, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Centro de Estudios Filosófico-Culturales. Correo electrónico: amanda.perezmorales@correo.buap.mx

<sup>2</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: nidia.guiochin@correo.buap.mx





*Desenfoque*

María José Fernández Bello. México, 2022.

Fotografía. 1600 mpx x 900 mpx



# I. DE LA IMAGEN EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA

VÍCTOR GERARDO RIVAS LÓPEZ<sup>1</sup>

*A Concepción Figueroa.*

## INTRODUCCIÓN

La tesis fundamental aquí es que la saturación mediática y visual de la cultura responde actualmente a la dinámica a la par vertiginosa y centrífuga de nuestro ser histórico, que a falta de un orden natural de la existencia que funciese como paradigma de cualquier forma de representación, apunta a la espontaneidad de lo vivencial como su único fundamento incontestable. Esto implica un choque entre la condición aleatoria y a la par sistemática de las imágenes que se distribuyen socialmente y la capacidad personal de integrarlas fuera del instante que cada una muestra o de la identidad que trata de proyectar, lo cual se hace aún más arduo si se intenta darles un sentido original o artístico en lugar de sólo informarlas y transmitir las a cualquiera de nuestros contactos. Para desarrollar esta tesis, divido mi reflexión en tres secciones: en la primera, dilucido cuál es la función sociocultural de las imágenes en la actualidad con base en la división básica que propongo entre lo informativo y lo expresivo; en la segunda, doy un paso atrás para fijar las condiciones por las que el ser histórico se define

---

<sup>1</sup> Facultad de Filosofía y Letras/Departamento de posgrado en Estética y Arte, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Colegio de Filosofía, Universidad Autónoma de México. Corre electrónico: cupio\_dissolvi@prodigy.net.mx

para nosotros en el vacío que deja la falta de una imagen arquetípica del hombre; en la tercera, hablo del problemático nexo psicológico, ideológico y estético de ambas determinaciones. Aclaro que, en aras de ser fiel a mi propia experiencia –la cual retomo no porque sea mía sino porque desde una perspectiva trascendental es como la de cualquier otro sujeto–, sólo recurriré a las ideas de algún pensador cuando lo juzgue necesario para fundamentar mi reflexión.

## I

Partamos de una diferencia esencial en las imágenes que saturan la cultura y, en concreto, la videoesfera como nos las hace ver cualquier rato que pasemos frente al monitor respectivo: por un lado, tenemos imágenes que se originan en medios de comunicación masivos que muestran el multitudinario acontecer social en todas sus facetas, sobre todo en dos de ellas: la política y la comercial. Respecto a la primera, uno mira casi siempre en tiempo real o con un desfase mínimo cómo se configura el orden internacional en torno a las decisiones de tal o cual jefe de estado, cómo intervienen grupos varios en los movimientos sociales en un país o región y, por último, cómo la respectiva institución hace frente a esos movimientos o a catástrofes naturales. En una palabra, uno presencia el devenir que a todos nos afecta y cómo actúan ante él diversas instituciones; aunque lo más significativo no es eso, sino que la inmediatez de la transmisión nos da literalmente la imagen de que intervenimos en él por más que eso sea una ilusión.

En cuanto a la segunda faceta, la comercial, uno mira una serie de anuncios en los que casi siempre se le ofrecen servicios o productos que van de lo absurdo a lo inútil pasando por la evidente condición de lo prescindible. Lo que llama la atención en este caso es que el despliegue visual que en ocasiones llega a lo fantástico o a lo inverosímil, se contrapone a la satisfacción de necesidades supuestamente elementales, lo que siempre hace dudar de si es a uno a quien se dirige la imagen –máxime cuando se trata de promocionar experiencias u objetos que uno podría gozar al máximo, a condición, no obstante, de ser tan deslumbrante como la gente que aparece en la pantalla, de estar con alguien como ella y, sobre todo, de tener el nivel adquisitivo que aparenta ser el suyo.

En contraposición a la clase de imágenes políticas o comerciales, que llamaré *informativas* porque hacen ver la dinámica social con supuesta objetividad, hallamos otras de muy diversa índole, a las que llamaré *expresivas* pues simplemente muestran algo tal como lo experimenta alguien o, también, qué le parece algo que ocurre. De la pléyade de posibilidades que encuentro en este campo, señalo las tres que considero más importantes: la autofoto, el meme y el vídeo de corta duración. En cuanto a la primera, me refiero especialmente a aquella en la que la imagen es el resultado de una intervención por parte del modelo/técnico/transmisor casi siempre con el ánimo de parecerle gracioso o ingenioso a sus contactos; la segunda, en cambio, normalmente tiene como fin mofarse de algún personaje público –en particular del gobernante en turno– cuando ha cometido una pifia o cuando está en curso algún proceso importante que de acuerdo con el autor del meme aquél no ha sabido manejar; por último, en el corto hallamos la pretensión de hacer ver al destinatario algo que le interesa al autor o de decirle algo de una manera supuestamente original –por ejemplo, declararle su amor pero con el telón de fondo de paisajes supuestamente sublimes y mientras se escucha una canción en boga que les gusta a ambos–. En conjunto, remiten a una actitud extraña, si es que no excéntrica, frente a la realidad, que consiste en *sustituir cualquier valor creativo o crítico de la imagen por uno puramente expresivo que, sin embargo, nunca trasciende la inmediatez de la comunicación*: no es que con la intervención de la autofoto uno busque mostrar un estado de ánimo peculiar o que con el meme se haga gala de un humor fino, pues eso podría interrumpir la transmisión instantánea de la imagen que para mantenerse como tal, no debe pasar de la impresión que da al mirarla.

Este rasgo nos permite vincular las dos clases de imágenes que comentamos, la informativa y la expresiva, pues pese a que su correspondiente intención sea en principio diversa o inclusive contraria –una muestra la convulsa actualidad del mundo, mientras la otra exhibe los excesos del sentimentalismo o de la mediocridad personales–, coinciden a la postre en la relación *sui generis* que plantean entre lo que muestran y el efecto que se supone buscan tener en quien las mira. En ambos casos se trata de *entretener* en el sentido más cabal del término, de detener al espectador y hacerlo sentir que está en contacto directo y propio con la realidad, pues esta no es más que lo que él tiene a la vista, de suerte que la política internacional se juega en las escenas de la cumbre en curso, no porque

en ellas se discuta algo a fondo sino porque los estadistas dan su mejor ángulo ante las cámaras, y algo similar ocurre, *v. gr.*, en el caso de las autofotos retocadas en las que los efectos especiales suplen la necesidad de aclarar el estado de ánimo del modelo, pues, como dice una frase muy conocida, “una imagen dice más que mil palabras”. Entre lo informativo y lo expresivo no hay entonces, la menor distancia y, justo esa continuidad le da la condición global o auténticamente sistémica de la transmisión cuyo único fin es la subjetivación de la existencia o, por decirlo mejor, la identificación automática de ser e imagen en la superficie de la pantalla (Lipovetsky et Serroy, 2007: 23).

Conviene hacer hincapié en que la condición global de la imagen no alude al sentido histórico, político o religioso de su contenido, pues la temporalidad que la marca es la de lo instantáneo que absorbe por completo hasta la eternidad de lo divino, por lo que las imágenes de celebraciones religiosas tienen un formato espectacular prácticamente idéntico al de los partidos del Mundial de balompié en algunas de sus infinitas fases o al de los conciertos de rock del cantante en boga. Cada toma es autónoma respecto a las demás pero sólo interesa porque está en continuidad con ellas, de modo que la realidad se fragmenta infinitamente y en ningún momento se recompone ni hay posibilidad alguna de interrupción, y por eso, por ejemplo, hay que repetir en cámara lenta al menos una vez la jugada magistral, el gesto triunfal del “artista” sobre el escenario o la mirada de beatitud del jerarca para que el espectador en el que se funden el aficionado, el fanático y el fiel pueda recrearse por un momento, aunque tenga que compensar ese placer con la pérdida de los que han transcurrido mientras él se deleitaba con la imagen de algo fuera de serie por más que eso, reitero, sólo valga porque se concatena con el resto de la transmisión. En suma, lo global no está tanto en el alcance de la imagen a través de la red como en la sobreposición de todas las perspectivas temporales en una sola que, si es fija como la fotografía, tiene el dinamismo de lo sistémico para impulsarla y, si es dinámica como la del video, se proyecta a merced del deseo del espectador de no perderse ni el más mínimo detalle.

Se hace ahora comprensible que *el problema que la imagen plantea para la cultura actual consiste más en su aplastante pretensión de que se la tome por lo real, que en su brutal proliferación*, pues aunque es cierto que inunda hasta el más recóndito espacio de la representación, lo tremendo es que no dé pie para distinguirla psicológica y críticamente de lo que nos descentra y a la par nos

orienta sin prometernos la realización total de nuestro deseo. Desde ese punto de vista, la imagen en cualquier época anterior siempre ha sido símbolo de lo que nos muestra sin pretender ocupar su lugar y, de ello, la imagen religiosa o la artística nos dan el mejor ejemplo: cuando según la leyenda Inocencio X exclamó “¡demasiado verdadero!” al ver terminado el espléndido retrato que le pintó Velázquez, su expresión muestra a las claras una certeza que ha tenido valor absoluto hasta prácticamente el inicio del siglo XX, a saber, que la imagen no es la cosa porque entre ambas se cruza la realidad humana. Más aún, es peligroso o hasta ominoso que la imagen se confunda con lo real porque en ese caso nada impide que nos perdamos en ella en vez de dar con aquello que debe, en cambio, mostrarnos. Mas si la imagen se mimetiza con la realidad, el deseo, en lugar de despertarse como debería, se agota en una multitud de impulsos de corta duración que no llevan a ninguna parte y, uno acaba en un mundo de fantasía que sólo tendría sentido en la infancia y eso porque nos muestra una diversidad vivencial que a esa edad no podríamos descubrir de otra manera.

## II

Para redondear lo dicho hasta aquí, cambiaremos de plano discursivo y volveremos la mirada a tres hechos axiales en la historia del siglo XX y lo que va del XXI que, según yo, permiten hablar de una función insólita e inquietante de la imagen en la cultura: la guerra, el viaje a la luna y, sobre todo, el desarrollo de la videosfera. Veamoslas por separado, no con la idea de contextualizarlas empíricamente –lo que sería indispensable desde un enfoque historiográfico–, sino con la idea de ver en qué han contribuido a la saturación visual contemporánea.

Cualquier reflexión sobre la guerra a partir de la Primera Guerra Mundial –que no vano en inglés también se la llama simplemente “la Gran Guerra”–, tiene que considerar, más que la de por sí espantosa proporción y violencia del conflicto, el hecho de que a través de ella se ha puesto en jaque la imagen del hombre como un ser que –a partir del credo iluminista y de su reformulación positivista– se halla en un incesante progreso hacia el dominio total de la naturaleza, lo cual obviamente implica su propia naturaleza. Este doble dominio autoconsciente hace que sea el hombre el objeto privilegiado de la cultura moderna, por

encima de la división entre lo natural y lo social que para la filosofía tiene un valor secundario: “el mejor y el más avanzado de todos los conocimientos me parece ser el del hombre” (Rousseau, 1973: 55). De modo que a pesar de la continua demarcación de nuevos campos de conocimiento científico, la unidad de todos ellos depende de cómo se proyecte lo humano como valor supremo del saber y al unísono como ideal que gracias a la razón puede superar las contradicciones de la naturaleza física, entre las cuales, por cierto, destacan la agresividad y el ansia de dominio que son las fuerzas que imperan en lo orgánico o animal y que explican que el progreso tenga un carácter innegablemente contradictorio, en particular cuando se le mira desde una óptica sociopolítica y económica como la que sostiene el discurso marxista sobre la liberación de la esencia creativa del hombre respecto a cualquier forma de alienación.

Esta dialéctica de un ser en esencia racional, a pesar de las tensiones que enfrenta en su relación con la naturaleza orgánica e histórica, salta en pedazos, sin embargo, ante la guerra como fenómeno mundial en el que so capa de defender la justicia como valor internacional (en la Primera) o de llevar a su realización el ser del hombre bajo la imagen totalitarista del pueblo ario (en la Segunda), se echa a andar una maquinaria cuyo fin es la aniquilación inmisericorde y telemática de poblaciones enteras. Lo anterior permite entender que, aunque ha habido terribles conflictos bélicos desde el origen de los tiempos y aunque la violencia contra la población siempre ha sido el telón de fondo de las grandes gestas, la guerra para la época contemporánea, tiene un peso muy distinto, pues en ella, más que la lucha y la violencia en torno a un ideal, lo que salta a la vista es la muerte no como el fin de la vida, sino como la intrascendencia de lo humano frente a factores tan aleatorios como industrializar el genocidio o apretar un botón para que vuele una ciudad (obviamente, aludo a *Hiroshima, amor mío*). De ahí que a partir de 1914 el mundo y la cultura se saturen de imágenes de bombardeos, matanzas y hambrenas, todo lo cual va a dar a la que podríamos considerar la imagen por antonomasia del siglo, la que nos muestra cualquier reportaje visual de los campos de concentración, cuyo horror oscila entre la miseria de los sobrevivientes que se apiñan frente a las cámaras sin poder quizá creer en su liberación y el espantoso rictus de los muertos que se apilan como material de desecho junto al crematorio en donde se borrarán todo rastro de su existencia y, con ella, la posibilidad de pensarla con mínima coherencia (Nancy, 2005: c. 3).

En cuanto al viaje a la Luna, lo decisivo para mí es que se haya convertido en la génesis de un triple proceso: por un lado, aunque no haya sido la primera transmisión masiva de un fenómeno con impacto social inmediato (eso es el funeral de Kennedy) y aunque tampoco haya sido el acontecimiento más visto en la historia –lo es la inauguración de los Juegos Olímpicos de 2008–, sí ha sido la primera que ha tenido un alcance auténticamente global; por otro lado, ha permitido ver en tiempo real un acontecimiento axial desde cualquier ángulo y muy en concreto, un ángulo filosófico, ya que ha hecho visible el alcance literalmente cósmico de lo humano que de un modo u otro, es el fin último del proyecto moderno a partir de Descartes; por último –que es quizá lo más interesante para nosotros–, ha hecho patente la posibilidad de *metamorfosear cualquier empresa o ideal intelectuales en un espectáculo multitudinario con un éxito garantizado de antemano*. Al hablar de espectáculo no me refiero nada más al entretenimiento trivial y mucho menos a la participación en un ritual colectivo sino, en un sentido más profundo, a la posibilidad de poner cualquier clase de realidad al alcance de todo mundo siempre y cuando se cuente con el dispositivo *ad hoc* para registrarla y transmitirla a quienes no participan porque tengan convicción alguna o fe en lo que se muestra sino meramente porque aparece en el monitor. Ante esa ceguera endémica, lo espectacular se convierte *ipso facto* en lo especular pues, en lugar de exigir un desarrollo de la consciencia para asimilar el sentido de la imagen, lo muestra con todo detalle en un plano, más que empírico, doméstico y/o cotidiano (Rivas López, 2021: 515).

Esta reducción de lo espectacular se consuma en el tercer fenómeno que he mencionado: la súbita aparición y el pasmoso desarrollo de la videoesfera que en cuatro décadas ha pasado de un sistema de transmisión de información especializada –fuese de seguridad o académica– a ser una dimensión del mundo de la vida (Lipovetsky et Serroy, 2007: 110). Y esto es lo que para mí destaca de lo videoesférico, que sea la estructura de la realidad sociohistórica merced a la cual nos comunicamos unos con otros y participamos en todos los movimientos con los que diversos grupos reivindican su problemático derecho y, en flagrante contradicción con ello, un auténtico mundo al margen o hasta en contraposición con la dinámica social. Al decir esto quiero recalcar que, si bien a lo largo de la historia siempre ha habido una tensión entre el conjunto de símbolos con los que se organiza la vida social y el valor personal de los mismos –sea de la índole

que sea–, lo que llama la atención respecto a la videosfera es que la única forma de diferenciar imagen en un sentido peyorativo de imagen como expresión de lo que se pone en juego, para uno sea precisamente el desbordamiento visual cuyo rasgo más extraño es el ir en contra de la estructura socioeconómica o sociopolítica de lo sociohistórico.

Así, mientras que, por ejemplo, la mitología grecolatina suponía la diferencia entre lo divino y lo humano, pero como expresiones opuestas de la originaria unidad existencial de ambos –y por ello la imagen de los dioses no era más que la visión ideal de la de los hombres, y la continuidad trascendente de lo natural y lo cultural se mantenía sin problema (Hegel, 1989: 72)–, la videosfera supone la condición ideológica e incontestable de lo humano o, más bien, de lo subjetivo al margen de lo natural o de cualquier otra determinación; de suerte que pese a que en el terreno de los hechos todos tenemos que someternos a exigencias productivas generales que definen de manera prácticamente inapelable el papel que jugaremos en la vida social, en la videosfera nos vemos como seres absolutamente libres de cualquier constricción. Como evidencia, un botón que ya hemos espigado en la sección anterior: la de esas aplicaciones que permiten trabajar la imagen de uno de tal suerte que o se le agreguen detalles supuestamente chuscos –como la nariz y las orejas de un gato, por ejemplo– o se metamorfosee al punto que termine por ser del todo distinta a lo que uno es –y entonces un hombre de pelo en pecho aparece como una mujer de tremenda sensualidad–. Se trata de devastar cualquier forma de ser natural y recrearse en una apariencia que, a leguas del luminoso poder de lo apolíneo, no busca lo esencial sino lo sensacional. Lo que no evita que la imagen deje de ser una proyección y se convierta en la representación más fidedigna de un deseo que se ha realizado, *en apariencia*, sin otra dificultad que la que supone hallar los medios económicos o técnicos para ello.

Si retomamos en conjunto estos tres fenómenos, veremos por qué la imagen tiene en la cultura actual un sentido por completo distinto al que ha tenido prácticamente hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial, a saber, integrar el orden de lo natural y de lo humano. Para nosotros, en cambio, la imagen muestra el desarrollo de formas de ser irreconciliables con una supuesta naturaleza o con la igualmente supuesta medida que impondría la racionalidad sobre el deseo de cada cual, porque, como lo deja en claro más que nada la paradójica preponderancia de lo videoesférico sobre lo sociohistórico, la cuestión aquí es *a qué imá-*

*genes recurrir para dar cuerpo al deseo en la propia cultura*, en primera, por encima de la amenaza de la devastación y la muerte indiscriminada que desencadena u opera la guerra (Nancy, 2005: c. 2); en segunda, al margen de la trivialidad de un espectáculo infinito para el que el entretenimiento va de la mano con la nivelación de cualquier acontecimiento a la condición indispensable para retransmitirlo; y, en tercera, ante la oposición que hay entre un devenir que obedece a fuerzas inconmensurables para cada uno y un mundo donde cualquiera interviene de manera directa y eficaz en la configuración de su ser como si este fuera, es decir, una imagen o, mejor dicho, una apariencia.

De tal manera que, a través de la guerra, la proyección espectacular de lo humano a un nivel literalmente supralunar y el vínculo paradójico de lo visual y la realidad, se traza una serie de sentidos sociohistóricos para la imagen que no puede comprenderse sin saber cuál es en sí la función de lo visual en relación con la temporalidad, que es lo que atenderemos a continuación, aunque ello implique otro cambio drástico en el plano discursivo.

### III

Sin ir más lejos, ¿en qué se funda el privilegio de la vista sobre cualquier otro de los sentidos? En el hecho de que gracias a ella podemos objetivar la realidad, fijar la presencia de una cosa en medio de la realidad y, al unísono, precisar la serie de características o aspectos que le dan su condición singular a través del tiempo y en el espacio (Merleau-Ponty, 1945: 310): así, una fotografía de una habitación bañada de luz que se haya hecho desde la puerta, no tiene nada que ver con una que muestre la misma habitación desde la pared contraria y envuelta en la luz del crepúsculo. Con el curso de las horas y desde un ángulo distinto, la habitación parecería otra si no fuese por la presencia de ciertos objetos, v.gr., los pesados cortinajes que se aprecian o a la derecha o a la izquierda de cada una de las fotografías, que, sin embargo, en la matutina lucen azules y en la crepuscular parecen grises. Y, de hecho, lo serían sin mayor problema para cualquiera que viese la fotografía si no fuese porque tiene a la vista la otra y entonces ve que la diferencia de color se debe a la de la hora. O sea que la percepción de cada fotografía exige hacerse consciente de la acción del tiempo y de la disposición de

espacio en ella, que en este caso se ponen de manifiesto a través de la luz y de la perspectiva aunque en otros lo hagan de modos harto distintos.

Este ejemplo ilustra claramente, por una parte, por qué la imagen visual tiene una indiscutible preponderancia sobre cualquier otro tipo de imagen –en concreto, sobre la verbal– y, por otra parte, por qué aun en el caso de las imágenes más extrañas o sorprendentes hay que tomar en cuenta la temporo espacialidad para que lo que nos muestran se integre en la realidad vivencial de uno con todos los límites y relatividades que esto supone al hablar de sujetos que tengan grados de edad, madurez y educación en esencia inconmensurables respecto a los demás (Rivas López, 2021: 207). Es decir, una cosa es ver qué aspecto tiene una habitación a cierta hora, y otra la clase de relación afectiva que es capaz de suscitar en uno, que por fuerza se funda en la consciencia de que la mirada es la de la misma persona.

El tiempo o el espacio –o, por ser más precisos, el instante y el lugar– por lo común pasan desapercibidos pues en virtud de la condición objetivadora de la vista sólo miramos lo que tenemos frente a nosotros, pero salen a la luz, cuando integramos cualquier imagen en el flujo existencial, sea el de uno o sea el de cualquiera de las cosas que la imagen despliega –por ejemplo, cómo lucía la habitación hace muchos años–. La ignorancia de lo cual, provoca sin más un conflicto, y no tanto respecto al aspecto concreto del lugar –sea de mañana o al anochecer y desde la puerta o desde el ángulo contrario, igual uno mira en las fotografías de la habitación los cortinajes– sino respeto al sentido de cada cosa en la interrelación estética de lo que se nos muestra (¿son azules o grises? ¿Sugieren melancolía o pesadumbre?). Lo que, a su vez, implica un perpetuo reacomodo crítico entre la disposición visual que la imagen despliega y la capacidad de que eso tenga sentido para uno, es decir, de que sirva para orientarse hacia la unidad vivencial que se busca alcanzar vía la imagen, que de esta guisa hace patente su función en la existencia como la unidad elemental de la integración del ser en las en principio infinitas posibilidades de la temporo espacialidad (Casey, 2000: 105).

Huelga decir que esta función radicalmente ontológica de la imagen que consiste en mediar entre la presencia de las cosas, el instante, el lugar y la sensibilidad de cada cual, se ha perdido en la época contemporánea, o más bien, ha cambiado drásticamente de sentido gracias a los tres acontecimientos que hemos rese-

ñado en la sección anterior y que en conjunto suponen la desaparición de un referente cultural básico para que cada cual lidie con las complejidades existenciales, psicológicas y estéticas del devenir. Si en un plano personal la imagen es la célula de cualquier proceso de integración del devenir, también lo es en un plano sociocultural e histórico, de suerte que en última instancia *podría definirse la cultura como el sistema de producción, ordenamiento y valoración de las imágenes con las que una comunidad o una sociedad le dan sentido o se lo hallan al devenir*. Empero, sin una visión del mundo en la que la imagen del hombre o de cualquier otra forma de ser tenga un sentido mínimamente reducible a una experiencia común o trascendental, la presencia de las cosas, los rasgos que las caracterizan y el correspondiente estado de ánimo quedan a la deriva, chocan unos con otros, se fragmentan y cuando vuelven a recomponerse lo hacen de modos tan raros que apenas ofrecen interés si se les juzga desde una óptica sociopersonal o cultural aun cuando *a primera vista* resultan indudablemente vistosos, entretenidos o excitantes. Lo más significativo en este caso es que estos tres términos tienen con frecuencia un dejo peyorativo por cuanto nos llaman la atención un instante pero no son capaces de fijarla al siguiente, de manera que –por volver a la axial función ontológica de las imágenes– en lugar de reforzar la consciencia de nuestra insoslayable remisión a la realidad que compartimos con los demás –cuya expresión, empero, no implica reivindicar una estética realista–, la devasta sin ofrecer nada a cambio, excepto la impresión que pese a todo lo fuerte que pueda ser no deja huella alguna en uno.

Lo más grave de este ominoso “olvido del ser” es que del mismo modo que en un ámbito personal reduce la imagen a la visión de algo en esencia ajeno a las determinaciones afectivas de quien la mira –aunque sea el mismo que la ha producido–, en uno sociocultural la reduce a una especie de “instantánea” que –con independencia del sentido exclusivamente técnico del término, el cual es además anacrónico tras la invención de la fotografía digital– sólo sirve para captar lo que alguien haya visto quién sabe dónde o cómo. Y aunque esta dificultad de fijar, ya no digamos la referencia objetiva de la imagen, sino su factible nexos con uno es, de hecho, un rasgo positivo –pues da pie para un proceso de interpretación que puede ser sumamente rico cuando se actualiza al cabo de un tiempo o cuando se lleva a cabo de cara a la integración sociopersonal–, dada la cantidad de imágenes que inundan la realidad cultural, termina por ser lo contrario pues al reiterarse

*ad nauseam* impide que el espectador lo asimile en cuanto tal, es decir, en cuanto elemento de una realidad que desborda cualquier punto de vista particular. Con todo, la cuestión sigue siendo cualitativa y no cuantitativa, pues las marejadas de imágenes que nos ahogan en todas las esferas de la cultura y muy en particular en la ciberesfera, son el resultado y no la causa de la ruptura de la unidad simbólica de la existencia, ante la cual cada uno se afana por “trascender” cuando a duras penas logra *impresionar*.

Concluamos: con base en una desarticulación de la unidad existencial entre el devenir y el ser del hombre, la imagen es para nosotros la posibilidad siempre cuestionable de rearticular tal unidad desde una vivencia que, sin embargo, carece de la fuerza indispensable para comunicarse allende las abstracciones de lo informativo o el sentimentalismo de lo expresivo. Lo anterior no impide, claro está, que en cualquier momento alguien dé el salto fuera de esa dicotomía y nos haga sentir la potencia avasallante de lo real. Mas esa posibilidad que antaño era la razón de ser del arte en cuanto espiritualidad *sui generis*, hogaño es algo que uno constata sólo en el instante de compenetración con una imagen que, sin ser excepcional, nos hace cimbrar aunque no logremos quizá nunca saber por qué. *Vale*.

## BIBLIOGRAFÍA

- Casey, E. S. (2000). *Imagining. A phenomenological study* (2a. ed.). Indiana University.
- Hegel, J. G. F. (1989). *Lecciones de estética*. (Trad. Raúl Gabás). Península.
- Lipovetsky, G. et Serroy, J. (2007). *L'écran global. Du cinéma au smartphone*. Ediciones del Umbral.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Fenomenología de la percepción*. Gallimard.
- Nancy, J.-L. (2005). *The ground of the image*. (Trad. Jeff Fort). Fordham University.
- Rivas López, V. G. (2021). *Aparecer. La poética de la configuración*. Biblos.
- Rousseau, J.-J. (1973). *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes*. Aubier Montaigne.



*Salida de emergencia*

Oscar Sergio Gutiérrez Hernández "Yeyo". México, 2022.

Pintura acrílica sobre papel algodón 300 g, 45.7 x 30.5 cm



## II. PERMANECER EN LA FUGACIDAD: EMOCIONES, SENTIDOS Y AFECTOS CONQUISTADOS POR INTERNET

NIDIA GUIOCHIN SOTOMAYOR<sup>1</sup>

JAIME TORIJA AGUILAR<sup>2</sup>

*A Leonardo, nuestro mejor maestro.*

### INTRODUCCIÓN

Las imágenes, en estas últimas décadas de avance tecnológico en los medios de comunicación, son factores que influyen en el comportamiento psicológico ya que inciden considerablemente en las emociones. Afectan la existencia misma de los individuos debido a que a partir de ellas se construye una vida llena de sensaciones que, en la actualidad, desembocan en ambientes alejados de la realidad. Al mismo tiempo, despiertan en sujeto la necesidad imperante de ser observado y entrar así al mundo del espectáculo y el consumo, de manera que su estabilidad queda supeditada al juicio del gusto de los demás; este último es decisivo para mantener un entusiasmo que se evapora de forma inmediata. Si no se realizan dichas condiciones, la presencia de la persona corre un grave riesgo. Ejemplo de estas realidades podemos verlo en fenómenos como el *mukbang*, que consiste en comer grandes cantidades de comida durante una transmisión

---

<sup>1</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: [nidia.guiochin@correo.buap.mx](mailto:nidia.guiochin@correo.buap.mx)

<sup>2</sup> Facultad de Artes, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: [jaime.torija@correo.buap.mx](mailto:jaime.torija@correo.buap.mx)

en vivo; veremos brevemente el caso de Nikocado Avocado, quien ha llegado a los extremos físicos y emocionales para mantener una gran audiencia.

Para sustentar lo anterior creemos necesario resaltar, en primer lugar, el dominio de la imaginación que se expresa a través de las imágenes, las cuales están íntimamente relacionadas con las emociones –interconexión inherente entre el individuo con las imágenes–; sin embargo, con el desarrollo tecnológico en las comunicaciones se rompe la relación equilibrada, entre ambos, para expresar alteraciones en la conducta. Las transformaciones las podemos observar en gran parte de las funciones sensitivas, en la comunicación interhumana, en el sentido de la autoestima, en las formas de estructurar el conocimiento, así como en las nuevas expresiones artísticas. Ver cómo paulatinamente, pero de manera constante, los sentidos son atrapados y las conductas desvirtuadas, alejándose cada vez más de la realidad en sí para compenetrarse a una vida fantástica a través de la virtualidad; esto nos permite constatar, cada vez más, que el sentido y la condición de la visibilidad física merma la sociabilidad propia de los seres humanos.

#### LAS EMOCIONES, EXPRESIÓN DE LAS IMÁGENES

El tema que nos ocupa está centrado en las imágenes de las que se habla de manera simple o compleja. Entre las coincidencias a las que llegan los expertos en el tema es que son representaciones mentales de las cosas, cuando el objeto no necesariamente tiene que estar presente; también se dice que las imágenes están en el pensar: “es la retención de lo ausente” (Ferraris, 1999: 11); lo que equivale decir que lo que está en la mente no es el objeto material, sino la forma. No obstante, la privación física, las imágenes tienen una fuerza ontológica y psicológica que influye, entre otras muchas cosas, en nuestras conductas porque logran incidir en lo más profundo de nuestro ser, ya que “renuevan el corazón y el alma; dan esperanza a un sentimiento, vigor especial a nuestra decisión de ser una persona” (Bachelard, 1994: 11). Esto nos lleva, por lo tanto, a detenernos para hacer un breve análisis dirigido a la relación intrínseca que se da entre las imágenes y las emociones.

El conocimiento y la sensación corresponden a las partes del alma, a pesar de que muchas de las voces, representantes de diversas disciplinas, sostengan que

una no pertenece a la otra. Cabe aclarar, para entender el porqué de su relación, que al hablar de *sensación* se entiende en el sentido amplio del término, en donde se incluye lo que percibe y elabora el sujeto del mundo real. Aristóteles (2008) diferencia estas actividades del pensar y sentir únicamente de “acuerdo con sus objetos”, sea en potencia o en acto: “Cuando se contempla intelectualmente –dice Aristóteles– se contempla a la vez y necesariamente alguna imagen: es que las imágenes son como sensaciones sólo que sin materia” (p. 242). Aquí el conocimiento intelectual y la sensación son las formas “en las imágenes”, los dos elementos están estrechamente apegados. El primero es “forma de formas”, y el segundo “es forma de cualidades sensibles” (p. 242). Como resultado de lo anterior podríamos decir que hay una correspondencia mutua entre el conocimiento y la sensación, ineludible, para que se puedan comprender y expresar las formas.

Cuando hay una referencia a “una representación mental” existe previamente un conocimiento de “algo” que se vio –el cual también puede entrar en la categoría de lo fantástico, si se hace una composición de la imaginación con la fantasía pues, como dice Ferraris (1999): “la *imaginatio* proporciona el hombre y el caballo, la *phantasia* compone el centauro” (p. 14)–, que se puede inventar, no importa lo que sea, puede ser verdadero o falso. De hecho, la definición nos enfrenta a “algo” que no es tangible pero sí sensible, que no es materia, pero sí es forma, y sólo es confiable para sí, pues en nosotros mismos se genera. Por lo anterior, se puede decir que imagen, según Jean Baudrillard (2007), es aquella que “enmascara la ausencia de realidad profunda” (p. 18). Aquí se remarca aún más la ausencia del objeto, o sujeto, pues la imagen está simulando al ídolo ausente, al que no se ve, pero existe.

La alusión es relevante porque nos indica que “la ‘verdadera vida’ está en una imagen ficticia, no en el cuerpo real” (Debray, 1998: 24). Esto valora la capacidad inmortal de la imagen, crear el *imago* que es más fuerte que el espíritu. Esta afirmación de Debray deja a la materia en un segundo plano y sobrevalora el poder de la imaginación. Podríamos decir por analogía que el tiempo presente es el registro de las imágenes, la filmación de nuestras percepciones, que le darán fuerza a nuestra vida a través de los recuerdos, de las imágenes; serán éstas las que nos justifiquen la existencia, ya que sin ellas no tendríamos historia.

Así pues, la sensibilidad trabaja para generar el conocimiento a través de la síntesis que permite reducir las diversas intuiciones que se presentan en la realidad. Esta afirmación conduce a considerar una forma de concebir la imaginación que ya no se reduce a la reproducción de imágenes, sino a un proceso de creación consistente en la construcción de sentido, el cual contiene la creación de figuras, imágenes y formas.

Dicha postura es necesaria para justificar este texto, permitiéndonos inferir que las imágenes influyen en muchas de las actitudes de los seres humanos, tanto en la construcción de la razón que nos guía hacia el conocimiento, como de las emociones, las cuales nos dan la oportunidad de manifestar nuestra vida interior, lo profundo de nuestros deseos. Las imágenes, entonces, son creadoras de las emociones y, podríamos decir, de las pasiones:

la imaginación crea la pasión mediante la evocadora representación, luego organiza los datos sensibles inmediatos y finaliza en un trabajo de elaboración o racionalización interior. Allí dentro, en el hondón del alma, se forjan las pasiones, pues exigen una concentración, una reflexión, una meditación seria y lúcida. (Gurméndez, 1986: 36)

Vemos que una gran variedad de actitudes que se desprenden de los sujetos, como los deseos, la soledad, el vacío, la codicia, la envidia, entre otras muchas pasiones y emociones, se generan a partir de las imágenes. Asimismo, es necesario entender la argumentación anterior para conformar el objetivo que persigue este trabajo, el cual consiste, como ya hemos mencionado, en reconocer que las imágenes tienen una fuerte injerencia en las emociones y, como segundo aspecto, la necesidad imperante del individuo por proyectarse a sí mismo, ser visto, como un recurso necesario para justificar su existencia.

Llegar en los últimos años a esta necesidad imperiosa por reconocerse y ser reconocido desde las imágenes tiene una justificación histórica. Desde luego, cuando estamos haciendo referencia a las imágenes debemos considerar el momento del que se habla, ya que su grado de incidencia en el sujeto está en correspondencia con los avances científicos, tecnológicos, culturales y artísticos.

Actualmente, las redes sociales constituyen un medio de comunicación esencialmente visual. Si bien la palabra acompaña a la imagen, como es el caso de YouTube, por ejemplo, en otras redes predominan textos breves para transmitir

el sinfín de intercambios que se emiten simultáneamente en todo el globo terráqueo. Inmediatez, brevedad y fugacidad de imágenes propician un hartazgo que se alimenta constantemente porque la satisfacción no tiene lugar en un mundo que promueve y logra diferentes grados de enajenación.

Las expectativas juegan un papel importante en el uso y abuso de las redes sociales: se desea cubrir una necesidad imperiosa de ver las novedades de uno o varios temas, pero, prácticamente al mismo tiempo, surge una más, y otra, y otra, de manera que la sobreexcitación del sistema nervioso tenderá a nutrir estados depresivos con los cuales se lidia día a día.

Resulta curioso que en una era donde la imagen ocupa el lugar central se llegue al punto de no ver. Los excesos propician precisamente la indiferencia; esto lo podemos ver en la televisión de paga: ofrece un considerable número de canales con diversos temas; sin embargo, el interés no siempre está acorde con el estado anímico, por lo que se incide en un pasar constantemente los canales para, finalmente, llegar a la conclusión de que “no hay nada”. Lo mismo ocurre con las plataformas dedicadas a la cinematografía: se invierte tiempo en una búsqueda que puede resultar infructuosa a pesar de que las recomendaciones tengan relación con los propios gustos.

El “no ver”, entendido como indiferencia, tiene relación con la depresión, siendo esta un trastorno que afecta al ánimo y afectividad; se distingue “por sentimientos de profunda tristeza, inutilidad, pérdida de interés, desesperanza, pesimismo y falta de confianza en uno mismo” (Ander-Egg, 2016: 57). Si tomamos en cuenta el aplanamiento frente a los estímulos, podemos identificar que, con frecuencia, la saturación de imágenes e información genera cierta apatía, al grado de que el espectador poco o nada se detiene a analizar lo que lee o ve a pesar de que es afín a sus preferencias gracias a los algoritmos. El exceso visual, por lo tanto, propicia hipotimia.

Resulta importante mencionar que las emociones juegan un papel esencial en la vida de las personas; estas, a diferencia de los sentimientos que son de larga duración, constituyen una reacción inmediata a un estímulo; tienen corto alcance, pero se viven con mayor intensidad. La exposición a un constante y contrastante vaivén de emociones genera sentimientos de tristeza, o bien, estados de ansiedad que, en la actualidad, constituyen las principales afecciones de la salud mental.

Partimos de aspectos significativos que se desprenden de la posmodernidad pues, como una expresión del agotamiento de la modernidad, se revelan elementos de conducta de parte del sujeto como es la necesidad de mostrarse a sí mismo de forma exacerbada hacia el exterior, lo que le permite ser mirado por los otros. Así se produce, por lo tanto, un cambio en la forma de mirar, ya que se transfiere la importancia a ser mirado para dejar de darle significación a la “propia mirada”:

La Mirada es lo que postula mi relación inmediata con los otros; pero lo hace mediante una inesperada inversión en la que pasa a ser primaria la experiencia de ser mirado, y mi propia mirada se convierte en una reacción secundaria. (Jameson, 2002: 142)

Es decir, la sorpresa ya no está en lo que miras sino en que te miren. Esto se construye paulatina y paralelamente con los avances tecnológicos, la prioridad al consumo y la masificación de la sociedad, elementos que alimentan el dominio de las imágenes. Los inventos dados en la modernidad van guiando a los individuos a través de los sentidos a fin de ser, como nos dice Oliveiras (2019: 54), un “diseño de sí”. Para que el sujeto se encuentre obsesionado por su propia imagen, la maquinaria de la tecnología se fue introyectando en los sentidos paso a paso hasta verse atrapado en un mundo de imágenes.

La transformación de la vida tuvo como punto de partida las innovaciones tecnológicas, mismas que procuraban estar al alcance de la población. Los efectos emocionales transformaron muchas de las costumbres y comportamientos que daban identidad a las regiones y a los individuos; lo que induce a un rompimiento con la diferencia –que los hace únicos e indivisibles– para homogeneizar sensaciones, gustos y aspiraciones ajenas. El interés se orientó hacia la reflexión fútil, a la búsqueda del entretenimiento, esto para evitar el aburrimiento que se identifica con el temor y vacío existencial. El aislamiento, paradójicamente, es proporcional a los avances tecnológicos que en apariencia permiten una mayor comunicación y “relación” entre los seres humanos. Es, por lo tanto, el inicio de una nueva realidad en la que se percibe un mayor tedio, el cual refleja el temor y el vacío existencial de la sociedad llamada occidental.

Lo anterior lo podemos constatar con la llegada de la radio seguida de la televisión. Fue el punto de partida para atrapar los sentidos hasta llegar, en estos últimos años, a actitudes emocionales que podríamos calificar como anómalas. Vemos cómo el sentido del oído fue apresado por la radio, seguido por la vista cuando se inventa la televisión. De la movilidad que pudieran hacer los radioescuchas para realizar diversas actividades, no obstante escuchar las transmisiones radiofónicas, pasan a la inmovilidad física: la televisión atrapa al espectador y, al mismo tiempo, genera un potencial consumidor. Las imágenes, entonces, toman una gran relevancia al hacer visible lo audible y, lentamente, van creando un mundo ilusorio porque se crea una entelequia configurada a los intereses propios, la cual se va distanciando de la realidad en sí. [Pero, simultáneamente –y es por eso decimos que la televisión es el principio de las transformaciones emocionales de los individuos–] “el hombre sustituye con la mirada su prosaico mundo cotidiano por un mundo que se acomoda a sus deseos” (Gubern, 2000: 22); son, desde nuestra perspectiva, los primeros pasos para sumergirse en un mundo de irrealidades. La televisión y más adelante el internet serán los medios para constituir un imaginario muy alejado de la realidad; una realidad que irá globalizándose para hacer de las imágenes espectáculos simultáneos a nivel mundial. Al respecto, nos dice Fredric Jameson, a través de Perry Anderson: “habitamos un mundo soñado de estímulos artificiales y experiencias televisadas: jamás en una civilización anterior las grandes preocupaciones metafísicas, las cuestiones fundamentales de ser y de sentido de la vida habían parecido tan remotas e insustanciales” (Anderson, 2016: 57).

La desviación en la búsqueda del sentido de vida empieza sobre todo en la comunidad infantil; esta –cuando la televisión toma más fuerza al tener color– empieza a desalojar los parques y las calles, a desprenderse de la naturaleza para ser asidua televidente; la sociabilidad, y consecuentemente, la comunicación, tienden a disminuir porque los niños han sido atrapados por las fantasías que las imágenes televisivas generan, ya que “son máquinas de emoción perpetua que transmiten discursos que son, de cabo a rabo, ideología en el sentido fuerte del término” (Anderson, 2016: 94).

Ante la evolución tecnológica, la realidad del mundo en que viven las personas empieza a cambiar para entrar al terreno de la ficción; los aspectos cotidianos de la comunidad a la que pertenecen pasan a un segundo plano y dan lugar a

situaciones alejadas de su entorno: fidelidades, identificaciones impersonales que son visibles en la pantalla y con quienes construyen una relación emocional y afectiva ajena a la propia. Es junto con el desarrollo de la tecnología cuando se empiezan a debilitar las fronteras entre la vida privada y lo manifiesto, para llegar hoy en día a expresar los sentimientos más profundos hacia un público anónimo.

Frente a las experiencias audiovisuales, y en la medida que se desmoronan los relatos conductores de las concepciones estéticas de la modernidad, se detona la necesidad por debilitar las fronteras de la privacidad; acción que se alcanza cuando se facilita la comunicación a través del acceso a la fotografía, video digital, correo de voz, entre otros instrumentos. La telefonía, el internet y la variedad de plataformas que permiten “acercarse” a un sinnúmero de personas estimula la apertura a confesar las emociones. La red es un territorio idóneo para publicitarse: se cuenta con las plataformas que permiten diseñar la propia imagen, así como con mensajes de texto y orales de quienes confiesan opiniones o estados anímicos íntimos (desavenencias, tropiezos, desventuras, alegrías cotidianas) a un destinatario inespecífico. Este diseñarse o expresarse en redes es una forma de dibujar el interior del alma donde se diluye el “yo” y el “tú”. Ya no hay un autor, diría Roland Barthes, sólo hay destinatario: “la unidad del texto no está en su origen, sino en su destino, pero este destino ya no puede seguir siendo personal” (Barthes, 1968). Se pierde la identidad o, en muchos casos, se falsifican las identidades; asimismo, se diluyen, como ya lo mencionamos, las fronteras de la privacidad para fundirse en lo público:

Las situaciones generadas siempre operan, sin embargo, en torno a formas de la negatividad: pérdida de la privacidad, monitorización, manipulación, atrapamiento, imposición de reglas. Continuamente se habilitan terrenos narrativos donde falsas o dislocadas interacciones comunicativas anuncian continuas obstaculizaciones para el diálogo y el encuentro. (Prada, 2015: 156-157)

La ruptura de la privacidad que se da en las redes sociales se constata a través del número de visitas virtuales, de los “Me gusta”, así como de los comentarios que resultan estimulantes para quien expone o se expone. Sin embargo, también es importante destacar que las opiniones de los espectadores no siempre resultan halagadoras y esto tiene una doble cara: la necesidad de ser aceptado influye en

los estados anímicos, de manera que el acoso se ha vuelto una conducta frecuente en las redes sociales y ha incidido en los suicidios sobre todo de los jóvenes; en contraparte, están quienes más que prestar atención a las puntos de vista desfavorables, le dan mayor peso a la cantidad de asistencias que logren alcanzar.

Un ejemplo que muestra conductas extremas se puede apreciar en el *mukbang*, actividad que consiste en consumir una gran cantidad de comida durante una transmisión en vivo.

En 2010 ocurrió algo de forma espontánea en la plataforma de vídeo en streaming surcoreana AfreecaTV: cientos de jóvenes empezaron a sentarse frente a sus ordenadores y narrar su día a día ante la cámara mientras comían. Casi siempre coloridos platos de carbohidratos y cada vez en más cantidad. Al espontáneo fenómeno se le llamó mukbang, un término que combina la palabra coreana “comida” (muk-da) con “teledifusión” (bang-song). (Del Amo, 2022)

En este sentido, es posible ver que ya no basta con promover estándares de belleza como la delgadez extrema, por ejemplo, y evitar la mínima ingesta de alimentos, sino polarizarse y atentar también contra la salud a través del exceso. La meta y satisfacción consiste en ser visto a costa de todo: de la dignidad, así como de la salud física y emocional.

A propósito de este fenómeno, cabe citar lo que el *mukbang* significó para Nicholas Perry, conocido como Nikocado Avocado: un cambio de vida radical. El joven abrió su canal en la plataforma YouTube en el año 2014 con programas enfocados a promover la vida vegana y un estilo de vida saludable; sin embargo, dos años después no sólo expresó su rechazo hacia el veganismo, sino que realizó el primer *mukbang* que lo llevaría a un incremento considerable de visitas virtuales. La salud de este *youtuber* se ha visto afectada en varios sentidos: al consumo de comida chatarra sumó la dinámica de pareja donde el espectáculo de conductas patológicas se ha convertido en un negocio rentable.

¿Dónde termina la persona y en qué momento inicia el personaje? La respuesta puede encontrarse en una entrevista que publicó la revista *Mel Magazine* en 2020; sin embargo, lejos de discutir si Nicholas Perry ha creado a Nikocado Avocado y con ello traicionado de alguna manera a un sector que fusiona lo personal con lo público, queda claro que su objetivo es o ha sido generar con-

troversias y así, obtener mejores ganancias: cuenta con más de dos canales, vende ropa con su imagen, así como contenido más personal a través de la plataforma OnlyFans.

En este ejemplo se destacan dos aspectos: por parte de Nicholas Perry, la necesidad de ser visto a través de una especie de *alter ego* llamado Nikocado Avocado, quien practica el *mukbang*, el consumismo, exhibe una patológica relación donde los insultos dan la nota de la dinámica de pareja y promueve el éxito que puede alcanzarse no sólo mediante la vida sedentaria, sino desde la comodidad de casa o del lugar que elija para realizar sus videos o hacer transmisiones, en el entendido de que complace a los espectadores con conductas y acciones que lo han conducido a los límites de exhibicionismo; por el lado del espectador, se puede apreciar la demanda de contenidos que cumplen la fantasía de obtener jugosas ganancias sin moverse del sitio en el que se siente cómodo; es decir, el sujeto que ve se encuentra en un acto reflectivo en el que además de sublimar deseos propios, supone que es posible lograr una expectativa sin una preparación profesional, por ejemplo, sin requerir de un empleo ni de una inversión económica en materiales porque todo es posible a través de un celular. La audiencia, entonces, es partícipe y presencia el deterioro de la salud del joven en dos sentidos: a través de su “preocupación”, o bien, mediante mensajes hostiles. Sea cual sea la posición de su público lo que ha logrado Nikocado Avocado es posicionarse económicamente a costa de su salud en todo sentido porque se autovulnera. Actualmente, es posible verlo en una tienda departamental, por ejemplo, trasladándose por los pasillos en una silla de ruedas debido a la obesidad que padece y de la cual, por supuesto, hace mofa.

## LA BÚSQUEDA AFECTIVA EN EL INTERNET

Desde luego, hay que subrayar que las emociones son la esencia en la vida de los seres humanos. En el contexto que abordamos, donde se busca configurar la realidad para lograr sobrevivir, las emociones que se generan en el individuo ahora son motivadas desde la virtualidad; en la medida que se alejan los individuos de las relaciones sociales y el afecto directo, la búsqueda de éstos se intensifica en las diferentes opciones que ofrece la computadora. Al mismo tiempo se

indaga a pasos agigantados las formas para desarrollar la inteligencia tecnológica, proporcionándole a las computadoras mecanismos que detecten las emociones humanas y respondan a ellas.

Lo anterior es un indicativo de que las relaciones interpersonales, encontradas frente a frente, se van alejando de nuestra cotidianidad para limitarse a la comunicación con “presencias” ausentes, sólo a través de imágenes, de iconos o *stickers* que relacionan la variedad de los estados anímicos (alegría, tristeza, sorpresa, enojo, etcétera), o de presuntas “amistades” que se visualizan sólo por la cantidad de “seguidores”.

Los efectos del distanciamiento social los podemos observar en las supuestas reuniones familiares, amigables o laborales, en las cuales los individuos se abstraen y aíslan del contexto en el que se encuentran por internarse en los mundos que ofrece la red a través de los teléfonos celulares. Las relaciones afectivas o amorosas que surgen en la virtualidad se magnifican en la imaginación, pero se evaporan en el *off* de la computadora para llevarnos a un estado de aburrimiento. Estas actitudes conducen a la soledad y al vacío porque vamos en contra de la naturaleza humana, que es la de expresarnos como seres humanos por medio de la sociabilidad.

En resumen, el desarrollo tecnológico ha propiciado grandes avances para facilitarnos la comunicación entre nuestros semejantes que incluso pudieran encontrarse al otro lado del mundo; pero, paradójicamente, fractura las relaciones sociales al imposibilitarnos la interacción con los individuos más cercanos a nuestro entorno. Dicha globalización que trae consigo la supresión del tiempo y el espacio contribuye a perder, también, el sentido identitario que se agrega al torbellino del confinamiento emocional.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, E. (2016). *Diccionario de psicología* (3a. ed.). Córdoba: Brujas. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1214/1/Ander-Psicolog%C3%ADa%203ra%20ed.pdf>
- Anderson, P. (2016). *Los orígenes de la modernidad*. España: Akal.

- Aristóteles. (2008). *Acerca del alma* (6a. reimpr.). España: Biblioteca Clásica Gredos.
- Bachelard, G. (1994). *El aire y los sueños*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- Barthes, R. (1968). *La muerte del autor*. [Trad. C. Fernández Medrano]. <https://teorialiteraria2009.files.wordpress.com/2009/06/barthes-la-muerte-del-autor.pdf>
- Baudrillard, J. (2007). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Debray, R. (1998). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Del Amo, S. (2022). El extremo espectáculo del “youtuber” que engordó 100 kilos ante las cámara. *El País*. <https://elpais.com/icon/2022-04-27/el-extremo-espectaculo-del-youtuber-que-engordo-100-kilos-ante-las-camaras.html>
- Ferraris, M. (1999). *La imaginación*. Madrid: Visor.
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. México: Taurus.
- Gurméndez, C. (1986). *Tratado de las pasiones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jameson, F. (2002). *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial.
- Oliveiras, E. (2019). *La cuestión el arte en el siglo XXI. Nuevas perspectivas teóricas*. Buenos Aires: Paidós.
- Prada, J. M. (2015). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. España: Akal.
- Stone, L. (2021). Who is the real Nik Avocado? *Mel Magazine*. <https://melmagazine.com/en-us/story/nikocado-avocado-onlyfans-profil>



*Dentro*

Vanessa Cano Aburto. México, 2022.

Acrílico sobre MDF texturizado. 40 cm x 40 cm



### III. LA HIPERPOSITIVIDAD DE LA IMAGEN COMO OBLITERACIÓN DEL PENSAMIENTO CRÍTICO

CÉSAR ALBERTO PINEDA SALDAÑA<sup>1</sup>

#### LA ERRANCIA ANTROPOLÓGICA

No es extraño hallar en la otredad aquello que no podemos ver en nosotros mismos, sea para bien o para mal. Y es que al final de cuentas el ojo no puede mirarse a sí mismo. El Evangelio recoge algo de todo esto en aquel dicho: “vemos la paja en el ojo ajeno, y no vemos la viga en el nuestro”. Por ello recurrimos a ficciones y relatos, para poder avistar en ellos lo que no admitiríamos en nosotros mismos, lo que no se presenta al mirarnos. En este sentido, recurriremos a una ficción para presentar el hilo conductor de esta reflexión.

En la serie televisiva *Wilfred* (Zuckerman *et al.*, 2011-2014) encontramos a un joven suicida, interpretado por Elijah Wood, quien por razones desconocidas puede hablar con el perro de su vecina, Wilfred, al cual ve como un ser humano disfrazado de perro. En el quinto episodio de la segunda temporada, titulado “Ahora”, el perro pierde su olfato después de un evento traumático. Como es sabido, el sentido olfativo juega un papel protagónico en la relación de los canes con su entorno; como el mismo Wilfred llega a decir, mantiene a los perros atados al aquí y el ahora.

Sin olfato, desconectado del presente inmediato, Wilfred comienza a experimentar consecuencias insólitas. Comprende, por ejemplo, que cuando su dueña

---

<sup>1</sup> Departamento de Humanidades, Universidad Iberoamericana Puebla. Correo electrónico: cesar.pineda@iberopuebla.mx

se aleja de su campo perceptivo no muere ni desaparece, sólo está en otro lado; que no todo lo existente se reduce a la presencia inmediata y llega a formar un concepto de lo ausente, lo posible, lo virtual. Wilfred se da cuenta de las contradicciones inherentes al reparto social de la riqueza, encabeza una propuesta contra la industria inmobiliaria y termina por leer la *Crítica de la razón pura* de Kant.

Este episodio en la vida de Wilfred es una elocuente alegoría del proceso de hominización. Diversas investigaciones antropológicas han mostrado el modo en el cual la existencia humana, tal como la conocemos, surgió de manera compleja y aleatoria después de milenarios procesos azarosos cuyo factor común fue una especie de alejamiento, negación o atrofia de algunas funciones instintivas y perceptivas que en otros seres vivos se desarrollan de manera “normal”. Por tal razón, Sloterdijk (2011) llegó a describir al ser humano como el ente que fracasó como animal –para adentrarse en este complejo proceso evolutivo de hominización el lector puede remitirse al trabajo de Edgar Morin, *El paradigma perdido. Ensayo de bioantropología* (1998); Roger Bartra, *Antropología del cerebro* (2011) y Jacob Bronowski, *El ascenso del hombre* (2017).

Como muestra de este “fracaso”, cabe mencionar el fenómeno de la *neonatenia*, el proceso de desarrollo biocognitivo en el cual el estado de infancia, es decir, de una falta de autosuficiencia, se prolonga en comparación con otras especies animales. Pensemos, por contraste, en una tortuga marina, la cual, apenas nace, puede ya correr hacia el mar donde el instinto le tiene preparada la capacidad de nadar; inclusive otros mamíferos, como cervatillos o becerros, después de algunos tumbos y tropiezos, logran andar por sí mismos para buscar alimento con su madre. La situación de una cría humana es completamente diferente.

Un bebé experimenta el mismo instinto de alejarse del peligro, del frío o calor extremo, del hambre y del dolor, pero, a diferencia de otros animales, su cerebro y sistema nervioso están lejos de haber culminado su desarrollo cuando nacen; como consecuencia de esto, no controlan sus extremidades, ningún ápice de su cuerpo los obedece. El llanto desaforado de un bebé puede dar cuenta de esta situación tan desesperante. El pequeño humano pasará muchos años en este estado de incompletud e indefensión. Los cuidados de la madre y la compleja red de procedimientos socioculturales se convertirán en una especie de prótesis con la cual el frágil antropoide se aferrará a la vida. El lenguaje, lo simbólico, la inte-

ligencia y otros fenómenos son las plantas próximas a brotar en esa tierra de la insuficiencia.

En esta perspectiva, Bartra en *Antropología del cerebro* (2011) propone la tesis de un *exocerebro* en el desarrollo evolutivo de la especie humana. Con otros sentidos en parte relativamente atrofiados o disminuidos, los antiguos seres humanos estaban en desventaja para ubicarse en medio de una selva o un bosque, entonces comenzaron a marcar los árboles y el territorio en general con signos que les permitieron orientarse, pero no sólo eso, dichas marcas se convirtieron en los primeros trazos de un lenguaje compartido, más amplio y abstracto. A eso se refiere el exocerebro: una red de intercambio de información no limitada sólo a los procesos neuronales al interior de un cerebro individual.

Con este brevísimo acercamiento a algunas peculiaridades del ser humano, podemos esbozar una tesis: el progresivo desprendimiento de un presente pleno, el cual se realiza en otros seres vivos por medio de un adecuado cumplimiento de sus instintos, está en la base de otras capacidades asociadas a la especie humana, como el pensamiento abstracto, el lenguaje simbólico y, más adelante, el pensamiento crítico. No pretendemos afirmar que estas cualidades no se den en otros animales, pero parece absurdo negar que en el ser humano llegan a un punto cuantitativa y cualitativamente inusitado.

Caracterizaremos a este desprendimiento o insuficiencia como una *negatividad*, sin ningún tipo de matiz valorativo, así como la física cuando habla de cargas positivas y negativas. En nuestro caso, para el ser humano, hablamos de negatividad para referirnos a un hiato, un hueco o una falta allí donde, para otros seres vivos, se da más bien una continuidad o *positividad*. Para ponerlo en un ejemplo, allí donde el instinto impulsa a la tortuga hacia el mar y, las extremidades de ésta le responden, la cría humana encontrará una fisura entre sus necesidades y su capacidad para satisfacerlas. Es sentir hambre, frío o calor y no poder ni siquiera moverse para remediarlo.

Sin embargo –y ésta es la segunda hipótesis propuesta en este escrito–, en las sociedades contemporáneas encontramos diversos dispositivos, mecanismos y estrategias que buscan, sabiéndolo o no, subsanar dicha negatividad; entre ellas mencionaremos la *hiperpositividad*, la cual surge de la creciente estimulación visual en las sociedades digitales de nuestros días. Y si, en realidad, de la brecha abierta por aquella negatividad antropológica surgen fenómenos como

el pensamiento crítico y abstracto, es posible concluir que el cierre u obliteración de tal negatividad vendría aparejada con una inhibición, cuando menos, de los procesos críticos y abstractos. Veamos en primer lugar la relación entre la negatividad y el pensamiento crítico.

#### EL PENSAMIENTO CRÍTICO COMO AUSENCIA Y NEGATIVIDAD

Diversos pensadores como Hegel, Heidegger o Sartre, desde sus heterogéneos intereses filosóficos, han subrayado que la existencia humana se caracteriza por estar atravesada por una cierta nada. Como consecuencia de ello, el ser humano tiene su ser primordialmente como posible y no como algo ya terminado y definido de una vez y para siempre. Esto se encuentra en la base de una cierta plasticidad, una gran capacidad de adaptación, la cual, con un término más ambicioso, puede ser denominada libertad.

El ser humano trata y se relaciona no sólo con aquello que está frente a sí directamente –aquella positividad mencionada en las líneas anteriores–, sino, quizá en mayor medida, con lo que no se presenta, es decir, con lo que no está allí frente, lo que ya no está, jamás estuvo o aún no está. Ello tiene las consecuencias más grandiosas, pero también absurdas y atroces; en una roca el escultor puede ver la figura de un Dios, las ruinas de un templo pueden ser el anuncio de un mundo ahora inexistente, el bosque fértil puede ser visto como repositorio para una enorme industria.

De esta forma nos relacionamos no sólo con lo que ya es, con lo que está frente a nuestros ojos, sino también con lo que *puede ser*, inclusive con lo que, de acuerdo con nuestros criterios quizá retorcidos, *debería ser*. En su célebre ensayo *El hombre unidimensional*, Herbert Marcuse (2021) identificó esta brecha, entre el ser y el deber ser, como base del pensamiento crítico; las sociedades unidimensionales son aquellas en las cuales esta separación no existe y, por lo tanto, todo se resuelve en la positividad del presente, del aquí y el ahora, en una especie de tiranía ejercida por el presente sobre el pasado y el porvenir.

En este contexto, Marcuse propone la idea de un *operacionalismo*, el cual extiende su dominio desde el habla cotidiana hasta los criterios epistemológicos de las ciencias. El lenguaje y el pensamiento operacionales se caracterizan por

identificar las cosas con sus funciones y nada más que sus funciones, acompañadas siempre de una gran banalización; por ejemplo, en inglés se habla de la *boob-tube* o *caja tonta* para referirse a la televisión y *think-tank* ('depósito de cerebros' o 'de pensamiento') para referirse a los grupos de intelectuales cuyo pensamiento sirve para un determinado fin.

El lenguaje cotidiano y los encabezados de los medios de comunicación están plagados de expresiones como éstas, las cuales nombran objetos y procesos de una manera inmediata y simple a través de la designación de sus funciones. Hoy en día podríamos añadir anglicismos como *influencers*, *coaching*, *webinar*, *workshop*, entre tantos otros. Sin embargo, como también observa Marcuse, el mismo pensamiento científico e intelectual comienza a ser colonizado por este modo de hablar y pensar, en especial en aquellos ámbitos dominados por *neopositivismos* y *neoempirismos* en los cuales todo se reduce sólo al hecho presente. Ahora bien, al pensamiento operacional se opone el pensamiento conceptual, el cual llega a tener un alcance crítico. Aquél, caracterizado por una abrumadora concreción:

crea un vocabulario y una sintaxis básicos que impiden el paso a la diferenciación, la separación y la distinción. Este lenguaje, que constantemente impone imágenes, milita contra el desarrollo y la expresión de conceptos. Su inmediatez y su estilo directo, impide el pensamiento conceptual; así, impide el pensamiento. Porque el concepto no identifica la cosa y su función. (Marcuse, 2021: 122)

Este lenguaje funcionalizado y contraído a la inmediatez del presente operativo es el lenguaje unidimensional, el cual tiene un rendimiento de control. "Este lenguaje controla mediante la reducción de las formas lingüísticas y los símbolos de reflexión, abstracción, desarrollo, contradicción, sustituyendo los conceptos por imágenes" (Marcuse, 2021: 129). Para tener una idea más concreta –paradójicamente, una imagen– de esta distinción entre concepto e imagen operativa, podríamos intentar salir a la calle y preguntar a las personas qué es un círculo. Entonces, ellas formarán la imagen de un círculo y nos darán descripciones intuitivas de algunas de sus propiedades –como la curvatura y ausencia de ángulos–, pero pocas podrán ofrecernos el concepto geométrico preciso de un círculo, a saber, la figura en la cual todos los puntos del diámetro son equidistantes en la misma medida con respecto al centro.

En este punto podemos remitirnos a una de las fuentes más antiguas del pensamiento occidental: Platón. En las alegorías de la línea y de la caverna, presentadas en los libros VI y VII de la *República*, el filósofo griego nos describe un recorrido a través de los diversos niveles del conocimiento. Allí, la *eikasía*, esto es la capacidad de conformar imágenes, ocupa el peldaño más básico y, por lo tanto, imperfecto del conocimiento. La *eikasía* es una facultad dependiente por completo de la sensibilidad, la cual presenta a los objetos en su presencia más inmediata. Para Platón, sólo por medio de la dialéctica podemos ascender a los niveles de conocimiento subsecuentes: *pistis*, *dianoia* y *noesis*.

Pero la dialéctica es negación y confrontación con la apariencia, la cual se presenta como incuestionable en su pura presencia. La potencia negativa de la dialéctica, encarnada en los implacables interrogatorios mayéuticos de Sócrates, tiene la posibilidad de arrancarnos del presente inmediato y positivo –esta última palabra se remite al latín *positus*, la cual designa lo puesto o establecido–, para transponernos a la captación intelectual de algo que no se presenta de manera sensible y termina por ser más real que la realidad sensible, dicho en términos de Platón, la definición geométrica del círculo es más real y verdadera que todos las figuras empíricas que participan del círculo, las cuales nunca son, en realidad, un círculo.

Por ello, para Marcuse, el pensamiento negativo o dialéctico tiene la capacidad de sacudir y cuestionar al presente anquilosado en el *positus* –en el doble sentido del término latino, tanto lo puesto de forma empírica como lo establecido por convención social–. El pensamiento crítico –aunque añadir el adjetivo de crítico al pensamiento sea un gesto redundante– se sitúa de este modo en la brecha entre la pura presencia empírica y la posibilidad o virtualidad, no menos real, de lo que no se presenta ante la sensibilidad, una brecha entre el *ser* y el *poder o deber ser*.

*El hombre unidimensional* (Marcuse, 2021) es un amplio recorrido a través de los dispositivos que tienden a neutralizar u obliterar los espacios de negatividad, contradicción, antagonismo y, por ende, de un posible pensamiento crítico. Marcuse concluye que “el esfuerzo conceptual para mantener la tensión entre el «es» y el «debe» y subvenir el universo establecido del discurso en nombre de su propia verdad es igualmente eliminado de todo pensamiento que pretende ser objetivo, exacto y científico” (2021: 157), es decir, todo pensar que no sólo se

atiene al hecho nudo e inmediato, declara, además, que no hay nada más que ese hecho presente. Por otro lado, el creciente desarrollo tecnológico ha permitido apertrechar de manera más eficiente esta defensa del presente inmediato:

La racionalidad tecnológica revela su carácter político a medida que se convierte en el gran vehículo de una dominación más acabada, creando un universo verdaderamente totalitario en el que sociedad y naturaleza, espíritu y cuerpo, se mantienen en un estado de permanente movilización para la defensa de este universo. (Marcuse, 2021: 55)

¿Cómo logra esto la tecnología? Por medio de una realización en los hechos antes sólo enunciados por el operacionalismo en el terreno del discurso, el lenguaje y el pensamiento. Así, ambos, operacionalismo y tecnología, se anudan en un proceso coronado por la utilidad, la eficiencia y el beneficio, cuyos resultados y rendimientos deslumbran sin remedio a la mirada acostumbrada a la imagen del presente inmediato.

La unidimensionalidad avistada por Marcuse llegaría a su máximo grado de realización cuando la *eikasía* consolide su dominio sobre otros procesos de pensamiento, caracterizados más bien por su capacidad crítica. En el siguiente apartado esbozaremos el modo en el cual las tecnologías de la imagen tienden a construir una *hiperpositividad*, cuya consecuencia, directa o indirecta, puede ser, en diversos grados, el cierre del espacio crítico de negatividad descrito con anterioridad.

## HIPERPOSITIVIDAD DE LA IMAGEN

Para analizar nuestra relación con las imágenes se echará mano de algunos criterios proporcionados por la fenomenología husserliana, en especial en la llamada conciencia de imagen. Partiremos de un hecho sutil, pero que suele pasar desapercibido: cuando tratamos con una imagen, además del acto de mirarla como tal, somos conscientes de que se trata de una imagen, de lo contrario no la reconoceríamos en tanto tal. Para decirlo con palabras más sencillas, cuando vemos una escultura de Alejandro Magno sabemos que es una representación y

no el conquistador en carne y hueso. Esto es la llamada conciencia de imagen; a continuación, describiremos sus rasgos generales y, como se verá, está atravesada por una cierta negatividad.

Al respecto, la primera aportación del planteamiento husserliano consiste en distinguir entre el objeto representado por una percepción cualquiera y la imagen, pues se suele considerar que una representación de un objeto presente es ella misma una imagen. Entonces, ¿qué diferencia hay entre la representación y la construcción de una imagen? Para tener una intuición de esta diferencia, podemos pensar en gatos, perros u otros animales frente a los cuales ponemos el video de arañas, roedores u otro estímulo similar, muchas veces no tienen *conciencia de imagen*, es decir, perciben el semblante del objeto como si fuese real y estuviese presente. Cuando alguien, en cambio, comprende que es sólo una imagen, el acto perceptivo experimenta una modificación.

De entrada, podemos ver que entre otros animales no hay, o en todo caso se vuelve improbable, dicha modificación, es decir, una diferencia entre un acto que pone un objeto representado, presente, y un acto que pone una imagen en tanto vicaria de otro objeto ausente; en los ejemplos de las mascotas y los animales en los videos en las pantallas no se daría este segundo tipo de acto, el de referencia a un objeto ausente, sino tan sólo el primero, el acto ponente. Así pues, los animales mencionados no son conscientes de que se trata de una imagen. ¿En qué consiste, pues, la conciencia de imagen?

Una primera aproximación a este problema en Husserl puede hallarse en las *Investigaciones lógicas* (1999). En la quinta investigación el filósofo se pregunta: “¿En qué consiste, pues, ese remontarnos sobre la «imagen» (lo único dado en la conciencia) y poder referirla como imagen a cierto objeto extraño a la conciencia?” (pp. 527-528). Aunque Husserl apunta a la semejanza como un hecho en la relación imagen-objeto, no la considera un criterio suficiente para conocer la particularidad de la conciencia de imagen. Podríamos decir, incluso, que los animales de los ejemplos experimentan, en su relación con las imágenes, una radical y absoluta semejanza.

La imagen, añade Husserl, “sólo se torna imagen por la facultad que un yo representante tiene de servirse de lo semejante como representante imaginativo de lo semejante, de tener presente intuitivamente tan sólo una cosa y mentar otra en lugar de ella” (1999: 528). Para esto, debe haber una conciencia intencional

peculiar, la cual no sólo pone lo semejante, sino también se sirve de ello para señalar a otra cosa, todo lo cual implica, de acuerdo con el curso de 1904/5 *Fantasia y conciencia de imagen*, en *Husserliana XXIII* (Husserl, 1980: 19), una triple distinción entre: *Bildding* –la cosa-imagen, el objeto físico que soporta todo el fenómeno, como el papel de un dibujo o el lienzo y el óleo de una pintura–, *Bildobjekt* –el representante vicario de otro objeto aludido, por ejemplo, la imagen de los zapatos en Van Gogh, que no es ella misma un zapato, pero alude a ello– y *Bildsujet* –el tema o asunto aludido por la imagen–. Tal acto incluye la conciencia de que el objeto semejante (imagen en tanto *Bildobjekt*) *no es* el objeto al cual se parece y remite (*Bildsujet*). Se introduce aquí, casi de manera subrepticia, una cierta negatividad, sin la cual no puede haber conciencia de imagen.

Se da, pues, una fundamental negación en la conciencia de imagen, a la cual no tienen acceso otros animales: un gato puede percibir sin duda el aspecto tan semejante entre un ratón proyectado en una pantalla –o un roedor de juguete– y un ratón real, pero vive absorto en esta positividad, pues no ve que lo semejante *no es* el objeto aludido. ¿De dónde viene este *no*, esta *negación*? ¿Qué tipo de acto es y qué descripción fenomenológica podemos hacer sobre él? Por otro lado, ¿no deberíamos decir que la semejanza ya incluye la distinción o diferencia y por ello los animales mencionados no perciben semejanzas sino identidades? De entrada, no es un acto automático dado con la conciencia humana, pues también los seres humanos pueden ser engañados con imágenes que se asemejan a lo real, pero tienen la posibilidad de percatarse de que, después de todo, era sólo una imagen.

¿De dónde viene la posibilidad de percatarse de ese *no*, de pasar de un mero acto representativo a tener conciencia de imagen? Aquí deseamos apuntar la posibilidad de que esta posibilidad se vincule de forma directa con la brecha negativa antes descrita. Sólo desde esa negatividad podemos captar imágenes en tanto imágenes. “El cuadro sólo es imagen para una conciencia que constituya imágenes, la cual presta la validez o la significación de imagen a un objeto primario”, observa Husserl (1999: 528). Si un gato pasa frente a un cuadro o una fotografía no percibiría imágenes, sino un objeto más entre otros, diversas intensidades de luz y sombra, pero esto aplica incluso para nosotros en algunos casos. Como el público de los hermanos Lumière ante la famosa escena del tren,

cuando se llevaron a cabo las primeras proyecciones cinematográficas: en un primer acto vieron un tren acercarse, no una imagen, entonces brincaron de sus asientos. En el primer momento estuvieron absortos en la positividad.

La tendencia originaria de todo acto en la modalidad de la actitud natural es positiva, tiende a poner el objeto intuido como dado, presente. Sólo en una modificación ulterior puede introducirse en el acto una negación de la existencia del objeto referido. El acto de la conciencia de imagen estaría montado sobre un acto representativo común, el cual introduce una singular negación, la cual, a pesar de todo, guarda la semejanza con el objeto aludido sin convertirla en identidad. En cierto modo, otros animales encuentran una gran dificultad para salir de la plena positividad de sus actos intencionales. ¿De dónde le viene dada la posibilidad de *negatividad* al ser humano? El acto de la conciencia de imagen no sólo da positivamente un objeto (*Bildobjekt*) y su positiva semejanza con otro (*Bildsujet*), sino también pone activamente la ausencia del segundo –como Wilfred lo llega a corroborar sólo cuando pierde el olfato.

La conciencia de imagen *produce ausencia*. Al presentarse la imagen vicaria se aparta necesariamente el objeto primario, *Bildsujet*, pues si este último se encontrase presente tendríamos una representación ponente simple, perceptiva, no una conciencia de imagen. La imagen necesita la ausencia del objeto aludido, es la producción de su ausencia. Resulta llamativa, a este respecto, la palabra latina *imago*, de donde proviene el término imagen, pues ésta se refería en Roma a las máscaras mortuorias: el *imago* sólo se forja sobre un cadáver, sobre la más radical ausencia, no hay *imago* de la persona viva. La imagen más plena es la muerte del objeto primario –quizá la prohibición de algunas religiones como el islam sobre la elaboración de imágenes de Dios intuye algo de esto, representar a Dios en imágenes implicaría su muerte.

Si sólo el hombre puede tener en algunos casos conciencia de imagen, tal vez dicha posibilidad esté relacionada con su conciencia de la muerte, también atravesada por una esencial negación y ausencia, la cual no parece haber calado tan hondo en otros seres vivos. ¿Qué tipo de acto es esta negación en la conciencia de imagen? En *Ideas I*, Husserl ofrece una descripción fenomenológica general de la negación, concebida como una “‘modificación’ de alguna ‘posición’; esto no quiere decir de una afirmación, sino de una ‘posición’ en el sentido lato de cualquier modalidad de creencia” (1962: 264). El filósofo alemán describe esta

modificación como un *tachar la posición*. Por su parte, la afirmación subraya la posición. De este modo, afirmación y negación no serían excluyentes entre sí, pues una no niega a la otra, lo único negado es la posición dada de antemano.

Una vez elaborada esta descripción fenomenológica de la negatividad que opera en la conciencia de imagen, podemos plantear nuestra tesis adelantada al inicio del escrito: la economía actual de las imágenes tiende a una positividad tal que abre la posibilidad de anular u obliterar todo rastro de negatividad en la relación con las imágenes, lo cual puede tener como consecuencia el debilitamiento del pensamiento conceptual y crítico, así como, paradójicamente, un debilitamiento de la conciencia de imagen: –muchas veces, en diversas situaciones mediáticas contemporáneas, ya no sabemos si lo que vemos son *imágenes* u objetos *reales*. Denominaremos a esta tendencia dominante, la *hiperpositividad de las imágenes*, la cual implicaría una desbordada capacidad de poner objetos y referentes como presentes, inmediatos y operativos.

Habría al menos dos mecanismos o procesos base en dicha *hiperpositividad*, un *hiperrealismo* y la dinámica exacerbada del *hipervínculo*. El primero de ellos, el *hiperrealismo*, se sustenta en la creciente tecnología de alta definición, la cual permite programar y proyectar imágenes con un grado de detalle tal que para algunas personas comienza a ser difícil, por no decir imposible, distinguir entre una imagen artificial y un objeto real. La dinámica del *hipervínculo* la encontramos en las pantallas de los smartphones, así como, para tener un ejemplo más cotidiano, en la plantilla visual de la mayoría de los noticieros actuales: mientras un presentador lee las noticias, en la parte inferior de la pantalla encontramos la hora, el estado del clima, notas en tiempo real, los indicadores de la bolsa de valores, entre otros datos.

Se trata de una saturación visual en la cual ya *nada está ausente*, basta hacer clic o seguir un hilo de información para tener como presente cualquier objeto, referente o fenómeno. Al sumar el *hiperrealismo* de las imágenes con su procedimiento *hipervinculante*, en un proceso aún lejos de haber llegado a su máximo grado de realización, encontramos una especie de *autosuficiencia de la eikasía*, es decir, de la capacidad de formar y tratar con imágenes. En otras palabras, la economía contemporánea de las imágenes llega a un grado de desarrollo tal que se basta a sí misma; ya no es necesario, para decirlo con términos platónicos, transitar por la *pistis*, la *dianoia* y *noesis* para construir un mundo humano.

La *eikasía* ya no produce sombras, sino la imagen de un sol digital más luminoso, cálido y perfecto que el sol real –en lo que Jean Baudrillard llamaría una precesión de los simulacros.

En conclusión, si todo se presenta en la imagen hiperreal e hipervinculante –como la mónada de Leibniz, la cual refleja al universo entero–, ya no queda rastro ni necesidad de lo ausente, de lo negado, lo que no se presenta, lo que no es y que, quizá, debería ser. El mundo se arremolina en un presente pleno en el cual ya todo *es*; la crítica –del griego *krinein*, ‘separar’ o ‘dividir’– resulta superflua, pues la división establecida entre *ser* y *deber ser* carece de sentido. Desde un punto de vista evolutivo, probablemente comenzamos a desandar los pasos que llevaron a un cierto homínido a convertirse en el singular ser vivo que fracasó como animal, aquel en el cual se abrió una brecha de ausencia, de negación, de nada. Probablemente esa grieta esté por cerrarse. ¿Posthumanismo? ¿Transhumanismo? ¿Antihumanismo?

## BIBLIOGRAFÍA

- Bartra, R. (2011). *Antropología del cerebro*. Fondo de Cultura Económica.
- Bronowski, J. (2017). *El ascenso del hombre*. Paidós.
- Einhorn, R. (dir.) y Baldy, D. (guionista). (2012, 19 de julio). Ahora (Temporada 2, Episodio 5) [Episodio de serie de televisión]. En D. Zuckerman, R. Frank, P. Frank, J. Kwatinetz, J. Connor, K. Conner (productores ejecutivos), *Wilfred*. Renegade Australia: Prospect Park; FOX; FX Productions; SBS Australia; Starline Entertainment; St.; Western Films; Zook, Inc.
- Hegel, G. W. F. (2017). *Fenomenología del espíritu*. Fondo de Cultura Económica.
- Heidegger, M. (2012). *Ser y tiempo*. Trotta.
- Husserl, E. (1962). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica* (Vol. 1). Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (1980). *Husserliana XXIII. Phantasie, Bildwebusstsein, Erinnerung*. Martinus Nijhoff.
- \_\_\_\_\_. (1999). *Investigaciones lógicas* (Vol. 2). Alianza.
- Marcuse, H. (2021). *El hombre unidimensional*. Austral.

- Morin, E. (1998). *El paradigma perdido. Ensayo de bioantropología*. Kayrós.
- Platón. (2016). *República*. Universidad Nacional Autónoma de México. [https://posgrado.unam.mx/filosofia/pdfs/Plat%C3%B3n\\_Rep%C3%BAblica.pdf](https://posgrado.unam.mx/filosofia/pdfs/Plat%C3%B3n_Rep%C3%BAblica.pdf)
- Sartre, J.-P. (2004). *El ser y la nada*. Losada.
- Sloterdijk, P. (2011). *Sin salvación. Tras las huellas de Heidegger*. Akal.





*Jesús y la depresión visual*

Marco Antonio Méndez Rodríguez. México, 2022.

Carbón y aerosol sobre madera con intervención digital. 40 cm x 100 cm



#### IV. EL CRITERIO COMO HERRAMIENTA DE RESISTENCIA EN EL CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES

GARY MANUEL GÓMEZ ESPINOZA<sup>1</sup>

*No eres más que una simple representación y de ningún  
modo la cosa que representas.*

EPICTETO

El presente ensayo busca realizar una reflexión sobre nuestra interacción mediada por el espacio virtual tecnológico, así como las modificaciones que provoca en la subjetividad. Una crítica al territorio ganado por la opinión sobre los argumentos y el desinterés por desarrollar una resistencia a los estímulos de los que somos objeto gracias a nuestros múltiples dispositivos. Así como una vuelta necesaria al pensamiento de la antigüedad para encontrar ecos sobre problemas humanos que si bien el día de hoy son atravesados por la tecnología encontramos que ésta sólo potencializa situaciones a las que la humanidad se ha enfrentado desde hace siglos.

Si bien el siglo XX se caracterizó por la reflexión del pensamiento propagandístico de líderes de masas que llegaron hasta el fascismo, poco es el recelo hacia la multiplicidad de discursos que mediante la opinión y la mirada subjetivada buscan ejercer una influencia sobre una gran cantidad de personas. En la actualidad podemos pensar que los valores del humanismo se encuentran en declive y por el contrario parecería que el mercado marca nuevos valores que dictan una

---

<sup>1</sup> Facultad de Letras y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Centro de Estudios Filosófico-Culturales (CEFC). Correo electrónico: gmgomez87@gmail.com

nueva norma. El sujeto pasa a ser una fuente infinita de consumo que debe explotar por medio de experiencias “nuevas”, “emocionantes” donde surja su mirada particular de diferentes actividades ya sea comer, hacer ejercicio, conocer un nuevo lugar o narrar un acontecimiento insignificante en su día a día.

El sujeto en la vida cotidiana se encuentra saturado de imágenes, todas estas con fines mercantiles, prometen saciar su deseo. La gran cantidad de imágenes juegan con la incapacidad humana de sentirse satisfecho y así el ciclo nunca termina, siempre que haya propuestas de deseo habrá promesas para satisfacerlo. El problema del consumo es el problema de la falta de saciedad, el problema de los atracones. Parece que el mercado contemporáneo ha comprendido mejor la psique humana que muchos psicólogos.

La comprensión a la que nos referimos se establece a la lógica del consumo, de la insaciabilidad, de convertir lo material en un placer que no conoce el límite. Una forma poco adaptativa para la vida humana y para la felicidad. Ya que el placer no siempre nos lleva hacia un estado de equilibrio, sino que nos lleva a una necesidad de tener más, a una abstinencia. Como nos recuerda el psicoanálisis lacaniano el consumo constante se puede convertir en un goce que más allá del placer y la felicidad llega a ser lacerante para el sujeto. Aquí la necesidad de la creación de un criterio, un carácter, del desarrollo de la prudencia para encontrar un equilibrio.

En lo contemporáneo el pensamiento postestructuralista encabezado por Michel Foucault, Gilles Deleuze y Felix Guattari preveía a finales del siglo pasado un futuro distópico consecuencia del derrumbamiento de las sociedades disciplinarias hacia sociedades de control. Sociedades donde los sujetos adscritos ya no conocerían el sometimiento físico a los espacios laborales, los estándares binarios del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX. Aún temían la implementación de los *mass media* como objeto de propaganda y enajenador de masas. Sin embargo, aún con los aciertos de dichos pronósticos el presente parece superar la propuesta catastrófica. Ya que la forma de los *mass media* podría parecernos inocentes el día de hoy. Las redes sociales han tomado un poder de influencia en la vida cotidiana desmedido, así como su uso y enganche en la población mundial. Los *mass media* eran unidireccionales, las redes sociales se han servido de una retroalimentación que modela tanto quien lo produce como quien lo consume. A finales del siglo XX el espacio virtual parecía ser una esperanza para el

libre pensamiento, la crítica, la libre expresión y la vinculación de personas en distintos puntos del mundo con intereses relacionados. Pero como hemos visto su desarrollo ha sido capturado y reterritorializado con fines mercantiles que buscan no solamente ofrecer el mercadeo común, sino penetrar las fibras inconscientes para poder hacer de todo momento, de toda acción una acción de exhibición, comercializable que estimule el deseo de los sujetos consumidores.

Ahora bien, el siglo XXI se encuentra plagado de imágenes. Los *smartphones* y las redes sociales invirtieron la lógica del trabajo centrado y el horario establecido en un espacio y horario indeterminado. Los *slogans* de trabajos remotos que promueven una vaga idea de libertad son cada vez más frecuentes. El mundo globalizado ha traído consigo nuevas dinámicas de explotación, peores condiciones laborales y una intrusión en el ocio que cada día se incrementa con acelerada velocidad. Ser un empresario de uno mismo es el nuevo mantra del capitalismo tardío.

En lo contemporáneo el yo se ha convertido en la figura central de la subjetividad. Seres cansados hasta el hartazgo que se reprochan no explotarse lo suficiente. Si bien en el siglo pasado podíamos dividir la vida pública y la vida privada como espacios distintos; en la actualidad la división entre trabajo, placer, juego y cultura se ha desdibujado.

Como bien indica Hanna Arendt, lo que más define a las personas que producen cosas es que no comprenden lo que hacen. En alusión a Richard Sennett, la tecnología parece un aliado poco fiable para retomar el control. Sin embargo, la intención de este artículo es lejana a la idea de cerrar nuestras redes sociales o apartarnos definitivamente de la tecnología como propondría Jaron Lanier. La propuesta de este ensayo sería la necesidad de la formación de un criterio propio para poder hacer más habitable el presente. Aceptando que estas interacciones no van a desaparecer a corto plazo y seguramente deberán ser reguladas en algún momento, cuando alcancemos a ver sus consecuencias físicas y conductuales.

Bajo el pensamiento Ilustrado Kant nos legó en su texto *Qué es la Ilustración* (1784) la fuerte oración “Sapere aude”, atrevete a pensar. Frase en la cual nos invitaba a salir del estado de infancia por medio de la razón, a emanciparnos mediante los desarrollos de nuestras facultades. Lejanos temporalmente de la Ilustración sería importante partir de la reflexión de nuestro momento histórico. ¿Qué sucede cuando tenemos figuras denominadas “influencers”? ¿Dónde que-

dan las facultades de la razón? ¿Alguien se atreve el día de hoy a pensar? ¿Existe el carácter para poder discernir sobre esta influencia?

La filosofía ha sido como tal la incómoda práctica de realizar incómodas preguntas sobre la vida que llevamos, lo que creemos adecuado, natural y necesario. Lo que damos por cierto sin preguntarnos si debe ser así o puede ser de otra manera. Reflexionar sobre lo que parecería evidente es el ejercicio diario de quien desea hacer filosofía. Por lo tanto, preguntarnos por qué necesitamos la influencia de alguien para tomar desde las decisiones mínimas hasta decisiones que afecten el rumbo de nuestra vida es una necesidad en lo contemporáneo. Pareciera que nuestro tiempo ha sido vencedor ante las instituciones, no se respeta al político, al maestro, al párroco, buscamos la desinstitucionalización a toda costa y por el contrario le damos un valor más elevado a la opinión del sujeto común que desde su situación de poca profundidad en el tema pareciera poder brindar una solución más clara que la que brindan los expertos.

A simple vista esto parece inofensivo y ya que tenemos libertad de expresión todos tenemos derecho a emitir un juicio cualquiera sobre un acto cualquiera. Pero en el pensamiento filosófico este problema no sería nada nuevo, por el contrario. El problema entre la doxa (opinión) y el logos (razón) es un problema que podemos encontrar desde la Antigüedad. La opinión no busca discernir, no quiere comprender otras situaciones sino la suya, no busca aclarar sino destacar un punto de vista que no involucra a las diferentes caras del problema. En otras palabras, la opinión no busca ni quiere la verdad, la opinión es un simple punto de vista, comúnmente basado en experiencias personales. Nuestro tiempo valora más el punto de vista que las raíces, condiciones y distintas perspectivas de un problema para intentar buscar su verdad y su manera adecuada para ser resuelto. Por el contrario, parece enaltecer los puntos de vista que llegan a polarizar una sociedad.

En este punto podemos rastrear en la Esferología propuesta por Peter Sloterdijk este viaje humano desde lo íntimo a lo universal. En los tres tomos propuestos por el autor encontramos el despliegue a lo largo de la historia del pensamiento occidental y su necesaria inmunización, creación de espacios habitables para lo humano, la construcción como un medio de transformación del entorno, comenzando por la casa, dejar la vida nómada y comenzar a habitar en un lugar común, rasgo de domesticación del humano, una lengua común y una estructura

política derivada de ese habitar convertirán al salvaje en un ser político. Pero como vemos a lo largo de Esferas el humano siempre ha buscado la expansión. El uso de la técnica es por lo tanto también una extensión de los sentidos y la aceleración con los avances tecnológicos ha marcado una nueva forma de experimentar el mundo, para Sloterdijk esto es un movimiento que se ha gestado desde siglos atrás con la globalización marítima, la posibilidad de intercambios afecta ambos puntos gracias a la interacción de distintas formas de vida. Somos fascinados ya sea por atracción o rechazo a formas de vida distintas a la nuestra, a maneras de hacer y vivir lejanas a las que nos han acompañado. Es la globalización un fenómeno derivado de este ímpetu humano del llegar al límite e intentar transgredirlo. La globalización marítima antecede para el filósofo a nuestro actual mundo globalizado. Primero por una interacción con el mercado y posteriormente una interacción cultural, los viajes marítimos permitían acercar dos puntos distintos, crear una interacción y una fusión entre dos lugares lejanos espacialmente, pero comunicados por medio de estas expediciones. El día de hoy gracias a la interacción de redes tenemos la ilusión de estar mucho más cerca de lo que nos es lejano físicamente pero que tenemos acceso en un ahora experimentado principalmente desde la mirada.

Esta interacción ha derivado desde el siglo XX en una hiperconectividad acelerada, el ahora es más importante que el aquí. De manera interesante esto ha servido para estimular el deseo de reconocimiento y aceptación numérica, sin embargo, parece disminuir la interacción cara a cara, lo propiamente cercano a la percepción y prevalece la producción de bellos instantes a experimentarlos de manera humana. Como vimos en este recorrido la situación de nuestra contemporaneidad es la consecuencia histórica de los cambios sociales y de las formas de interacción. Con todo lo anterior considero necesaria la construcción del ethos (carácter) en lo contemporáneo. Encontramos en Aristóteles que la formación del carácter se construye a través de la aprehensión de virtudes que se encuentran en un equilibrio tanto de la razón como de los sentimientos que darán como resultado la función propia del ser humano hacia la areté (excelencia).

Ante todo, es necesario actuar y es un aspecto más de la vida buena, se centra en desarrollar una especial manera de ser, un carácter determinado. Se debe forjar un carácter justo, prudente, generoso que produzca respuestas sabias y correctas a cualquiera de las situaciones que se presentarán en la vida de las personas. El

filósofo hace hincapié en este componente de la personalidad, ya que el carácter nos dispone a actuar de una forma o de otra. Es guía entre la emoción y la razón en cuanto a la toma de decisiones.

El carácter se encuentra en el conjunto de cualidades que cada cual va interiorizando e incorporando a su ser a modo de una especie de segunda naturaleza, es importante aquí resaltar el sentido de segunda naturaleza debido a que hay que formar ese carácter, principalmente en un modo de ser, una suma de acciones que pueda hacer de la persona alguien prudente. Es un fuerte acierto de Aristóteles saber que la conducta no está del todo en nuestros genes como una de las propuestas de hoy en día. El carácter es por lo tanto capaz de ser educable y condicionado por el ambiente y conformará así lo que es cada persona. Bajo la costumbre es entonces que se modificará y se formará esta manera de ser. La adquisición de costumbres es quien nos definirá.

La formación de ese carácter nos dispone entonces para la acción. Buscando lo positivo y alejándonos de lo negativo. El problema surge cuando si bien queremos ser felices, tenemos que aprender a serlo, básicamente porque vivimos en una sociedad y es un desacierto aspirar a ser feliz en solitario sin tener en cuenta al resto de las personas con las que hay que convivir. Ya que el ser humano es un ser político y su condición es vivir en sociedad hace que la felicidad individual no pueda obtenerse al margen de la felicidad colectiva, razón por la que es necesario adecuar nuestros deseos y preferencias personales a las públicas. Ese equilibrio entre lo público y lo privado será necesario para poder ser feliz y modelar el carácter.

De ahí la necesidad en Aristóteles de la adquisición de virtudes. Aristóteles (1985) expone en el Libro II de la *Ética a Nicómaco*, su teoría de la virtud, qué es y cómo se adquiere. La propuesta no pretende desvincular el ideal de la felicidad de la tendencia animal a perseguir el placer y evitar el dolor, como las caras sensibles de la felicidad. La virtud moral se relacionará con el placer y el dolor en la medida en que hacemos el bien a causa del placer que nos produce y nos apartamos del mal ya que produce dolor. Aquí es precisamente donde surge la necesidad de la educación ya que la tendencia a buscar el placer y evitar el dolor deberá corregirse y aprenderse con el fin de colocar el placer y el dolor en aquello que debe producirlo. Para Aristóteles, el hombre bueno es quien logra asignar: “lo bello, lo conveniente y lo agradable, y sus contrarios, lo vergonzoso, lo per-

judicial y lo penoso” (Aristóteles, 1985: 1103, 20). No se nace con este conocimiento, mucho menos existe una disposición natural hacia lo bueno ni a sentir placer y dolor correctos. Es necesario aprenderlo. La *paideia* será entonces una necesidad propia para la conformación del *ethos*.

Con este desarrollo hasta el momento de la exposición podemos detenernos en el contraste entre la *paideia* y la educación contemporánea. Ya que la primera tenía como propósito la formación entendida como la transmisión de valores y saberes técnicos, que harían al niño exclusivamente en este caso llegar a ser una persona digna de ser ciudadano. Por el contrario, podríamos pensar que una dificultad para la formación del *ethos* en lo contemporáneo es el sentido que ha tenido la educación en nuestros días. La educación se ha vuelto un sistema institucionalizado que busca cumplir únicamente objetivos numéricos. La educación ha perdido su característica formativa y se ha vuelto un mecanismo burocrático. La escuela como muchos autores han descrito y sobre todo Michel Foucault (2002) guarda un fuerte parecido con la fábrica, el taller, el hospital, el campo militar. Es necesario replantearnos nuevos espacios para poder adquirir la formación no solamente para avanzar en el mundo laboral o el mundo donde los diplomas otorgan beneficios, sino formarnos como seres humanos capaces de saber ser y hacer en distintos momentos. Para lo cual los ejercicios diarios del carácter son necesarios y no serán necesariamente encontrados en una institución, sino que deben ser esfuerzos personales por mejorar en uno mismo.

Para el estagirita ocurren tres tipos de cosas en el alma que identificarán las virtudes con el modo de ser o el carácter: las pasiones, facultades y modos de ser. Así, las pasiones nos sobrevienen sin quererlo, no son deliberadas. Las facultades, nos hacen capaces de apasionarnos de una manera u otra. Los modos de ser, finalmente, determinan que nos comportemos bien o mal con respecto a las pasiones. Las virtudes por lo tanto no son pasiones ni facultades, sino modos de ser.

Por todo lo anterior podríamos traducir las pasiones al lenguaje psicológico de hoy en día como emociones. Las facultades se corresponderían tal vez con las condiciones neurofisiológicas que nos permiten sentir emociones. Por último, a los modos de ser o conjunto de virtudes hoy los llamamos «actitudes», unas actitudes conformadas por un sistema de valores que orienta la conducta y hacen que ésta sea moralmente correcta o incorrecta. Cuando las respuestas

son repetidas en un lapso de tiempo decimos que alguien ha adquirido o desarrollado un modo de ser porque ha adquirido esa virtud.

Tomando la estructura del alma en Aristóteles como alma vegetativa, sensitiva y racional. En la parte sensitiva tendríamos el núcleo de las emociones y los sentimientos las cuales serán sustento de la mayoría de virtudes que el filósofo llama éticas, que contraponen a las dianoéticas o intelectuales que se asientan en la parte racional del alma. Así tendríamos que los modos de ser morales tienen un soporte sensitivo y no solo intelectual. Se deben a modulaciones del sentimiento que debe aprender a no reaccionar ciegamente ante las situaciones con que se encuentra, sino a hacerlo correctamente. La cuestión con las pasiones es que estas pueden llevar al contrario de la virtud a un estado del des-virtuarse ya sea por exceso o por defecto. Por eso el hincapié de Aristóteles al término medio, buscar la prudencia y la moderación para no llegar a los extremos. Reforzar los hábitos hasta que la virtud se vuelva al sentimiento, a sentir que deber ser así.

Más allá de conocer el bien es importante sentirlo, saber lo que es bueno y sentir el deber de hacerlo para poder interiorizar este modo de ser. No podemos solamente pensar que el sabio es bueno porque conocer el bien y que el malo lo ignora.

Entre la razón de conocer el bien correcto y la acción, se interpondrá el deseo. Que como podemos pensar gracias a toda la propuesta psicoanalítica no siempre es racional. Ya que incluso quien sabe que se equivoca puede continuar por el fin de satisfacer su deseo. El esfuerzo a realizar es el de ser un hombre prudente. Por lo tanto, el ejercicio de una ética en Aristóteles exige la comprensión de la prudencia.

Para lo anterior nos serviremos de la división de la virtud en dos clases: las éticas y las dianoéticas o intelectuales. Las éticas se asientan en el alma sensitiva y las dianoéticas en el alma racional. Las intelectuales son dos: la sabiduría y la prudencia. Así la sabiduría es la virtud teorética, contemplativa, la capacidad especulativa, en tanto que la prudencia es la que se encarga de realizar un cambio para poder descubrir cuál es el punto medio. Por lo tanto, la prudencia será la productora desde la parte racional del alma, en la que se expresará la recta razón que sirve para modular los distintos sentimientos que darán lugar al resto de las virtudes radicadas en la parte sensitiva del alma. Aunque como tal la medida no

existe, cada quien debe ajustar la medida de sus emociones y pasiones para no verse dominado por ellas.

Debido a esta subjetividad el carácter moral no puede extraerse de la razón pura. Sino que se encontrará en la manera de ser de cada persona. No hay fórmulas. No es posible fiarse de principios generales y de conceptos abstractos. Solo en cada situación pueden ser puestos a prueba. Tenemos entonces a la prudencia como “un modo racional verdadero y práctico, respecto de lo que es bueno y malo para el hombre” (Aristóteles, 1985: 1140b 1-5). Junto a la prudencia tenemos a la sabiduría en las virtudes intelectuales, aunque el filósofo las considera con cierta ambivalencia. La sabiduría es “ciencia e intelecto de lo más honorable por naturaleza”, es para Aristóteles una capacidad que incluso nos acerca a los dioses. Sin embargo, de nada sirve la sabiduría sin la prudencia. La prudencia será entonces más humana refiriéndose a lo que hay que deliberar. La función del prudente consiste entonces en deliberar rectamente, y nadie delibera sobre lo que no puede ser de otra manera ni sobre lo que no tiene fin, y esto es un bien práctico. Tenemos entonces a la prudencia como un acto práctico que debe ser adquirido por experiencias, no con teorías.

Por todo lo anterior podemos recapitular hasta el momento la importancia de realizar un análisis constante de la vida que llevamos, preguntándonos si hacemos uso de estas dos facultades. Preguntarnos también si la formación que se recibe en lo contemporáneo instruye a quien es educado en fortalecer y ejercer estas facultades. Que como hemos visto no pueden ni deben ir por separadas, que incluso parece que la prudencia puede ser más conveniente a la vida incluso que la sabiduría. Cuestión que vale la pena replantearnos. Debido a que como seres sociales tendremos un sinnúmero de dilemas y problemáticas desde corrientes hasta complejas en las cuales estas facultades intelectuales pueden ayudarnos a no caer en los extremos, en modelar nuestras conductas para conformar un carácter digno de una persona virtuosa y no ceder a nuestras primeras emociones o pasiones. En este sentido es necesario en lo contemporáneo retomar de manera personal como un cuidado de sí, tecnología del yo y como una práctica de subjetivación la *paideia* griega. Es necesario reflexionar y analizar nuestros actos diarios para fomentar el ejercicio de la *phronesis* para ser personas más prudentes.

El filósofo desarrolla en la *Retórica* (Aristóteles, 1990), el estudio de las emociones y la explicación del cómo un buen orador conoce el arte de utilizar y pro-

vocar en el público con el fin de conseguir que este haga lo que debe, en el mejor de los casos, o que haga lo que el orador o a la figura le interesa, en el peor de ellos. Como podemos ver, la retórica tiene también en sí una facultad manipuladora. Como técnica la retórica fue criticada por los filósofos desde la Antigüedad, utilizada por los sofistas, con el fin de solamente convencer olvidando y alejando de la verdad. Pero también esta técnica permite como herramienta humana poder mediante el discurso compartir, expresar ciertas ideas que puedan bajo un criterio positivo ayudar a surgir lo humano.

La retórica es una herramienta práctica; desde el tratado de la argumentación, que retoma características no sólo racionales, sino también emotivas. En la *Retórica*, Aristóteles se propone enseñar a argumentar para persuadir al público de las buenas causas a las que debería adherirse. Característica que como sabemos desde Platón también es tomada como un peligro. Ya que la retórica puede ser utilizada también con el fin de manipular. Sin embargo, en Aristóteles tendremos por otra parte a la retórica como un complemento para la ética. El conocimiento del bien es subjetivo. Incluye al lenguaje ya que este puede ser de varias maneras. Por lo que la retórica será “la facultad de discernir en cada circunstancia lo admisiblemente creíble” (Aristóteles, 1990: 1355b, 30).

Camps (2011) encuentra por lo tanto en la retórica aristotélica una teoría de la acción en la que se explica de qué forma el discurso puede cambiar el estado de ánimo de quienes lo escuchan, mediante el uso de tópicos, figuras del lenguaje y la elocuencia. Estos cambios en el estado de ánimo sirven para actuar en un cierto sentido. Esta cercanía en el territorio de la acción es lo que relaciona la retórica con la ética. Ya que las emociones y los sentimientos son móviles de la conducta. El discurso elocuente debe ir acompañado de retórica para que se inscriba en el interior del alma humana y la disponga a hacer el bien.

Es por eso que Aristóteles incluye tres aspectos en los argumentos que utiliza la retórica: 1) el carácter *ethos* o las emociones del que habla; 2) a quién va dirigido el discurso y de qué manera cambia las actitudes de quien lo recibe –cómo afecta a su *pathos*–; 3) qué se dice en el discurso, cuál es su contenido. Tendremos entonces tres elementos básicos distinguidos por la retórica *quién habla, para quién se habla y qué se dice*. Todo esto servirá a la persuasión en la cual veremos que la importancia de las emociones juega un papel protagónico.

Gracias al papel complementario que hemos visto hasta ahora tenemos que tanto la ética como la retórica jugarán en la propuesta Aristotélica un papel fundamental para llegar a la buena vida, a la virtud y a la formación de un buen carácter, para llegar al punto medio o ser un hombre prudente. La conjunción de ética y retórica brindan elementos desde los cuales conformar esa subjetividad.

Es fructífera entonces la vuelta a la antigüedad para pensar el presente, sirve de manera práctica para una base en la cual fundamentar un retorno a la ética de la virtud, sin embargo, los problemas históricos y el contexto con el que nos encontramos en la actualidad también nos inundan de otro tipo de características que debemos agregar.

Así como la filósofa recupera la retórica para los asuntos de la ética, podemos pensar que en lo contemporáneo también nos enfrentamos al peligro que Platón veía ya en ella. El poder de convencimiento es tanto una herramienta como un peligro para llegar a obnubilar el juicio, un buen orador también puede llevarnos bajo la emoción a una causa incorrecta, nublando tanto nuestra sabiduría como nuestra prudencia. Todo esto se ve el día de hoy potenciado por la sobre estimulación a la que somos expuestos gracias a la información en red. El espacio virtual ha permitido el flujo de información en tiempo real y también en una desterritorialización como no se había conocido en otro periodo histórico. Sin embargo, que esto suceda bajo las características más arriba mencionadas trae como consecuencia que nos encontremos en una era de la postverdad, donde si bien tenemos acceso a gran cantidad de información muy poca se encuentra caracterizada por su veracidad, así como no siempre sabemos cuáles son los fines de quien emite ese mensaje.

Regresando a la ética de Aristóteles considero que aquí es donde se debe de retroalimentar la ética y la retórica ya que si bien podemos ser bombardeados con discursos que nos conmuevan y se dirijan directamente a nuestras emociones y fibras más sensibles, será tanto la sabiduría como la prudencia quienes nos guíen para encontrar un punto medio en esta nueva era digital. A lo largo de la historia de la humanidad se nos han presentado un sinnúmero de discursos, sin embargo, la formación de un carácter es una herramienta que permite distinguirlos y pasarlos tanto por la emoción como por la razón para poder tener una mirada crítica de la realidad.

La prevalencia de los textos aristotélicos, su relevancia y vigencia, se muestran aunque nuestras sociedades sean tan distantes. Los mismos principios que rigen la vida humana se vuelven a formular con matices y características distintas, pero también las facultades humanas están ahí para ejercitarlas y buscar el mismo fin, la felicidad y para ella la prudencia.

Como a lo largo del texto se ha remarcado, es necesario un equilibrio entre emociones y razón para poder actuar con prudencia, para poder emitir un discurso convincente y para poder ser críticos de los discursos de los que somos escuchas, pero la formación derivada de la práctica cotidiana es la que permite bajo la repetición formar un carácter de prudencia, una segunda naturaleza que sea digna y feliz.

## BIBLIOGRAFÍA

Aristóteles. (1985). *Ética a Nicómaco*. Madrid: Gredos.

\_\_\_\_\_. (1990). *Retórica*. Madrid: Gredos.

Camps, V. (2011). *El gobierno de las emociones*. Barcelona: Herder.

Deleuze, G. (2006). Conversaciones, en *Pretextos*. Madrid.

Foucault, M. (2002). *Yo, Pierre Riviere, habiendo degollado a mi madre, a mi hermana y a mi hermano*. Barcelona: Tusquets.

Gómez, Espinoza, G. M. (2017). La intimidad en la época digital. *Reflexiones Marginales*, (38). <http://reflexionesmarginales.com/blog/2017/03/31la-intimidad-en-la-epoca-digital-2/>

\_\_\_\_\_. (2018). La seducción narcisista en las redes sociales. *Reflexiones Marginales*, número especial (3). <https://reflexionesmarginales.com/blog/2018/01/01/la-seducion-narcisista-en-las-redes-sociales/>

Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital*. Nueva York: Debate.

\_\_\_\_\_. (2016). *Dawn of the New Everything: Encounters with Reality and Virtual Reality*. New York: MacMillan.

\_\_\_\_\_. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Nueva York: Debate.

Sloterdijk, P. (2010). *En el mundo interior del capital. Para una teoría filosófica de la globalización*. Madrid: Siruela.

- \_\_\_\_\_. (2000). *Normas para el parque humano. Una respuesta a carta sobre el humanismo de Heidegger*. Madrid: Siruela.
- \_\_\_\_\_. (2003). *Esferas I. Burbujas. Microsferología*. [Trad. esp. Isidro Reguera]. Madrid: Siruela.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Esferas II. Globos. Macrosferología*. [Trad. esp. Isidro Reguera]. Madrid: Siruela.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Esferas III. Espumas*. [Trad. esp. Isidoro Reguera]. Madrid: Siruela.
- \_\_\_\_\_. (2007a). El hombre operable. Notas sobre el estado ético de la tecnología moderna. [Trad. esp. Fernando La Valle]. *Artefacto*, (4), 1-18.
- Sordo Juan y Guzmán Díaz, R. (2013). Cultura y política en el proyecto filosófico de Peter Sloterdijk. Limitaciones y potencialidades de su Esferología. *Decantados*, (41), 139-154.





*He visto cosas peores*  
Valeria de Paz Gil. México, 2022.  
Escultura mixta. 30 cm x 20 cm



## V. WITTGENSTEIN, IMÁGENES DEL MUNDO Y MITOLOGÍAS CONTEMPORÁNEAS

FELIPE DE JESÚS ARÁMBULA IBÁÑEZ<sup>1</sup>

### INTRODUCCIÓN

Es bien sabido que vivimos en una época caracterizada por la producción tecnológica de imágenes visuales. No es casual que Roman Gubern (2007) llegue a sostener que, así como nuestra supervivencia biológica depende de la inhalación de los gases contenidos en la atmósfera, nuestra supervivencia simbólica depende de lo que él llama iconosfera; un ecosistema cultural cuya continua reproducción de sentido hace uso de los signos icónicos, es decir, visuales, como uno de sus estandartes más emblemáticos sino es el que más. Además, la reproductibilidad técnica identificada por Walter Benjamin en la primera mitad del siglo XX se ha incrementado a niveles nunca vistos, el abaratamiento de la tecnología fotográfica, así como su integración en los dispositivos móviles, ha generado que las imágenes visuales sean, hoy en día, la moneda de cambio por antonomasia. Es por ello que se vuelve indispensable explorar nuevas maneras de aproximación a la imagen.

El objetivo del presente escrito es reflexionar sobre las implicaciones culturales de la producción de imágenes visuales contemporáneas desde la filosofía tardía de Ludwig Wittgenstein, en particular, estamos interesados por las imágenes de los servicios *streaming* de series y películas. Para ello, hemos dividido

---

<sup>1</sup> Facultad de Comunicación. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: felipe.araombula@udlap.mx

nuestro ensayo en dos apartados, en el primero se exponen los dos modos en que Wittgenstein habla de imagen en su filosofía, y en el segundo reflexionamos sobre el tipo de imagen del mundo y mitología que subyacen a las imágenes visuales que consumimos en las plataformas de contenidos audiovisuales.

## DESARROLLO

### *'Imagen' en la filosofía de Wittgenstein*

Wittgenstein no es un pensador conocido por sus ideas referentes a lo que comúnmente llamamos “imagen”. Como sabemos, los intereses filosóficos de Wittgenstein conciernen, sobre todo, pero no exclusivamente, al lenguaje y a la lógica, por lo que sugerir una filosofía de la imagen en Wittgenstein parece un extravío. Y, sin embargo, Wittgenstein sí habla, por lo menos en dos sentidos, de imagen en su filosofía.

La primera manera en que Wittgenstein habla de imagen la encontramos en su *Tractatus logico-philosophicus* (2013). Allí, el filósofo vienés postula que la única función del lenguaje, por lo menos del lenguaje que pretende ser genuinamente significativo, es la de describir hechos del mundo. En el *Tractatus*, Wittgenstein nos dice que una proposición es una imagen o figura (*Bild*) del mundo, lo que significa que una proposición tiene la posibilidad de representar un cierto estado de cosas existente en la realidad, empero, no garantiza que lo expresado en la proposición sea verdadero, para ello es necesario contrastar el sentido de la proposición con los hechos del mundo:

2.12 Una imagen es un modelo de la realidad.

2.221 Lo que una imagen representa es su sentido.

2.222 Su verdad o falsedad consiste en el acuerdo o desacuerdo de su sentido con la realidad.

2.223 Para reconocer si la imagen es verdadera o falsa, tenemos que compararla con la realidad. (Wittgenstein, 2013: 118, 123)

En el *Tractatus*, Wittgenstein presupone la existencia de una estructura isomórfica entre mundo y lenguaje, entre un hecho y una proposición, y debido a esto, la comunidad exegetica de Wittgenstein llama a esta concepción del lenguaje “teoría pictórica”, pues para él, cada proposición es una suerte de pintura, por no decir fotografía, que retrata hechos particulares del mundo. Y, como “4.001 La totalidad de las proposiciones es el lenguaje” (2013: 145), se sigue que el lenguaje sea concebido como la pintura de la realidad.

Ahora bien, Wittgenstein abandona su “teoría pictórica del lenguaje”, entre otras cosas, por la excesiva fragmentación y autonomía proposicional en la que incurre: “2.171 Una imagen puede retratar toda realidad de la que tenga la forma. Una imagen espacial, todo lo espacial, una coloreada, todo lo coloreado, etc.” (p. 121). Sin embargo, hay un inconveniente, la fragmentación y autonomía que Wittgenstein detecta en el *Tractatus* no es resultado del análisis lógico ahí defendido, sino una demanda e imposición formulada por él mismo:

108. Reconocemos que lo que llamamos «proposición» y «lenguaje» no es la unidad formal que imaginé, sino que es la familia de estructuras más o menos emparentadas entre sí [...] El prejuicio de la pureza cristalina sólo puede apartarse dándole la vuelta a todo nuestro examen. (Wittgenstein, 2003: 259)

Al aceptar que su filosofía tractariana cae en el tipo de presupuestos que le critica a la metafísica, Wittgenstein propone otra filosofía que ya no hipotetiza sobre propiedades *a priori* del lenguaje en general y de las proposiciones en particular. Más bien dirige su modelo filosófico hacia el uso cotidiano de palabras y proposiciones. Es ahí donde se expresan las condiciones de posibilidad de las actividades lingüísticas que llamamos lenguaje y de la experiencia humana en general: “90. [...] Nuestra investigación [...] no se dirige a los fenómenos, sino, como pudiera decirse, a las ‘posibilidades’ de los fenómenos” (Wittgenstein, 2003: 113).

A partir de esta renovada perspectiva, Wittgenstein (2006) sostiene que las proposiciones no están aisladas unas de otras. Su análisis conceptual muestra que hay una compleja interacción proposicional entre ciertos dominios de actividades lingüísticas que él llama *juegos de lenguaje*: “225. No me aferro a una proposición, sino a una red de proposiciones” (p. 30c). Después del *Tractatus*,

Wittgenstein reconoce dos características de los juegos de lenguaje; su heterogeneidad:

23. [...] Hay innumerables géneros: innumerables géneros diferentes de empleo de todo lo que llamamos «signos», «palabras», «oraciones». Y esta multiplicidad no es algo fijo, dado de una vez por todas; sino que nuevos tipos de lenguaje, nuevos juegos de lenguaje, como podemos decir, nacen y otros envejecen y se olvidan. (Wittgenstein, 2003: 39)

Y su interrelación:

66. Considera, por ejemplo, los procesos que llamamos «juegos». Me refiero a juegos de tablero, juegos de cartas, juegos de pelota, juegos de lucha, etc. ¿Qué hay común a todos ellos? –No digas: «Tiene que haber algo común a ellos o no los llamaríamos ‘juegos’»– sino mira si hay algo común a todos ellos. –Pues si los miras no verás por cierto algo que sea común a todos, sino que verás semejanzas, parentescos y por cierto una serie de ellos. [...] Vemos una complicada red de parecidos que se superponen y entrecruzan. Parecidos a gran escala y a detalle.

67. No puedo caracterizar mejor esos parecidos que con la expresión «parecidos de familia». (Wittgenstein, 2003: 87)

Ahora bien, los juegos de lenguaje en los que se emplean proposiciones suponen una imagen del mundo (*Weltbild*), y esta es la segunda manera en que Wittgenstein habla sobre imagen en su filosofía, caracterizada por Wittgenstein como un cúmulo de creencias, no de saberes, sobre las que reposan los juegos de lenguaje y que no tiene sentido buscar refutarlas o confirmarlas. Como sugiere Hamilton (2017): “Los compromisos básicos de una persona, expresados en su imagen del mundo, no están sujetos a evaluación racional, sino que descansan sobre la fe, la decisión u otros procesos no racionales” (p. 169). Debido a esta caracterización, estamos inclinados a entender a la imagen del mundo como una especie de base o fundamento de los juegos de lenguaje, el propio Wittgenstein nos ofrece observaciones que motivan esa interpretación, sin embargo, es importante recordar que no hay nada definitivo o dado de una vez por todas en los juegos de lenguaje, éstos son dominios dinámicos y fluctuantes, por lo que, si algunas proposiciones parecen ser inamovibles, Wittgenstein sostiene que:

588. Puede suceder cualquier cosa en el futuro, el agua puede comportarse en el futuro de cualquier forma –nosotros *sabemos* que hasta ahora se ha comportado así en innumerables ocasiones.

Este hecho se haya incorporado al fundamento de nuestro juego de lenguaje.

599. Has de tener en cuenta que el juego de lenguaje es, por decirlo de algún modo, algo imprevisible. Quiero decir: no está fundamentado. No es razonable (ni irracional).

Está allí –como nuestra vida. (Wittgenstein, 2013: 73c)

Que los juegos de lenguaje sean, a la vez, fundamentados y no fundamentados, no es contradictorio, sino relativo; en otras palabras, un juego de lenguaje puede sostenerse sobre imágenes del mundo bien sedimentadas, pero, esas creencias sedimentadas pueden volver a fluir, y aquellas proposiciones que en principio parecen ser móviles, pueden terminar por afianzarse. La imagen del mundo tampoco se expresa lingüísticamente, ni lo requiere, son, por tanto, creencias tácitas o implícitas tan arraigadas que pueden formar parte de algo así como una mitología: “95. Las proposiciones que describen esta imagen del mundo podrían pertenecer a una suerte de mitología. Su función es semejante a la de las reglas del juego, y el juego también puede aprenderse de un modo puramente práctico, sin necesidad de reglas explícitas” (Wittgenstein, 2006: 15c). Y aunque la mitología (fundamento) parezca ser un monolito inamovible, “97. La mitología puede convertirse de nuevo en algo fluido” (Wittgenstein, 2006: 15c), es decir, el fundamento puede dejar de serlo, los juegos de lenguaje y la imagen del mundo son en igual grado imprevisibles.

Pero ¿acaso existe una única imagen del mundo? Para Wittgenstein este no es el caso. La imagen del mundo responde a criterios culturales e históricos singulares que imposibilitan pensar en una sola imagen del mundo, la de la humanidad, por ejemplo, pero esto tampoco significa que cada imagen del mundo es única e incomparable. “La inconmensurabilidad total (literalmente «no tener una medida en común»)… Wittgenstein no la comparte” (Hamilton, 2017: 165). Las imágenes del mundo son contrastables porque son el trasfondo de la vida humana, una vida que involucra sentimientos, opiniones, creencias, juicios, valoraciones, objetos, fetiches, deseos, pensamientos, trabajo, ocio, entre muchas otras

cosas, y cualquier grupo humano cuenta, de una u otra forma, en mayor o menor medida, con estos rasgos, por eso las imágenes del mundo sí son comparables.

Quizá podemos contrastar, con sus debidos matices, a las imágenes del mundo con los juegos de lenguaje; así como encontramos similitudes y diferencias en estos, lo mismo ocurre con las imágenes del mundo, hay diferencias y semejanzas aquí y allá, sin que exista *una* cosa común a todas ellas. Al tener un rol tan importante para la vida cultural humana, la serie de creencias constitutivas de la imagen del mundo tampoco son objeto de cuestionamiento, de serlo, todo el entramado de juegos de lenguaje e imágenes del mundo perdería sentido:

Algunos enunciados son inmunes a la duda no porque hayan sido confirmadas de modo exhaustivo, sino porque constituyen el marco de referencia en el que pueden cuestionarse o confirmarse los otros enunciados. Este marco está conformado por las proposiciones de lo que él llama una «imagen del mundo». (Hamilton, 2017: 9)

Esto significa que no podemos evaluar a las imágenes del mundo en función de criterios como verdad o falsedad, la imagen del mundo es, de hecho, aquello que posibilita diferenciar entre lo que decimos que es falso y lo que decimos que es verdadero. No es necesario que la imagen del mundo se confirme, es lo que posibilita toda confirmación o refutación:

94. Pero no tengo mi imagen del mundo porque me haya convencido a mí mismo de que sea la correcta; ni tampoco porque esté convencido de su corrección. Por el contrario, se trata del trasfondo que me viene dado y sobre el que distingo entre lo verdadero y lo falso. (Wittgenstein, 2006: 15c)

¿Qué tipo de proposiciones pueden ser consideradas como expresión de imágenes del mundo? Es importante responder esta pregunta pues este tipo de proposiciones esenciales pueden llegar a confundirse con proposiciones de orden empírico. Por ejemplo, una proposición como «Quien escribe este texto es Felipe Arámbula» es empírica, ya que puede ser evaluada como falsa o verdadera mediante la revisión de ciertos documentos que avalen esa afirmación; en cambio, una proposición como «Soy Felipe Arámbula», es una proposición esencial que forma parte de la imagen del mundo que comparto con otras personas, si la

pusiera en cuestión, otra serie de creencias y proposiciones se tambalearían y dejarían de tener sentido. Si dudo que yo sea Felipe Arámbula, no podría evaluar si Felipe Arámbula es quien escribió este texto.

Otro ejemplo. La proposición «Nadie ha estado en la Luna» es una sentencia que antes de 1969 parecía ser esencial y parte de la imagen del mundo, no obstante, dicha proposición ha caducado como tal y ahora puede pasar a ser considerada como una proposición empírica, en este caso falsa. Como Wittgenstein sostiene, una mitología puede fluir de nueva cuenta. Por ello piensa a las imágenes del mundo como el cúmulo de proposiciones sedimentadas en el lecho del río:

96. Podríamos imaginar que algunas proposiciones que, tienen la forma de proposiciones empíricas, se solidifican y funcionan como un canal para las proposiciones empíricas que no están solidificadas y fluyen; y también que esta relación cambia con el tiempo, de modo que las proposiciones que fluyen se solidifican y las sólidas se fluidifican. (Wittgenstein, 2006: 15c)

Si las proposiciones al fondo del lecho cambian, las imágenes del mundo también sufren alteraciones. “[Wittgenstein] sugiere que el cambio de estatus de un conjunto de proposiciones del lecho del río a río pueden implicar un cambio en la imagen del mundo” (Hamilton, 2017: 164).

Ahora bien, es necesario recalcar que, aunque hay una relación entre imágenes del mundo y lenguaje por medio de las proposiciones, dicho vínculo no es ni necesario ni exhaustivo. Es decir, las imágenes del mundo, por lo general, no se expresan, permanecen en una suerte de anonimato lingüístico, Wittgenstein sólo está enunciándolas a través de proposiciones esenciales para distinguirlas de las proposiciones empíricas con las que pueden llegar a ser confundidas. En este sentido, las imágenes del mundo no son una especie de baúl donde se almacenan proposiciones esenciales como las arriba expuestas, en cambio son creencias, no palabras, y las creencias pueden expresarse por medio de diversos recursos semióticos, como las imágenes visuales.

Como acabamos de ver, en tanto creencias no racionales firmemente sedimentadas, las imágenes del mundo no sólo pueden guardar relación con palabras y proposiciones, también es posible relacionarlas con otro tipo de expresiones como lo son las imágenes visuales.

¿Qué tipo de imagen del mundo y mitología subyacen a la producción, viralización y consumo de imágenes visuales en la contemporaneidad? Evidentemente, esta es una pregunta cuya respuesta excede las modestas pretensiones de nuestro escrito, por lo que es necesario acotarla y delimitarla a un dominio particular de la imagen visual. Sobre todo, estamos interesados en la imagen del mundo y mitología producto de las imágenes visuales que encontramos en los servicios *streaming*, un dominio de la imagen cuya producción depende, entera y tradicionalmente, de conglomerados mediáticos globales cada vez más unificados, a diferencia de las imágenes visuales producidas por usuarios en dispositivos móviles, y que después se pueden difundir a través de redes sociales.

Por servicio *streaming* entendemos aquellas aplicaciones que, a partir de una suscripción, ofrecen a sus usuarios acceso a múltiples catálogos de películas y series televisivas para consumirlas en línea. Entre los *streaming* más famosos están Netflix, Prime Video, Disney+, HBOmax y Apple TV. Si bien es cierto que Netflix (2007) y Prime Video (2006) son los dos servicios *streaming* con mayor antigüedad y cantidad de suscriptores, esto no ha impedido que el resto de las compañías se hayan hecho de una cantidad de usuarios nada despreciable cuantificada también en millones.

La cantidad de imágenes visuales que encontramos en estos servicios es inmensa, y parecería que, por el simple hecho de existir una gran variedad de estos, la producción y oferta sería igual de variada y heterogénea, empero, al examinar los servicios encontramos lo contrario. En primer lugar, observamos que, con independencia del servicio que se tenga contratado, los géneros son los mismos; comedia, terror, suspenso, drama, acción, anime, musicales, documentales o una serie de combinaciones entre estos. La estandarización genérica no es, por supuesto, resultado exclusivo del modelo de negocio del *streaming*, se trata de una herencia antañona de la industria cinematográfica que el *streaming* se ha encargado de retomar y mantener.

En segundo lugar, tanto películas como series no son propiedad del *streaming* que las alberga, se trata de productos audiovisuales que pasan de un servicio a otro sin mayor reparo, por lo que, si no pudimos ver alguna película en Netflix, lo más probable es que la podamos encontrar en Prime Video o HBOmax tiempo después. Inclusive, si una serie es cancelada con prontitud en algún servicio, otro puede retomar su producción y darle el cierre que el *fandom*<sup>2</sup> ansía. En tercer y último lugar, la propia interfaz de los servicios *streaming* es prácticamente la misma, pues aunque los usuarios nos quejemos de lo poco intuitivo y de la poca fluidez de las interfaces gráficas, lo cierto es que todas se rigen y elaboran bajo parámetros estandarizados y simplificados. Por eso es tan fácil transitar de Apple TV a Netflix pese a ser compañías rivales, o bien, navegar por un servicio *streaming* al que apenas nos hemos suscrito.

Es claro que la homogeneidad de los contenidos, de su organización y de las plataformas como tal, no es una cualidad exclusiva de los servicios *streaming*, podemos extender tales rasgos a otros ámbitos culturales de la vida humana, como, por ejemplo, las imágenes viralizadas en redes sociales, las plataformas educativas a distancia (Blackboard, Microsoft Teams, etcétera) o la interfaz de las aplicaciones para pedir comida, no obstante, nuestro objeto de estudio se circunscribe a la homogeneidad del *streaming*.

Ahora bien, ¿qué relación hay entre las imágenes visuales que encontramos en los servicios *streaming* y las imágenes del mundo y mitología propuestas por la filosofía wittgensteiniana? Tal como expusimos en la primera sección de nuestro escrito, Wittgenstein afirma que las imágenes del mundo y su subsecuente mitología responden a criterios no racionales; se trata de creencias fundamentales que escapan a dudas y evaluaciones que pretenden determinar si son verdaderas o falsas, pues la imagen del mundo es una mitología que, de hecho, posibilita que podamos hablar de verdad y falsedad, por lo tanto, no puede ser así mismo verdadera o falsa ya que dejaría de ser fundamental. En este sentido, consideramos que a las imágenes de las plataformas *streaming* les subyace la mitología de la falsa heterogeneidad y del falso consumo.

---

<sup>2</sup> Se conoce como ‘fandom’ al grupo de fanáticos de cualquier tipo de contenido mediático, por ejemplo, el *fandom* de la serie *Stranger Things* (2016) producida por Netflix.

Hablar de falsa heterogeneidad significa que la oferta y variedad de imágenes visuales promovidas por el conjunto de servicios *streaming* es meramente aparente, como describimos líneas atrás, no importa qué plataforma contratemos, tarde o temprano las series y películas terminan por trasladarse de una aplicación a otra. Además, la carrera por ver quién obtiene mayores usuarios genera que los contenidos sean similares, por ejemplo, el éxito de *Game of Thrones* (HBO, 2011) llevó a Prime Video a producir la adaptación de *Wheel of Time* (2021). Para el segundo semestre del 2022 se espera que la batalla se libere entre *House of the Dragon* (HBOmax) y *The Rings of Power* (Prime Video), ambas son series basadas en los logros obtenidos por *Game of Thrones* y *The Lord of the Rings* respectivamente.

Lo cual nos lleva a otro aspecto de la mitología de la falsa heterogeneidad; la explotación sin piedad de los contenidos. El caso más evidente es, por supuesto, el del universo Marvel, una franquicia que ya no sólo se circunscribe a la industria cinematográfica, sino que ahora ha saltado a la producción televisiva a través de Disney+; lo mismo ocurre con *Star Wars*, una serie de películas de ciencia ficción y fantasía que aunque data de 1977, se siguen produciendo contenidos audiovisuales al respecto. Dentro de este panorama encontramos los llamados *spin-off*, que son series y películas derivadas de otras series o películas con cierta popularidad, por ejemplo, este año Netflix terminará de producir *Better Call Saul* (2015), un *spin-off* de la serie *Breaking Bad* (2008), además de que en 2019 produjo la película *El Camino: A Breaking Bad Movie*, una secuela de la misma serie de 2008. Por eso sostenemos que una de las partes centrales de la imagen del mundo y mitología subyacentes a las imágenes visuales promovidas por las plataformas *streaming* es la falsa heterogeneidad.

Otra de las dimensiones de la mitología visual contemporánea es el falso consumo. Si comparamos el modelo de producción y consumo de finales del siglo XX con el actual, queda claro que hoy en día ya no consumimos películas ni series, por lo menos no en el sentido material con el que lo hacíamos décadas atrás. En la actualidad ya no pagamos por la adquisición de objetos que almacenamos, regalamos, revendemos o intercambiamos, ahora pagamos por permisos de reproducción, y es que, aunque las plataformas prometan el consumo de una gran cantidad de contenidos a un precio menor, ese consumo es un mero pase de entrada a sus catálogos, no la tenencia material de los productos. En tanto usuarios,

no tenemos alternativa si un servicio *streaming* decide sacar de su aplicación alguna serie o película de nuestra preferencia, después de todo, no es *nuestra* serie o película, sólo pagamos por una suscripción de contenidos cuya presencia varía y fluctúa, en otras palabras, reproducimos aquello que las plataformas nos permiten reproducir.

Por estas razones sostenemos que la imagen del mundo subyacente a las plataformas *streaming* y a sus imágenes visuales es la falsa heterogeneidad y el falso consumo, lo cual expresa una mitología de la simulación<sup>3</sup>. Vivimos en simulacros arraigados como mitologías irreflexivas, dadas de antemano, como basamentos *a priori* que no son cuestionados ni evaluados, simplemente los asumimos; creemos en la existencia de una gran oferta de imágenes, de series y de películas, creemos que las consumimos, cuando de hecho ocurre lo contrario, nos suscribimos a plataformas con contenidos, literalmente, intercambiables y que ya no poseemos sino reproducimos. Pero, aunque la imagen del mundo y la mitología implicadas por las imágenes visuales del *streaming* parezcan inamovibles e incambiables, universales y necesarias, el propio Wittgenstein (2006) nos recuerda que en la vida humana no hay nada dado de una vez por todas y que: “La mitología puede convertirse de nuevo en algo fluido” (p. 15c).

## CONCLUSIONES

Como vimos a lo largo de nuestro escrito, las imágenes visuales nos muestran cosas más allá de lo que percibimos a primera vista. Detrás de ellas hay concepciones de mundo y marcos de referencia conceptual fuertemente arraigados que

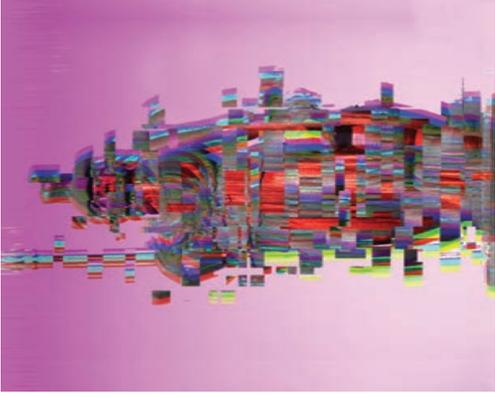
---

<sup>3</sup> Hacemos alusión al conocido concepto de Jean Baudrillard, quien acuñó este término en 1981 para describir no un estado actual de la civilización humana, sino uno de los rasgos esenciales de nuestra especie, agudizado ciertamente con la emergencia de los medios de comunicación de masas y las telecomunicaciones. Pero mantenemos cierta distancia con este concepto pues Baudrillard afirma que el simulacro es objeto de verdad; el simulacro es *la* verdad. Mientras que para Wittgenstein la imagen del mundo y su mitología no es objeto de tales evaluaciones.

demandan un examen y esclarecimiento sobre sus condiciones de posibilidad, en este aspecto, la filosofía tardía de Wittgenstein es de utilidad en la medida en que nos ofrece herramientas para analizar expresiones lingüísticas y visuales con las cuales sacar a la luz aquello que las sostiene. Quizá los usuarios no estemos en condición de transformar las imágenes que consumimos en los servicios *streaming*, pero lo que sí podemos hacer es cambiar la mirada con la que nos aproximamos a nuestros entornos visuales, para desmontar las mitologías contemporáneas en las que vivimos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baudrillard, J. (1983). *Simulacra and Simulation*. USA: University of Michigan Press.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- Gubern, R. (2007). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. España: Anagrama.
- Hamilton, A. (2017). *Wittgenstein y «Sobre la certeza»*. *Guía de lectura*. España: Cátedra.
- Wittgenstein, L. (2003). *Investigaciones filosóficas*. México: UNAM.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Sobre la certeza*. España: Gedisa.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Tractatus logico-philosophicus*. España: Tecnos.



*Minerva*

Julia Pamela Guzmán Méndez. México, 2022.

Collage digital. 1080px x 1350px



## VI. LA POÉTICA DE LA FOTOGRAFÍA EN JUAN RULFO COMO RECOGIMIENTO VISUAL

VÍCTOR ALEJANDRO RUIZ RAMÍREZ<sup>1</sup>

### INTRODUCCIÓN

Lejos de registrar fielmente la realidad, la cámara fotográfica participa en su construcción y en dirigir la visión para extenderla, pero siempre desde la producción del acto fotográfico, pues la reproducción hace a la fotografía y no a la inversa. El acto de fotografiar adquiere una calidad reproducible en la tecnología de la cámara debido a su condición de máquina, la cual hace, de igual forma, reproducible la imagen fotográfica y el acto mismo de darle existencia. A su vez, el acto de fotografiar se implica en cada imagen fotográfica, avanza allende la carencia de la intervención física de quien hace la fotografía pues “es una manera de alentar, al menos, tácitamente, a menudo explícitamente, la continuación de lo que esté ocurriendo” (Sontag, 2020: 22). Por esta razón, “el acto de fotografiar es algo más que observación pasiva” (p. 22), éste propicia en la impresión fotográfica la continuación del mundo iluminado como acontecimiento en la mirada.

La técnica en la fotografía guarda una relación directa con la mirada, la cámara le ofrece a ésta última un modo particular de abrirse al mundo y recuperar su existencia en situación, incluso diríamos que toda técnica es la situación para la mirada del ser en la obra de arte. Juan Rulfo nos permite apreciar en su obra

---

<sup>1</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: victor.ruizramirez@correo.buap.mx

fotográfica un tratamiento distintivo de lo visual, hace ver los objetos visibles como si la luz brotara de estos. En consecuencia, su obra fotográfica realiza una poética visual de la luz que emana de las cosas mismas. Volver a la fotografía misma requiere del mundo visible en su luminosidad.

En el caso de la producción artística de Rulfo, se trata de una misma experiencia abierta al mundo mediante dos formas de escritura, a saber, la de la voz y la de la mirada, esta última como el elemento clave en su fotografía al tener en la luz un medio de generación de imágenes y un elemento plástico que parece emanar de las cosas y los cuerpos. El rasgo distintivo y vivencial de la obra fotográfica de Juan Rulfo consiste en ofrecer a la mirada una pauta para su recogimiento, lo cual propicia la contemplación cara a la pintura con la salvedad de que se vuelve un momento de reposo, a diferencia de la contemplación pictórica, donde la mirada se mantiene activa, pues la condición reproducible de la fotografía hace que su aprehensión sea por acostumbramiento, como bien lo observaba Walter Benjamin.

Con esta reflexión invito a considerar, por un lado, que no toda reproducibilidad técnica de las obras de arte visuales conlleva de manera necesaria un cansancio por sobreestimulación de la vista; y por el otro, volver poéticamente a las artes, es decir, a su puro poder de expresar, genera la contemplación que suspende la depresión perceptual. En el particular caso de la fotografía, su giro poético se manifiesta en volver a ser escritura de la luz.

## LA ESCRITURA DE LA LUZ

Víctor Jiménez apunta que “Rulfo tenía una idea bien formada sobre la forma en que las imágenes determinan nuestra manera de entender el mundo” (Jiménez, 2013: 8) y aunque “para Rulfo literatura y fotografía eran áreas estrictamente limitadas de sus actividades artísticas” (Zepeda, 2017: 20) ambas eran dos figuras del mismo intento, es decir, de significar en la expresión creadora. Si bien diferentes, tanto la literatura como la fotografía son trabajos de escritura; en efecto, la obra de Rulfo se expresa como vuelta a la concepción de la fotografía en su acepción etimológica, a saber, como una escritura de la luz. Considerar a la fo-

tografía como escritura de la luz permite apreciar que su función poética consiste en darle a la mirada el recogimiento visual mediante la luminosidad.

Para Roman Jakobson, la función poética es la propiedad por la cual un mensaje puede fijar su atención en sí mismo. La referencia a sí conlleva el efecto de la ambigüedad y el de la reiteración. En la ambigüedad “una similitud superpuesta a una contigüidad imprime a la poesía su esencia múltiple, polisemántica, que va desde el principio hasta el fin... , o para decirlo de un modo más técnico: toda secuencia es un símil” (Jakobson, 1985: 62). Por consecuencia, la reiteración llevada a cabo al imprimir el principio de equivalencia a la secuencia, hace que no sólo las secuencias constitutivas del mensaje poético, sino, también, todo el mensaje sea reiterativo. Esta capacidad de repetición –sea inmediata o diferida- de un mensaje poético y de sus constituyentes, esta conversión del mensaje en algo permanente representa una propiedad eficaz e inherente de la poesía (Jakobson, 1985: 62).

La función poética hace del mensaje una permanencia a causa de la reiteración producida, pues se aplica en la secuencia el principio de equivalencia. Por esto, entendemos las razones por las cuales en su función poética la fotografía, en tanto se la considere mensaje visual, produce imágenes cuyo sentido consiste en hacer volver la mirada hacia los elementos sensibles tales como la oscuridad y la luminosidad. La ambigüedad de la función poética conforma la semiótica semi-simbólica (Hjelmslev) y por la reiteración acontece la contemplación en la mirada, donde se proyecta un proceso interminable en uno finito, esto es, la permanencia del mensaje visual de la fotografía.

Cuando la referencia a sí mismo de un mensaje se da en la parte sensible, se habla entonces de la función poética. Para Jakobson el metalenguaje refiere al código, mientras lo poético refiere al mensaje, por lo tanto, “la poesía y el metalenguaje son diametralmente opuestos entre sí; en este la secuencia se usa para plantear una ecuación, mientras que en la poesía la ecuación sirve para formar una secuencia” (Jakobson, 1985: 40). El metalenguaje tiene por objeto la ecuación y se sirve de una secuencia, pero la función poética hace de la secuencia su objeto al servirse de la ecuación. Desde la fotografía de Rulfo, la ecuación consiste en trabajar el resplandor como el elemento visual que toca a la mirada mediante un juego entre oscuridad y luminosidad donde la luz aparece como un recorrido entre sombras.

En este sentido, la obra de Rulfo se muestra como una poética de la fotografía. De tal modo, Rulfo trabaja más sobre la percepción visual de la luz que sobre su registro como hecho físico, pues “una fotografía nunca es menos que el registro de una emanación (ondas de luz reflejadas por los objetos)” (Sontag, 2020: 150). Por ende, la fotografía de Rulfo se encuentra en el ámbito de la experiencia vivida, del recuerdo, al mismo tiempo que vuelve a la fotografía misma, que consiste en ir más allá de la luz como hecho físico, en concebirla como una forma de escritura.

En cuanto a su literatura, “[l]a tensión enunciativa, la fuerte pregnancia de la voz y el grado de condensación que alcanzan los textos nos ponen ante una escritura fuertemente estesiada, una escritura cuyo valor emocional se desprende del protagonismo de la voz” (Dorra, 2008: 174). A mi turno diré que la fotografía de Rulfo también se encuentra fuertemente estesiada y su valor emocional se desprende del protagonismo de la mirada. Las fotografías y los relatos de Rulfo convergen en lo visual y la enunciación, pero nunca en lo enunciado y lo visible. De esta manera establezco un deslinde de propuestas como la de Lucy Bell (2014), quien sostiene que “la técnica narrativa de Rulfo también está ligada a una técnica moderna y extraliteraria: la fotografía” (p. 437).

La significación visual de la fotografía en Rulfo otorga a la mirada una posibilidad de expresión que escapa de la verbal y viceversa. Por esta razón ambas técnicas no pueden estar ligadas, sobre todo porque, en el caso de la fotografía, la percepción visual de la luz, es decir, su aprehensión en la mirada, no encuentra equivalencia en los relatos de Rulfo. Además, su fotografía muestra las posibilidades de significación que escapan de sus relatos literarios. En última instancia, la liga se encuentra en la escritura, si entendemos que la literatura propicia un ámbito para la escritura de la voz y la fotografía otro para la de la mirada. En otras palabras, todo lo que Rulfo no expresa en su literatura, lo hace con su fotografía. A propósito, José Carlos González Boixo (2018) enfatiza: “Sí es importante señalar que no se puede analizar la fotografía de Rulfo como un complemento de su obra literaria. Ambas artes tienen autonomía y Rulfo insistió en diversas ocasiones en que se trataba de procesos creativos diferenciados” (p. 298). Por ende, ningún parangón entre lo visible de sus fotografías y lo enunciado de sus relatos se sostiene.

Resulta posible decir que a Rulfo la literatura le permitía penetrar lo irreal mediante la imaginación, pero en el caso de la fotografía, su mirada se abrió paso en la realidad mediante la percepción; con la cámara fotográfica Rulfo escribía la luminosidad del mundo aprehendida por su mirada. La cámara fotográfica se vuelve una extensión de la visualidad a través de la mirada, extensión como la entiende Jorge Luis Borges (2007) con un libro, al llamarlo “extensión de la memoria y la imaginación” (p. 197) y no del ojo como hubiera querido McLuhann. El concepto borgiano de extensión se complementa con el de técnica de Maurice Merleau-Ponty (1986) al considerar que “[t]oda técnica es «técnica del cuerpo». Ella figura y amplifica la estructura metafísica de nuestra carne” (p. 26). Técnica del cuerpo propio, es decir, amplificación de la vivencia fundamental de ser mi cuerpo por mor de la percepción. En ese sentido, la fotografía es una técnica de la mirada y la literatura de la voz, comprendida ésta como un trozo de cuerpo que se derrama, según Herman Parret. La técnica de la fotografía en el caso particular de la obra de Rulfo lleva a cabo un trabajo de amplificación de la mirada mediante la escritura de la luz entre las sombras, de manera recíproca la presencia de la luz reclama el acto de mirar y la fotografía de Rulfo da testimonio de una mirada que atiende este reclamo.

## LOS RECORRIDOS DE LA LUZ

Haber hecho el contraste con su literatura ha dado la pauta para percatarse de que la obra fotográfica de Rulfo vuelve visible lo que constituye a toda fotografía: la percepción visual de la luz mediante las sombras. Las sombras condicionan la escritura de la luz en la fotografía. De esta forma lleva a cabo un giro hacia la propia organización sensible por la cual es sostenida, pues muestra en su fotografía que el mundo es mirado en su luminosidad y emana de esta manera como referencia fotográfica.

Para Roland Barthes (1989) la fotografía “es literalmente la emanación del referente” (p. 126). Qué emana del referente sino su luminosidad, la cual “parece propiedad del objeto mismo; el observador no es capaz de distinguir entre la del objeto y la de la iluminación” (Arnheim, 2013: 312). La luminosidad es la luz aprehendida en la percepción, una propiedad exclusiva e inherente de los objetos

iluminados dependientes en gran medida de “la distribución de la luz dentro de la situación total, de los procesos ópticos y filosóficos que se operan en los ojos y el sistema nervioso del observador, y de la capacidad física del objeto para absorber y reflejar la luz que percibe” (2013: 311), al ser la visualidad entendida como una forma y valor de la percepción donde se articula “el conjunto perceptivo integrado por lo visual y lo visible” (Ruiz Moreno, 2008), la cual capta la luminosidad de las cosas, esa experiencia visual que hace parecer a la luz como proveniente del objeto.

Al ser iluminado, el objeto puede reflejar en su superficie cierta porción de luz, “dando la impresión de que la luz procedente de una fuente hace brotar la luminosidad de los entes, devolviéndole de forma constante dependiendo de la intensidad, cualidad propia de las cosas, denominada como luminancia o reflectancia” (Arnheim, 2013: 311). No obstante, estos conceptos dan cuenta del hecho físico y su mención obedece a la distinción entre el estudio de la luz en tanto hecho físico y el de la luz percibida –esta última entendida con el término luminosidad propuesto por Arnheim– pues el ojo no puede captar el porcentaje de luz devuelto por el objeto, pero la percepción visual sí puede advertir que un cuerpo oscuro refleja menos luz que uno blanco o más claro.

Al respecto, que un objeto cualquiera proyecte más o menos cantidad de luz depende de la relación que guarda con el entorno donde se encuentre; la mirada del espectador se inclina hacia la totalidad y la luminosidad con respecto al objeto; sin embargo, todo objeto posee la capacidad de reflectancia, en otras palabras, “la luminosidad de [las cosas]... no se aparece a la vista como un don de una fuente lejana. A lo sumo, parecerá que la luz del día o de una lámpara hace salir fuera [*sic*] la luminosidad de las cosas” (Arnheim, 2013: 310). De tal manera, tres fotografías de Rulfo permiten apreciar los modos en que la luz del día hace emanar la luminosidad de los cuerpos en forma de resplandor.

Primero debe tomarse en cuenta que el término luminancia es diferente al de resplandor –forma de vivencia de la luz–, éste último “ilustra la relatividad de los valores de luminosidad” (2013: 312), el cual podemos identificar en el sitio justo entre la fuente de luz –el cuerpo más luminoso– y la luminosidad del objeto, lo cual nos hace reconocer, mediante el contraste, los valores o la intensidad de esta última y da la apariencia al objeto resplandeciente de emanar luz propia aunque no llega a ser más intensa que la fuente de origen de la luz, pero sí que el

mismo objeto. En palabras de Arnheim, el objeto resplandeciente “se ve como fuente que emite una energía lumínica propia” (p. 312). Pues el resplandor “se sitúa en un punto intermedio entre las fuentes de luz más luminosas... y la luminosidad reducida de los objetos corrientes” (p. 312). A su vez, en la percepción de resplandor “es preciso que el objeto muestre una luminosidad muy superior a la que correspondería a su lugar esperado dentro de la escala establecida por el resto del campo” (p. 312). Con todo ello entendemos al resplandor como “efecto relacional”, en palabras de Arnheim, donde se expresa la mayor intensificación de la luminosidad en la mirada.

Percibir la luz de los objetos como si emanara de ellos es la experiencia de la luminosidad que se acrecienta cuando no se la aprehende como efecto de la iluminación, aunque por lógica exista una fuente de luz que deja ver un objeto. Uno ilumina al otro. Entonces, la luminosidad y su resplandor se encuentran dentro de la estética de lo visual y la coherencia entre la fuente luminosa y la iluminación, en la lógica de lo visible.

La fotografía no sólo registra la reflectancia como propiedad física de las cosas, sobre todo inscribe la luz, por este motivo en toda fotografía nos llega la luz de cada cuerpo del mundo en un instante. Esa luz emanada continúa en la luz fotografiada. Podríamos observar su continuidad en términos de luz y escala de grises. La luz emanada hace ver los colores del mundo y de esa forma la luz fotografiada se hace visible por el cambio de tonos en la escala de grises en la impresión fotográfica. Se trata de movimientos recíprocos, pues la luz emanada hace ver los cambios de tonalidad, pero la luz de la fotografía es vista por esos cambios, ellos son quienes hacen ver luz en la fotografía, que es escritura. “La luz es aquí un medio carnal, una piel que comparto con aquel o aquella que han sido fotografiados” (Barthes, 1989: 127). Algo del ser del mundo transformado por la fotografía se inaugura en la mirada. Tal metamorfosis consiste en hacer luminosidad de quien o de lo que ha sido inscrito en la fotografía. La luminosidad hace a la fotografía volverse un recuerdo visual si la luz encarna un medio entre la persona fotografiada y su espectador. La oscuridad y la luminosidad son elementos visuales junto al resplandor, mientras la luz y la sombra son elementos visibles.

La repartición de luminosidad ayuda a delimitar la disposición de los objetos con relación al espacio en donde se sitúan bajo el supuesto de que “la luminosidad

de la iluminación significa que una superficie dada está vuelta hacia la fuente luminosa, mientras que la oscuridad significa que está vuelta hacia el lado contrario” (Arnheim, 2013: 345), es decir, si la luz ilumina al objeto de un lado, por lógica, la sombra estará en el sitio contrario.

Por lo tanto, así como los objetos parecen emanar luz propia, por consecuencia, también tienen la capacidad de emitir oscuridad, en forma de sombras. Sin embargo, esa propiedad, al menos en el campo de la física, no existe, sólo da la apariencia; es una realidad percibida. La sombra no sólo se define como una mancha oscura, una ausencia de luz, sino, en realidad, como un contraprinicipio activo que al hacerse par opositivo con la luz se articula de forma simbólica desde tiempos antiguos: el bien y el mal, el día y la noche, la verdad y el pecado, entre otros. Una de las características visibles de la sombra, y por la cual se suele relacionar con aspectos negativos, se debe a que emerge de la oscuridad y priva a la visión de su acción a distancia, pero en la fotografía de Rulfo las sombras cobran su carácter de contraprinicipio activo pues sólo entre sombras se contemplan los recorridos de la luz. Aquí la luz no es sólo lo que nos hace ver, sino lo que en forma de resplandor atrae, a través de la sombra, nuestra mirada y la acoge.

El resplandor entre luminosidad y oscuridad en las fotos de Juan Rulfo es el *Punctum*, pues “ningún análisis me sería útil para percibirlo” (Barthes, 1989: 79), a diferencia del *Studium*, otro concepto de Barthes, pero de definición opuesta, al ser éste el que sólo evoca el gustar o disgustar y nunca a un sentimiento más profundo, a un goce o un dolor, sólo un deseo a medias, un interés vago, “sin agudeza especial” (1989: 58). El *Punctum* es visual, pues no sólo hace percibir, también hace imaginar al llevar la mirada más allá del campo de presencia. En contraparte, “[r]econocer el *studium* supone dar con las intenciones del fotógrafo, entrar en armonía con ellas, aprobarlas, desaprobarlas, pero comprenderlas, discutir las en sí mismo” (p. 60), por eso la luz y sus recorridos en la fotografía de Rulfo no podría considerarse un elemento de poco interés, pues aún “permaneciendo como detalle, llena toda la foto” (p. 80). ¿Qué hace, entonces, nuestra visión en la fotografía sino dirigirse en los recorridos de la luz? Dichos recorridos se visibilizan en ciertas obras fotográficas de Rulfo.

Ese “detalle” atrayente, aquello denominado por Roland Barthes como *Punctum*, lo no buscado y el cual sólo “sale de la escena como una flecha y viene a punzarme” (Barthes, 1989: 58), no es sino el resplandor en el caso de las tres fo-

tografías aquí abordadas, pero se trata del resplandor enmarcado entre las sombras. Sin embargo, los detalles se miran colocados de forma no deliberada en la escena que cambian el recorrido de la visión

El *Punctum* no es lo que sabemos de la fotografía, sino lo que miramos en ella. Al respecto, Byung-Chul Han (2021) considera: “[l]a teoría de la fotografía que expone Barthes puede aplicarse a la propia realidad” (p. 77). Así, da cuenta del “punctum de la realidad” el cual “penetra en el campo de la representación y deja que la presencia irrumpa. Produce momentos epifánicos” (p. 79). La poética de Rulfo en su fotografía consiste en recuperar la irrupción de la presencia luminosa en la mirada, todo lo cual hace de su trabajo una escritura de la luz.

Al respecto, la fenomenología de la percepción distingue la mirada de la visión como la semiótica estructural lo hace con lo sensible y lo inteligible pues “el vidente no se apropia de lo que ve: sólo se acerca por la mirada, se abre al mundo” (Merleau-Ponty, 1986: 16). Dicho de otro modo, la apertura al mundo del sujeto que ve se hace a través de la mirada. A la par, este vidente se orienta y se dirige al mundo visible por su visión: “Mi cuerpo móvil cuenta en el mundo visible, forma parte de él, y por eso puedo dirigirlo en lo visible” (1986: 16). Pero la visión está sujeta al movimiento. “No se ve sino lo que se mira” (p. 16). Visión y mirada son opuestos y relativos, se presuponen de forma recíproca, pues cumplen funciones distintas, a saber, la visión nos da un “mapa de lo visible”. Por medio de la visión, la percepción del Spectator se orienta en los recorridos de la luz en las fotografías de Rulfo y por la mirada se abre a ellos. En efecto, el *Punctum* se encuentra en el plano de lo visual e incide en la mirada, mientras el *Studium* es del ámbito de lo visible y dirige a la visión. El resplandor hace de *Punctum* en la fotografía pues toca a la mirada para abrirla a los recorridos de la luz entre las sombras.

## VIVENCIA DE LA LUZ

“Una foto es siempre invisible: no es a ella a quien vemos” (Barthes, 1989: 32). Entonces, esa presencia en la fotografía me llega por la emanación de su luz, la veo gracias a que ha devenido resplandor como en *Casa destechada en Jalisco* (Rulfo, 2013a: 42), donde la mirada se sintió atraída, ese pequeño detalle

transformador de la lectura de la fotografía, el *Punctum* según Roland Barthes, se encuentra en la puerta y la pared resplandecientes. Nada “punza” a la mirada más que de su resplandor. La luz que recorrió la superficie de la casa en ruinas en el instante de ser fotografiada crea los pasajes recorridos por la visión en el ahora de su percepción. Por definición, el resplandor es menos intenso que la fuente de luz, pero al mismo tiempo, lo es más que el objeto luminoso. Lo mismo pasa aquí. La luz, en apariencia brotada del referente, es más intensa y capta nuestra mirada de inmediato y la marca como sucede con algún instrumento puntiagudo. Rulfo vuelve en su poética a la condición ontológica de la imagen fotográfica pues su obra muestra un modelado de la luz. En términos de André Bazin (1990) “podría considerarse la fotografía como un modelado, una huella del objeto por medio de la luz” (p. 27). En *Casa destechada de Jalisco* permanece la huella de la luz percibida que emanaba como resplandor de la pared y la puerta.

El resplandor como forma de vivencia de la luz se da al ver en la fotografía *Gran cascada* (Rulfo, 2013b: 121) donde el agua emerge resplandeciente del fondo oscuro. Se aprecian las cascadas como si emanaran luz propia, si se toma en cuenta que las figuras centrales aún son lo que atrapa nuestra mirada como una flecha. El resplandor del agua en su caída permite este recorrido de la luz que orienta a la visión y contrasta con la intensidad de su luminosidad la del agua de abajo.

El sujeto vidente en el acto de fotografiar no se apropia del resplandor de la cascada, más bien se abre a su presencia a través de la mirada. Al mismo tiempo este sujeto se orienta y se dirige por su visión entre las zonas de oscuridad y las iluminadas, gracias a la dialéctica entre visión y mirada se guía en el resplandor al cual se abre. Por su parte, mediante la visión, el *Spectator* de *Gran Cascada* se dirige en los recorridos de la luz en el agua que se ve caer de forma figurativa, mientras por la mirada se abre al instante de su caída que le llega como recuerdo visual del resplandor de la cascada.

*Estación de Tacuba* (Rulfo, 2014: 125) muestra los caminos luminosos contruidos entre las sombras, a dónde se dirige también la visión. Como lo mencioné líneas arriba, la condición para ver es mirar, la mirada permite esta apertura del sujeto vidente en el mundo, o del *Spectator* en la fotografía en tanto continuación del mundo iluminado. La luminosidad del vagón y el suelo capta nuestra mirada como un “pinchazo”, como lo denominaríamos en términos de Barthes.

Sin embargo, el *Punctum* de esta fotografía proviene de las vías del fondo. Pero no son las vías por sí solas, sino su resplandor en comparación con los demás objetos de la estación. Mientras la luminosidad de los otros objetos se extiende, el resplandor de las vías se intensifica por mor de las sombras que las enmarcan. Las vías logran mirarse como si fueran una fuente emisora de su propia energía lumínica y esto es lo que punza a la mirada en la fotografía Estación de Tacuba.

La experiencia del recogimiento visual en las tres fotografías mencionadas proviene de la condición táctil del involucramiento que se continúa en la mirada la cual es también punzada (otro valor táctil) por el resplandor y envuelta así tanto por la luminosidad como por la oscuridad en las fotografías.

## CONCLUSIÓN

La obra fotográfica de Juan Rulfo muestra a su espectador cómo las sombras hacen visibles los recorridos de la luz y el resplandor hace *Punctum* para la mirada. En la fotografía lo visual se comunica en lo táctil, pues la imagen fotográfica muestra la mirada del fotógrafo, la cual llega como un toque al espectador quien siente esta punción, por eso en la experiencia fotográfica la mirada de cada artista toca a su espectador, le llega como *Punctum*.

A partir del contraste entre la literatura y la fotografía de Rulfo queda establecido que la primera es técnica de la voz y la segunda de la mirada para luego centrarse en el concepto de luminosidad, tal como lo define Rudolf Arnheim (2013), lo que me permitió abordar el estudio de la percepción de la luz en los objetos donde la luminosidad aparece como si emanara de ellos. Después de abordar la luminosidad, entendida como la luz percibida, continuó la reflexión de Roland Barthes (1989) con la cual la experiencia de la contemplación de la fotografía (*Spectator*) queda circunscrita en los ejes del *Punctum* y el *Studium* para enmarcar éstos en los términos visión y mirada que articulan la visualidad, procedentes de la fenomenología de Maurice Merleau-Ponty (1986) y la semiótica de Luisa Ruiz Moreno (2008). Con base en esto, pasamos a la revisión de tres fotografías de Rulfo para describir los recorridos de la luz en términos de una memoria visual de la presencia del mundo iluminado y dimos cuenta de la presencia de una

poética de la fotografía en las obras de Rulfo, donde la luz despliega un recorrido visible consistente en su emergencia entre las sombras.

El presente artículo ensayó aproximaciones a la poética fotográfica de la obra de Juan Rulfo desde la consideración de la fotografía como una escritura de la luz emanada por los cuerpos y, por lo tanto, toma a la luminosidad como objeto de la percepción. La obra de Rulfo tiene un giro afectivo al hacer ver, al impactar en la mirada, la luz brotada desde las cosas mismas. Mientras el acto inaugural por el cual el resplandor hace punctum lo ejerce la mirada –siempre abriente–, la orientación por la luz emanada de los cuerpos lo realiza la visión a modo de recorrido; mediante el estudio de tres de sus fotografías pudimos observar un rasgo distintivo del Rulfo fotógrafo, el cual consiste en dar a ver a cada cosa y persona, a los seres del mundo en el instante en el cual la mirada aprehende la luz como emanada por ellos y con este propósito la sombra, en tanto par opositivo, hace resaltar la luminosidad de dichos seres.

La fotografía de Rulfo, al dar un mayor ser en la contemplación, va en contra de la depresión visual generada por la sobreestimulación de la vista, por mencionar un par de casos de las redes sociales, de Instagram y Pinterest. La obra fotográfica de Rulfo rebasa la esfera del registro y se instala en el ámbito de la poética visual invitando a su Spectator a un espacio de recogimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arnheim, R. (2013). *Arte y Percepción Visual*. Alianza Forma.
- Barthes, R. (1989). *La cámara Lúcida*. Paidós.
- Bazin, A. (1990). ¿Qué es el cine? Rialp.
- Bell, L. (2014). Photography, Punctum and shock: Reviewing Juan Rulfo's Short Stories. *Bulletin of Hispanic Studies*, 91(4), 437-452.
- Borges, J. (2007). *Borges, oral*. Emecé.
- Byung-Chul, H. (2021). *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.
- Dorra, R. (2008). *Sobre palabras*. Alción.
- González Boixo, J. (2018). *Juan Rulfo. Estudios sobre literatura, fotografía y cine*. Cátedra.
- Jakobson, R. (1985) *Lingüística y poética*. Cátedra.

- Jiménez, V. (2013). Solo son imágenes, en M. T. González (ed.), *100 fotografías de Juan Rulfo* (pp. 6-9). RM.
- Merleau-Ponty, M. (1986). *El ojo y el espíritu*. Paidós.
- Ruiz Moreno, L. (2008). De la visualité. *Actes Sémiotiques*, (111).
- Rulfo, J. (2013a). Casa destechada en Jalisco [Fotografía], en M. T. González (ed.), *100 fotografías de Juan Rulfo* (p. 42). RM.
- \_\_\_\_\_. (2013b). Gran cascada [Fotografía], en M. T. González (ed.), *100 fotografías de Juan Rulfo* (p. 121). RM.
- \_\_\_\_\_. (2014). Estación Tacuba [Fotografía], en M. Garbuno (coord.), *En los ferrocarriles. Juan Rulfo, fotografías* (p. 125). RM.
- Sontag, S. (2020). *Sobre la fotografía*. Debolsillo.
- Vital, A. (2014). *En los ferrocarriles. Juan Rulfo, fotografías*, en M. Garbuno (coord.). RM.
- Zepeda, J. (2017). *El fotógrafo Juan Rulfo*, en M. Garbuno (coord.). Museo Amparo-RM.





*Aprender la visualidad*

Angel Alfonso Medel González. México, 2022.

Óleo sobre tela. 50 cm x 70 cm



## VII. LA IMAGEN COMO EL ORIGEN DE LA SOLEDAD. UNA APROXIMACIÓN MEDIÁTICA

GABRIELA FARÍAS ISLAS<sup>1</sup>

CARLOS ALBERTO BERRIEL MASTRETTA<sup>2</sup>

**E**n un artículo sobre “La soledad como fenómeno psicológico” Montero y Sánchez (2001) facilitan una conceptualización de la soledad como un estado subjetivo que contrasta con la condición de aislamiento físico; surge como una respuesta ante la falta de una relación particular e implica un desequilibrio en el nivel deseado y logrado de interacción socioafectiva.

Por su parte Sullivan la concibe como una “experiencia displacentera, asociada con la carencia de intimidad interpersonal” (citado en Jones & Carver, 1991). Mientras que Young nos dice que la soledad, “como la ausencia real o percibida de relaciones sociales satisfactorias, pueden ser acompañadas por manifestaciones de ‘*distress*’ psicológico” (1982). Y finalmente Weiss dice que ésta es “una respuesta ante la ausencia de una provisión de relación particular” (1973).

Es posible argumentar que la soledad puede ser concebida como una experiencia construida por la percepción subjetiva de un individuo; es decir el “**yo me siento solo**” en independencia de la cantidad de individuos que pudieran acompañarme; o bien como una circunstancia temporal en la que el individuo

---

<sup>1</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: gabriela.farias@correo.buap.mx

<sup>2</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: carlos.berriel@correo.buap.mx

se halle aislado de otros seres humanos de forma voluntaria o involuntaria; “**el yo estoy solo**”.

César González Ochoa (1997) rescata que para Lowe la percepción es un fenómeno que es influido históricamente por tres aspectos primordiales: la jerarquía de los sentidos; poniendo énfasis en que antes de la escritura el oído era el sentido primordial para la comunicación, mientras que a partir de la imprenta será el sentido de la vista. Las presuposiciones epistémicas de la época, entendidas según Foucault como el conjunto de reglas que rigen las formas y modos del conocer; las reglas que a cada época nos permiten establecer valores de verdad.

Y el tercero son los medios de comunicación a través de los cuales se perciben las informaciones que permiten explicar el medio ambiente circundante y la realidad perceptiva. Debe destacarse aquí el uso de la palabra *perceptiva* pues muchos medios por más profundo que intenten describirnos textual o mediante imágenes fijas o en movimiento un fenómeno, su descripción será siempre incompleta.

De acuerdo con el último estudio presentado por *We Are Social* (We Are Social, 2022) a nivel mundial los seres humanos pasamos alrededor de 6 horas con 58 minutos diariamente consumiendo internet a través de nuestros distintos dispositivos de acceso, siendo el teléfono móvil la principal herramienta para tal fin. La mayor parte de este tiempo es dedicada a sitios y aplicaciones para conversaciones y mensajes, búsqueda de información, redes sociales, compras, entre otros. El 91.9% de los usuarios de internet a nivel mundial lo utilizan para consumir contenidos en video que van desde las plataformas de *videostreaming* como Netflix y Amazon Prime, hasta videoblogs y tutoriales con fines de aprendizaje.

No es extraño que podamos decir que, en la actualidad, la así llamada por la Organización de la Naciones Unidas (ONU): Sociedad de la Información y el Conocimiento es una sociedad primariamente visual. Pero ¿en qué momento de la historia la humanidad decidió, consciente o inconscientemente confiar o darle más valor a la información visual? Para esgrimir una posible respuesta a esa pregunta se plantea una revisión del paso de la sociedad oral a la dominada por la tecnología visual.

Antes de la existencia de la imprenta y de las formas gráficas de comunicación visual fonéticas o ideográficas, las sociedades orales comunicaban sus ideas

mediante el uso de la voz: lo cual representaba un reto de importancia el hacer prevalecer sus conocimientos y cosmovisión sin cambios de importancia al relatarse de una persona a otra o de un auditorio a otro. Para ello transmitían la información mediante construcciones rítmicas ritualizadas que fueran fácilmente memorizables. En palabras de Calderón (2008): “Si el conocimiento no se articula y transmite a través de fórmulas orales y comportamientos ritualizados (mediante el conocimiento de reconfiguraciones) el grupo pierde su coherencia y especificidad cultural” (p. 47).

El ritmo fue el elemento primordial que, como una forma de composición, facilitaba la memorización, haciendo del acto comunicativo una teatralización en la que tanto la entonación, como los gestos, las danzas y en ocasiones la música, toman importancia como elementos que facilitan el recuerdo en los individuos.

Debe resaltarse que en la oralidad primaria toda forma de comunicación implicaba una participación multisensorial por parte de los sujetos, dado que los mensajes no sólo se transmitían de forma oral; sino que eran consumidos mediante los 5 sentidos en un interacción de voces, imágenes, olores, temperaturas y sabores: el mensaje es construido y consumido en tiempo real y de forma aleatoria; similar a la manera en que los mensajes son consumidos en la era digital, con la enorme diferencia que en esta última interactúan sólo dos sentidos: el visual y el auditivo.

Como Ong (1982) lo señala, en la era mediática de la oralidad ante “la ausencia total de escritura, no hay nada fuera del pensador, ningún texto, que le facilite producir un mismo curso de pensamiento otra vez, o aun verificar si lo ha hecho o no” (p. 12). Todo conocimiento está en la memoria de los sujetos y no hay forma de conocerse sino es a través del otro: obligando a esa interacción de 5 sentidos.

Este mundo plagado de intercambios e informaciones a través de los sujetos va a sufrir una transformación de importancia con la aparición de la escritura, en particular de la escritura fonética. La escritura va a separar primero que nada la información que antes se conocía por la interacción de los 5 sentidos a uno solo: lo visual mediante inscripciones. Y en segundo lugar va a separar al individuo del grupo permitiéndole conocer sin socializar, dicho en palabras de Ong: “La escritura es la que propicia todas estas abstracciones que separan el saber del

lugar donde los seres humanos luchan unos contra otros. Aparta al que sabe de lo sabido” (1982, p. 49).

Cuando la información se convirtió en algo meramente visual, la comprensión del mundo y las formas para entenderlo cambiaron de manera importante “El que lee está alejado de ese centro desde el que el mundo (en el texto) se produjo” (Domínguez Cáceres, 2011: 9). Nace el concepto del individuo aislado a partir de los registros escritos, impensable para los individuos de la sociedad oral en la que la existencia misma está determinada por la pertenencia a un grupo; sin un grupo o un clan, el sujeto simplemente no tiene razón de ser.

Aunque la escritura hace su aparición aproximadamente en el 4000 a. C, no fue sino hasta el advenimiento de la imprenta que estos efectos pudieron penetrar más profundamente en las sociedades. A medida que los textos llegaban más lejos en la distancia, y la lectoescritura se popularizaba, el mundo de los clanes iba transformándose en grupos de individuos aislados que podían, bajo la burbuja protectora de la escritura, narrar la vida, opinar del mundo sin participar de este. La escritura dotó al individuo la capacidad de reaccionar sin actuar, lo que McLuhan ha llamado la acción sin reacción. Desde este momento en que se confía más en la palabra impresa o escrita, los sujetos, los objetos y los fenómenos son susceptibles de conocerse por lo escrito, por lo visual.

Este cambio que se dio durante muchos años de manera silenciosa tiene una importancia fundamental para entender a nuestra sociedad actual: cambiar de una comunicación de 5 sentidos a una de 1 o 2 deja huecos en la información que se recibe, es un mensaje incompleto. En otras palabras, toda forma de comunicación mediada desde la escritura hasta nuestros días, será por tanto una representación visual y en ocasiones auditiva que intenta emular a una realidad de 5 sentidos. Y aunque las imágenes y los sonidos representados tengan la mayor calidad permisible, no es posible suplir o representar la información que se percibe por lo táctil, el olfato y el gusto.

Toda información recibida por algún medio digital o impreso es entonces una representación de una realidad y por tanto está sujeta a la percepción del individuo. Lowe (1986) propone que dicho fenómeno está determinado por tres factores primordiales: los medios de comunicación a través de los cuales se recibe la información; la jerarquía de los sentidos predominante de la época; y las presuposiciones epistémicas de la época (pp. 11-37). Medios que transmiten imágenes

que representan al mundo y una supremacía del sentido de la vista que permiten explicar por qué se habla de una cultura visual.

Desde la llegada de la imprenta y el paso a las comunicaciones por medios eléctricos, la imagen ha sido el principal artículo de consumo y encontró uno de sus puntos más altos con la llegada de la televisión análoga, que presentó al mundo imágenes que representaron para millones de personas fenómenos de manera muy sintética. Al respecto Lewis H. Lapham en su introducción al texto de *Understanding Media* señala:

cuando tuve que escribir el guion de una historia televisiva del siglo XX de seis horas de duración; descubrí lo que McLuhan quería decir con la expresión «el medio es el mensaje». Al disponer de setenta y ocho segundos y de cuarenta y tres palabras para explicar los orígenes de la segunda guerra mundial y proporcionar una transición entre la Conferencia de Munich en septiembre de 1938 y la invasión alemana de Polonia en septiembre de 1939, comprendí que la televisión no es narrativa, que se parece más a la poesía simbolista. (McLuhan, 1996: 6)

La televisión análoga devolvió a la comunicación su sonoridad, e hizo pública durante muchos años una imagen representativa del mundo. El individuo conoce e interpreta su realidad mediante los programas en vivo, se inaugura la era de la transmisión en tiempo real; se conoce en el ahora lo que está sucediendo en el globo. Los medios eléctricos son ahora la ventana desde la cual, las personas observan al mundo desde la seguridad de sus hogares. Se enteran, escandalizan, critican y juzgan, pero no participan. La acción sin reacción herencia de la palabra escrita.

Medios eléctricos como la televisión facilitaron una comunicación instantánea rompiendo la barrera de la distancia, pero confundiendo al sujeto quien recibe mensajes de 2 sentidos (visual y auditivo) y que estos intentan emular una realidad de 5 sentidos. La electricidad no ha logrado unir lo que la escritura separó, dado que esa comunicación en la que se emite información no sólo para el oído y la vista, sino también para el olfato, el gusto y el tacto, sigue sin ser representada o incluida en el acto comunicativo.

La imagen televisiva se caracteriza por componerse de una malla mosaica (McLuhan, 1964: 315-342), una imagen que se construye con una serie de líneas

que se atraviesan vertical y horizontalmente construyendo así una imagen con luz. Esta malla deja espacios vacíos que son llenados por la mente del individuo de la misma forma que completamos los espacios en una figura dibujada con líneas punteadas, la imagen no presenta colores sólidos, sino espacios en blanco que deben ser llenados. De esta forma la imagen televisiva invita a la participación al dotar de información incompleta al televidente.

Con la llegada de los medios digitales se concreta la supremacía de la imagen como forma de narrar al mundo. Vivimos una *pantallología* según Kerckhove (2005), donde las pantallas de las computadoras, *tablets* y dispositivos móviles ahora transmiten de forma continua imágenes que construyen una percepción de la vida siempre incompleta. La sobrestimulación visual como consecuencia de la era mediática eléctrica en su fase digital inalámbrica.

Esa información faltante en la comunicación mediada digitalmente tiene como consecuencia un mayor aislamiento en el individuo; quien no ha abandonado esa burbuja que lo tiene varado en la soledad de la lectura de un flujo continuo de imágenes digitales que no logran suplir la experiencia del encuentro frente a frente.

Lo anterior, se puede observar si analizamos lo sucedido durante la pandemia del covid-19, ya que las interacciones sociales cara a cara se vieron reducidas, no se pudo tocar, ver a los ojos o estar junto a los enfermos. En ese contexto, las interacciones se volcaron aún más a través de la tecnología, por medio de fotografías y videos. Así, los videos publicados a manera de diarios personales fueron importantes para comunicar emociones, grabar testimonios, contar la experiencia de los enfermos, hablar con amigos y familiares, contar las vicisitudes, enviar mensajes de esperanza o de cómo pasar el tiempo en confinamiento, con rutinas de ejercicios, actividades lúdicas, etcétera.

De esta forma, mucho contenido audiovisual se publicó en redes sociales como TikTok, YouTube, Instagram, Facebook. Amâncio (2017) analizó y encontró ocho patrones en las historias de Instagram: emociones, interacciones, comida, actualizaciones, *selfies*, animales, la naturaleza y gente. En estos patrones pudo apreciar que lo más recurrente fue el mostrar emociones seguido por *selfies* y comida. Aun cuando las historias desaparecen a las veinticuatro horas, estas permiten e invitan a una reacción inmediata y, durante la primera ola de la pandemia se observó un incremento de uso y de usuarios en Instagram. Otro aná-

lisis, realizado en 2021 por la Universidad de Jakarta mostró que antes de la pandemia, las publicaciones de personas o encuentros se daban después de una interacción en persona. Ahora, las publicaciones son referentes a fotos o videos de interacciones en línea con otros, como por ejemplo videollamadas.

En contraste, durante este tiempo de pandemia, de acuerdo con *Penn Medicine*, existe un efecto negativo al encontrar mayor presión para obtener *likes* o seguidores/amigos en las redes sociales (Fullerton, 2021). En lugar de establecer conexiones o percibir que a través de la tecnología se puede estar en contacto y comunicación aún en un confinamiento, uno se da cuenta precisamente de la desconexión.

Por otra parte, hubo varias iniciativas que se dieron a la tarea de recabar testimonios alrededor del mundo para establecer un lazo y conectar desde la empatía al escuchar las diversas experiencias en torno a la pandemia y al confinamiento, como el cansancio y preocupación de servidores de la salud, personas desempleadas, niños, etcétera. Algunos ejemplos que ahora funcionan como archivos son el *Wall Street Journal*, la biblioteca pública de Nueva York, Unicef, y algunos museos y galerías que también recabaron videodiaros de artistas como The White Cube o el Museo Hirshhorn. Este último organizó una exhibición digital llamada “Artist in Quarantine”, en la cual en breves minutos artistas de diferentes partes del mundo comparten sus pensamientos y experiencias, y muchos coinciden en que cambió la forma de trabajo, unos no pueden ir a su estudio por restricciones, otros por atender a sus hijos, otros han cambiado su proceso. La directora del museo, Melissa Chiu, señala que el formato permitió una cierta intimidad al poder entrar en sus casas o estudios. Ragnar Kjartansson, por ejemplo, pasó más tiempo en casa con sus hijas pequeñas, sin embargo, le dio tiempo dice de pensar en la humildad y en sobreponerse a esta crisis con un desarrollo espiritual. Por su parte, Gilbert and George, durante siete días publicaron videos en la cuenta de Instagram de The White Cube, bajo el título la nueva normalidad, con su visión y humor característico presentan su vida durante la cuarentena, un reflejo de la condición humana ante una situación de aislamiento y crisis.

La artista norteamericana Cauleen Smith, inició en 2020 una serie de fotografías y videos que publicó en Instagram titulados *Covid Manifesto*, en los cuales expresa de manera escrita sus reflexiones en torno a la pandemia y las actividades que realiza en aislamiento. Lo interesante es que en este momento

(hasta septiembre 2022) se presenta este trabajo en una exhibición en el Carnegie Museum of Art de manera física pero también en línea. Este formato híbrido, lo que pretende es crear un puente entre estos dos espacios en los que transitamos con emociones y experiencias diferentes y que permite preguntarse cómo es que entramos de nuevo a los espacios compartidos e interactuamos en ellos. La obra de Smith nos recuerda que tenemos varias capas de experiencias que afectan nuestra manera de ver el mundo y de relacionarnos con otros. La obra en un principio tuvo la intención de ser efímera al publicarse en redes sociales, con la variante de usar el texto mediado por la imagen y el video. Ahora la obra se convierte en un archivo y testimonio de un momento histórico.

La noción de soledad es percibida porque se entiende al mundo a partir de imágenes representativas e incompletas que se leen siempre desde el aislado consumo individual de la información, aprendido con la palabra escrita e impresa. Interactuamos con la otredad sin tocarla, sin percibir su aroma, sin probarla y esto acrecienta la percepción el espacio de soledad individual desde el que las imágenes narran una realidad visible y audible exclusivamente. La tecnología digital eléctrica no ha logrado hasta el día de hoy suplir la experiencia del intercambio en la oralidad primaria.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amâncio, M. (2017). “Put it in your Story”: *Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories (Dissertation)*. [Tesis de maestría, Uppsala University]. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-324812>
- Calderón Zacacla, M. A. (2008). La estructura cognitiva en las culturas orales primarias y los residuos de oralidad en las culturas literatas. *Elementos: Ciencia y cultura*, 15(70), 45-54.
- Carnegie Museum of Art. (2021, 3 de septiembre). *Cauleen Smith: Pandemic Diaries*. <https://cmoa.org/exhibition/cauleen-smith/>
- Catlin, R. (2020, 11 de mayo). These Video Diaries Document Quarantine Stories From Artists All Around the World. *Smithsonian Magazine*. <https://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/these-video-diaries-document-quarantine-stories-artists-all-around-world-180974846/>

- Domínguez Cáceres, R. (2011). Reseña de “Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra” de Walter J. Ong. *Razón y Palabra*, (75).
- Fullerton, N. (2021, 29th April). Instagram vs. Reality: The Pandemic’s Impact on Social Media and Mental Health. *Penn Medicine News*. <https://www.pennmedicine.org/news/news-blog/2021/april/instagram-vs-reality-the-pandemics-impact-on-social-media-and-mental-health>
- González Ochoa, C. E. (1997). *Apuntes acerca de la representación*. Instituto de Investigaciones Filológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Jones, W. H. & Carver, M. D. (1991). Adjustment and coping implications of loneliness, in C. R. Snyder & D. R. Forsyth (eds.), *Handbook of social and clinical psychology: The health perspective*. Pergamon.
- Kerckhove, D. de (2005). Los sesgos de la electricidad, en *Lección inaugural del curso académico 2005-2006 de la UOC*. Barcelona. <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf>
- Lowe, D. M. (1986). *Historia de la percepción burguesa*. Fondo de Cultura Económica.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. Routledge.
- \_\_\_\_\_. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Paidós.
- Montero López Lena, M. y Sánchez Sosa, J. J. (2001). La soledad como fenómeno psicológico: un análisis conceptual. *Salud Mental*, 24(1), 19-27.
- Nicole, F. (2021, 29 de abril). Instagram vs. Reality: The Pandemic’s Impact on Social Media and Mental Health. *Pen Medicine News*. <https://www.pennmedicine.org/news/news-blog/2021/april/instagram-vs-reality-the-pandemics-impact-on-social-media-and-mental-health>
- Ong, W. J. (1982). *Orality and Literacy*. Routledge.
- We Are Social. (2022, 26 de enero). *Special Report Digital 2022. La guía definitiva para un mundo digital cambiante*. <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>
- Weiss, R. S. (1973). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. MIT Press.
- Young, J. E. (1982). Loneliness, depression, and cognitive therapy: Theory and application. In L. A. Peplau & D. Perlman (eds.), *Loneliness: A sourcebook of current theory, research, and therapy* (pp. 379-405). Wiley & Sons.





*Bodegón pandémico*

Horacio Solís Gil. México, 2022.

Óleo sobre madera. 35.4 cm x 50.7 cm x 2.5 cm



## VIII. REFLEXIONES SOBRE LA FOTOGRAFÍA DIGITAL. UNA LECTURA DESDE ROLAND BARTHES

NAYELI JOSELA ROMERO LÓPEZ<sup>1</sup>

*La fotografía es el advenimiento de yo mismo  
como otro: una disociación ladina de la  
conciencia de identidad.*

ROLAND BARTHES

### INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente ensayo es realizar algunas reflexiones sobre el tipo de autorretrato que predomina en la red social Instagram. La obra que guiará este análisis y argumentación es el texto de 1980 titulado *La cámara lúcida* (*La Chambre Claire: Note sur la photographie*) de Roland Barthes (1989). En especial, se retomarán elementos de la primera parte donde, a manera de pensamientos segmentados, estilo característico de las últimas obras de Barthes, se lleva a cabo un examen de aquello que el autor consideraba lo propio de la fotografía. En este sentido, *La cámara lúcida* no es una obra que aborde a la fotografía desde una categorización empírica o estética. La falta de interés en estas formas de categorización se explica porque la inquietud de Barthes es de naturaleza ontológica. ¿Qué es la fotografía en sí misma? ¿Qué rasgo esencial la distingue de la comunidad de imágenes? Estas son las preguntas que fungen como eje toral del análisis barthesiano. Bajo este panorama, las clasificaciones estéticas o empíricas no logran

---

<sup>1</sup> Departamento de Letras y Humanidades, Universidad de Las Américas Puebla. Correo electrónico: joselaromero@gmail.com

dar cuenta de lo que es la fotografía, dado que organizan la discusión a partir de elementos exteriores a ella. Cavilar sobre las diferencias técnicas o formales existentes entre la microfotografía, la fotografía de moda, el fotoperiodismo, etcétera, no dará cuenta de lo que es la fotografía en sí misma. Lo mismo ocurre si se optara por registrar las disparidades entre fotógrafos profesionales y fotógrafos *amateurs*. Tampoco resulta pertinente inclinarse hacia un estudio histórico de movimientos estéticos como el realismo o el pictorialismo. Ninguno de estos caminos de pensamiento brinda una vía de respuesta a las preguntas de Barthes.

Es relevante esclarecer que la reflexión barthesiana se centra en la fotografía analógica. En el momento del fallecimiento de Roland Barthes, acontecido el 26 de marzo de 1980, la fotografía era parte de la reproductibilidad técnica de la obra de arte. En una parte de *La cámara lúcida* el autor señala: “Veo fotos por todas partes, como cada uno de nosotros hoy en día; provienen de mi mundo, sin que yo las solicite; no son más que «imágenes», aparecen de improviso” (1989, p. 45)<sup>2</sup>. Barthes no experimentó el desenvolvimiento de la revolución tecnológica relacionada con la era de la informática y las telecomunicaciones y, por consiguiente, no tematizó en torno al fenómeno de la fotografía digital tal y como lo conocemos hoy en día. ¿Por qué retomar entonces sus fragmentos para analizar y argumentar sobre la fotografía digital? ¿Acaso esta estrategia no resulta un error de razonamiento? Retomar el pensamiento de Barthes para tematizar sobre la fotografía digital no implica un error de pensamiento cuando el objetivo es dar cuenta sobre ciertos cambios que se han suscitado de la fotografía analógica a la digital. En este sentido la obra de Barthes establece una vía de estudio para reflexionar sobre el ámbito digital en esta época. Se da por sentado que algo se ha modificado de la fotografía analógica a la fotografía digital, más allá de la obiedad técnica, porque basta con mirar hacia otras revoluciones tecnológicas para dar cuenta de la innegable reconfiguración que han suscitado en planos como el político, económico, industrial, social, cultural, etcétera. Sin embargo, no son los cambios tecnoeco-

---

<sup>2</sup> Es notorio que la fotografía digital ha rebasado la dinámica de reproductibilidad a la que Barthes alude. La saturación visual que se experimenta en nuestra época con tan solo desplazar nuestro dedo por la pantalla de algún dispositivo, se distingue de la experiencia que Barthes describe en su escrito.

nómicos el punto de interés de este ensayo sino las transformaciones a nivel de prácticas socioculturales a partir de lo que Barthes nombra como *Operator*, *Spectador* y *Spectrum*. El trabajo de análisis y argumentación retomará no sólo estos elementos conceptuales como base, sino el propio modo por el cual Barthes llega a ellos. En *La cámara lúcida*, el filósofo y semiólogo francés pone su subjetividad en juego para desplegar sus reflexiones en torno a la fotografía. Se presenta una ambivalencia entre la dimensión biográfica y teórica. Consciente de dicha subjetivización<sup>3</sup> Barthes no trata de evadirla, sino la acoge para ofrecer su individualidad a una ciencia del sujeto que eleve sus reflexiones particulares a una generalidad que no reduzca la dimensión concreta. Aquí, la particularidad no es sinónimo de equivalencia cuya función es servir de confirmación o refutación de la generalidad, en este contexto, la particularidad resulta productiva para coadyuvar al desenvolvimiento del conocimiento que versa sobre lo humano<sup>4</sup>. La investigación que propone Barthes sobre la fotografía en la obra que guía a este texto, no resulta una subjetividad caprichosa, irreflexiva, sino un modo de filosofar propiamente humano.

#### LA FOTOGRAFÍA COMO OBJETO DE TRES PRÁCTICAS

De acuerdo con Barthes una fotografía puede ser objeto de tres prácticas: hacer, experimentar, mirar<sup>5</sup>. A la vez, éstas se relacionan con los conceptos de *Operator*,

---

<sup>3</sup> Barthes señala como vía para llevar a cabo su investigación a la fenomenología clásica y reconoce que su trabajo fenomenológico sobre la fotografía es vago. “La fenomenología me prestaba, pues, un poco de su proyecto y un poco de su lenguaje. Pero se trataba de una fenomenología vaga, desenvuelta, incluso cínica, de tanto que se prestaba a deformar o esquivar sus principios según las necesidades de mi análisis”. (1989: 51-52)

<sup>4</sup> Para mayor desarrollo de este planteamiento, véase *Verdad y Método* (Gadamer, 2003).

<sup>5</sup> Barthes también denomina a tales prácticas como emociones o intenciones. Esto señala la relación indisociable que plantea entre la fotografía y la alteración del ánimo. Por supuesto, dicha afectación se circunscribe a un grupo concreto de fotografías como se explicará más adelante.

*Spectator* y *Spectrum*. Con la finalidad de analizar algunas diferencias entre el retrato analógico y el retrato digital a partir de la taxonomía propuesta por Barthes, es necesario esclarecer a qué se refieren dichos conceptos.

*Operator* designa a quien *lleva a cabo* una fotografía concreta, es decir, a la persona que fotografía. Barthes reconoce sus propias limitaciones para discutir este ejercicio debido a su falta de experiencia en la materia. No obstante, presupone que la emoción del *Operator* tiene relación con el acto de mirar a través del agujero de la cámara para delimitar lo que se captará. El fotógrafo sorprende al captar algo que está ocurriendo y después será mostrado en la imagen fotográfica. Pareciera que Barthes considera que la labor propia de quien fotografía es descubrir *algo* a los otros.

El *Spectator*, por su parte, alude a quien mira el trabajo fotográfico. La mirada puede tener un interés primordialmente intelectual, o bien, constituir una auténtica experiencia emocional. Barthes emplea los vocablos *Studium* y *Punctum* para referirse a uno y otro ámbito. El *Studium* implica un interés generalizado que, si bien implica cierta diligencia, carece de agudeza especial. En el *Studium* el interés por las fotografías tiene que ver principalmente con entenderlas como testimonios históricos, culturales, políticos, etcétera. El *Punctum*, por otro lado, es descrito como un detalle en la fotografía que genera una punzada dolorosa. No deriva necesariamente de un acto consciente, intelectual, sino sale de la imagen y se conjuga con la experiencia del *Spectator* para generar una herida. El *Punctum* no se vincula con la intencionalidad del *Operator* al crear la imagen sino tiene relación con la experiencia particular del *Spectator*. De ahí que dos personas puedan mirar la misma imagen y sólo una sienta la punzada. En el *Punctum*, el *Spectator* añade algo a la fotografía que, en sentido riguroso, ya se encuentra en ella. Es una especie de mediación entre lo que la fotografía muestra y lo que el *Spectator* agrega desde su experiencia personal. El *Punctum* puede asociarse tanto a estados anímicos positivos como negativos. Barthes advierte que aquella punzada puede incluso ser generada por algo inmoral o de mal gusto.

Con el objetivo de esclarecer el sentido de *Studium* y *Punctum* Barthes muestra algunos ejemplos. Una de estas fotografías es *Retrato de familia*, del año 1926, a cargo del fotógrafo estadounidense James Van Der Zee. En la imagen fotográfica se muestra a una familia afroamericana conformada por tres personas, una

en el centro, sentada y, las otras dos de pie distribuidas a su derecha e izquierda. Barthes señala que el *Studium* en esa imagen se asocia con la dimensión cultural. Es claro el familiarismo que enviste a la imagen y la prioridad dada a la familia, así como la respetabilidad proyectada por este retrato, no sólo por la postura de los retratados, sino también porque se engalanan con ciertos ropajes que, de acuerdo con Barthes, connotan un esfuerzo por ataviarse con signos propios de la cultura blanca de la época. Sin embargo, el *Punctum* que experimenta Barthes al mirar la imagen fotográfica no se vincula con ninguno de esos aspectos. Lo que le punza es el enorme cinturón que usa el personaje ubicado a la derecha. Lo que le punza son sus brazos cruzados por detrás de la espalda (a la manera de una niña en la escuela) y, sobre todo, sus zapatos con tiras. “Ese *Punctum* mueve en mí una gran benevolencia, casi ternura” (1989: 80). Mediante este y otros casos analizados, Barthes muestra cómo son distintas las miradas asociadas al *Studium* y al *Punctum*: mientras el *Studium* puede verbalizarse, el *Punctum* no necesariamente goza de esta dimensión. La punzada no siempre puede ser nombrada con claridad y ese aspecto es inherente al *Punctum*.

Para finalizar este apartado, se encuentra el concepto de *Spectrum*, que se refiere a aquello que es fotografiado y que puede, o no, ser una persona. No es fortuita la selección de Barthes de este vocablo en latín para aludir a lo retratado. La traducción del latín al español refiere a la palabra *espectro* que se relaciona con significados como *fantasma* y *representación de un espectro*. La fotografía remite al referente y prolifera al infinito lo que ha tenido lugar sólo una vez (Barthes, 1989). Expresado en otros términos, esa persona, ese lugar, ese objeto, ese animal no humano, etcétera, vuelve al presente desde el tiempo en que fue fotografiado para encontrarse o reencontrarse con el *Spectator*. Esto muestra un rasgo ontológico de la fotografía desde el análisis barthesiano: su nexa con lo muerto.

## DEL RETRATO AL AUTORRETRATO

Tal y como se indicó al inicio del ensayo, el objetivo toral de *La cámara lúcida* es atender una inquietud de naturaleza ontológica. Barthes pretende alcanzar cierta inteligibilidad sobre el asombro que experimentaba al mirar algunas fotografías,

así que partió de ese cuerpo limitado de imágenes para esclarecer cuál era el rasgo fundamental de la fotografía. Algo que llama la atención del cuerpo seleccionado por el autor es que una buena parte de esas imágenes corresponden al género del retrato, ya sea el clásico retrato en interior o el conocido retrato urbano callejero. La mencionada fotografía de James Van Der Zee, *El muchacho del brazo extendido* a cargo de Robert Michael Mapplethorpe, *Madre o mujer* del artista de Gaspard-Félix Tournachon, *El primero de mayo de 1959 en Moscú* y *El barrio italiano* de William Klein son ejemplos del énfasis que hace al autor en dicho género. La selección de Barthes no es arbitraria. *La cámara lúcida* reflexiona tanto sobre la fotografía como sobre la muerte de Henriette Barthes, madre del filósofo. En la segunda parte de la obra Barthes menciona que poco después de la muerte de su madre estaba ordenando fotos y en ninguna de éstas lograba recordar la totalidad de su ser amado:

Según van apareciendo esas fotos reconozco a veces una parte de su rostro, tal similitud de la nariz y de la frente, el movimiento de sus brazos, de sus manos. Solo la reconocía por fragmentos, es decir, dejaban escapar su ser y, por consiguiente, dejaba escapar su totalidad. No era ella, y sin embargo tampoco era otra persona. La habría reconocido entre millares de mujeres y, sin embargo, no la «reencontraba». La reconocía diferencialmente, no esencialmente. (Barthes, 1989: 106-107)

La frustración de no poder asir la esencia de su madre a partir de esas fotografías se suspendió cuando, más adelante, Barthes encontró en el departamento de su madre una fotografía muy antigua. En la imagen se hallaban dos niños de pie junto a un puente de madera en un invernadero. Henriette Barthes tenía cinco años. Barthes la reconoció en aquel rostro infantil. Sintió la punzada (el *Punctum*) como una herida latente. Gracias a ese retrato, Barthes logró descubrirla. Tomando eso en consideración, no resulta aleatorio que una buena parte del cuerpo de imágenes que se presentan en *La cámara lúcida* sean retratos. El retrato generado por el *Operator* tiene esa posibilidad de descubrir, de traer desde otro tiempo a un referente que se vuelca en el presente y brinda la posibilidad de experimentar una punzada que va más allá del *Studium*.

El ejercicio de la fotografía analógica estaba ligado a sus características ontológicas y materiales y, por consiguiente, demandaba cierta lentitud. El acceso a una cámara fotográfica no estaba tan popularizado como lo está hoy en día. Inclusive si se tenía una cámara era necesario comprar el correspondiente rollo fotográfico, por lo general destinado para situaciones específicas o importantes. La práctica de mirar por el reducido orificio del dispositivo demandaba atención y sensibilidad al *Operator*, con independencia de si era profesional o *amateur*. Si se adquiría un rollo fotográfico de 24 o 36 exposiciones sólo se tenía ese número concreto de oportunidades para captar al *Spectrum* y, además, aquella captura quedaba velada hasta tomar todas las fotografías y revelar el rollo. Esta doble revelación (fotoquímica y alusiva al *Spectrum*) solía asociarse a una atención, cuidado y paciencia que eran intrínsecos de la fotografía analógica<sup>6</sup>. Dentro de la fotografía digital la tendencia es distinta. Desde la progresiva aparición de las redes sociales y la reducción y abaratamiento de los dispositivos tecnológicos como las cámaras digitales o los teléfonos inteligentes, el retrato, tal y como lo tematiza Barthes, ha quedado de lado en espacios como Instagram. En la actualidad lo preponderante es un tipo de autorretrato al que se conoce en español como selfi. De acuerdo con *Oxford Learners Dictionaries*, la selfi se define como un autorretrato que usualmente se hace con un teléfono inteligente o una cámara *web* y que suele compartirse en redes sociales. La práctica de mirar por el orificio de la cámara analógica con determinada sensibilidad y atención ha desaparecido debido a la oportunidad relativamente ilimitada de captar al *Spectrum*. La persona que fotografía ya no depende de un número restringido de exposiciones, ahora, según el dispositivo y su almacenamiento en potencia se pueden realizar tantas capturas como se necesite o desee. La doble revelación que estaba presente en la fotografía analógica se termina y da paso a la inmediatez. Se captura y se mira lo capturado casi de inmediato. Las personas ingresan a una dinámica donde la atención, el cuidado y la paciencia no son necesarias, pero, ante todo, se adentran en una lógica donde la mirada del *Operator* desaparece.

---

<sup>6</sup> A finales del siglo XI, por ejemplo, para efectuar un retrato se requería que las personas posaran en absoluta inmovilidad durante quince o treinta minutos.

Como se estableció en el apartado “La fotografía como objeto de tres prácticas”, Barthes conjetura que el *Operator*, al mirar por el agujero de la cámara, busca sorprender. En el caso de que el *Spectrum* sea una persona, la sorpresa se vincula con capturar al otro, de preferencia, sin este percatarse del hecho. En el choque fotográfico, el *Operator* busca develar algo que ni el propio sujeto fotografiado conocía. Esta develación puede efectuarse tanto si la persona se sabe retratada o no. En la práctica preponderante de la selfi dentro de Instagram, el choque no puede llevarse a cabo debido a que no hay una otredad que mire. La misma persona funge como *Operator* y *Spectrum*. Bajo esta dinámica no resulta extraña la inclinación de crearse un rostro y un cuerpo deseable a nivel sociocultural. Se presenta una alineación a los valores canónicos sobre lo que se considera atractivo. En la sección de *Destacados de Instagram*, bajo la etiqueta *selfie*, aparecen cientos de rostros y cuerpos distinguibles por rasgos físicos observables que, en el fondo, conforman un prototipo unificador: el rostro posicionado en un ángulo de tres cuartos, los labios carnosos y rosados, las cejas enmarcando las facciones, la gestualidad que busca ser atrayente, etcétera. Los elementos integran un modelo unificante bajo el que desaparece la auténtica particularidad. El choque fotográfico se evita porque este puede develar algo que el *Spectrum* no desea. En la práctica analógica del retrato fotográfico, si la persona es consciente de que será fotografiada, le puede asaltar la inquietud de no estar en control de su imagen:

La Foto-retrato es una empalizada de fuerzas. Cuatro imaginarios se cruzan, se afrentan, se deforman. Ante el objetivo soy a la vez: aquel que creo ser, aquel que quisiera que crean, aquel que el fotógrafo cree que soy y aquel de quien se sirve para exhibir su arte. (Barthes, 1989: 41-42)

En el ejercicio predominante de la selfi resulta central no perder el control de la imagen propia y, en este sentido, la dinámica tiende a ocultar más que mostrar. Las personas ocultan desde aquellas imágenes que no corresponden a cómo desean ser percibidas hasta aquellos aspectos físicos que no forman parte del prototipo unificador. En buena parte de los casos, el uso de programas y aplicaciones de edición constituyen una parte esencial de la selfi y no un mero agregado. El

autorretrato que prepondera en Instagram no tiene por objetivo mostrarse como otredad ante los demás sino integrarse como unidad dentro del marco de lo socioculturalmente aceptable. Por supuesto, esta observación es aplicable al caso específico de autorretrato que se está analizando, lo que no implica que sea el único tipo de selfi en esa red social.

## CONCLUSIONES

Barthes tematiza a la fotografía analógica como una práctica donde la mirada del otro resulta constitutiva para develar algo sobre aquello fotografiado, lo cual genera la producción de imágenes que suscitan la posibilidad de reflexión y de ser punzado. En la fotografía deviene aquello que fue y ya no es. En los retratos que forman parte de su análisis se presenta un tiempo lejano que llega al presente y genera una nostalgia que va más allá de un interés netamente intelectual. Para el filósofo francés la fotografía sólo adquiere su pleno valor cuando aquello fotografiado desaparece, muere.

La práctica extendida de la selfi que caracteriza a Instagram se aparta de la otredad, de la develación, de la imbricación de tiempos, del *Punctum*. Los autorretratos se convierten en fotografías unificadas que concentran rostros y cuerpos en esencia indistintos. Son imágenes triviales: “la Fotografía unaria tiene todo lo que se requiere para ser trivial, siendo la «unidad» de la composición la primera regla de la retórica vulgar (y especialmente escolar)” (Barthes, 1989: 77). En la disposición simplificada de las selfis que se encuentran en *Destacados* la tendencia a homologar no seduce a una mirada que busca la particularidad. Los rostros y cuerpos que aparecen en el deslizamiento del pulgar por la pantalla no suelen generar ningún encanto, ninguna nostalgia o fascinación. Lo propio de esas fotografías digitales es la exposición y alineación. No irrumpen, no interpelan. En la reiteración no hay espacio para el *Punctum*, pues no hay detalles que cautiven a la mirada y generen el interés hacia el aspecto concreto. La mirada es fugaz y, en esa velocidad de consumo, no hay espacio para el estremecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida*. Paidós Comunicación.

\_\_\_\_\_. (2009). *Diario de duelo*. Paidós.

\_\_\_\_\_. (2011). *El placer del texto*. Siglo XXI.

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Itaca.

Gadamer, H. G. (2003). *Verdad y Método*. Salamanca.

Oxford Learners Dictionaries. (2022, 27 de noviembre). «Selfie». <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/selfie?q=selfie>

Pérez, C. (2004). *Revoluciones tecnológicas y capital financiero. La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*. Siglo XXI.



*Borrando perfil*

Uri Ismael Cárdenas Ponce. México, 2022.

Acrílico sobre lienzo. 40 cm x 60 cm



## IX. FORMAS VIRTUAL-TECNOLÓGICAS DEL MAL DE OJO Y EL OJO DE NAZAR: APUNTES DESCRIPTIVOS PARA PENSAR UNA POSIBLE CIBERSUPERSTICIÓN

AMANDA ROSA PÉREZ MORALES<sup>1</sup>

### INTRODUCCIÓN<sup>2</sup>

Partiré de la idea de que cuando hablamos de mundo, es necesario hablar de dimensiones de un mundo humano –develado en el contexto de la Naturaleza planetaria– que se correlacionan e interconectan a través de fugas y recursividades. Esto significa entonces que, al estar formado –el mundo– por múltiples dimensiones, es necesario comprender cuáles son los modos intencionales propios de cada uno para comprender entonces cómo se interconectan y se retroalimentan.

Entre las múltiples dimensiones del mundo caben señalar dos específicas, que en otras oportunidades he propuesto denominar como *dimensión virtual-tec-*

---

<sup>1</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales. Departamento de posgrado en Estética y Arte, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Centro de Estudios Filosófico-Culturales. Correo electrónico: amanda.perezmorales@correo.buap.mx

<sup>2</sup> Este es el primero de una serie de textos dedicados al tema de la *cibersuperstición*. Le sucede uno en torno a la posibilidad de pensar, desde una perspectiva postfenomenológica, tal categoría como modo de nominalizar y comprender las experiencias supersticiosas que se dan a consecuencia de la interacción virtual, y que lleva por título: “*Cibersuperstición: un modo de manifestación del fenómeno supersticioso*” (próximo a salir en el número “Brujería y hermetismo en la filosofía y el arte” de la revista de filosofía *Reflexiones Marginales*).

*nológica del mundo* (DV-T-M) y *dimensión terrenal del mundo* (DTM)<sup>3</sup>. Pero, debido a que no estamos hablando de dos mundos sino de dimensiones de un mundo que no están deslindadas, pues de inicio son co-construidas y habitadas por el mismo ser humano, encontraremos fenómenos, procesos epistemológicos y/o experiencias culturales que se trasladan de una dimensión a otra, encontrando siempre sólida adecuación en cada una. De ahí que haga hincapié en el carácter dimensional y recursivo de tales experiencias, pues denotan que la vida en el mundo es necesariamente interdimensional.

En esta oportunidad me gustaría, entonces, compartirles algunas intuiciones en torno a cómo se manifiesta el fenómeno y la experiencia vivencial de la superstición en la virtualidad tecnológica, sin dejar de lado su interconexión con la experiencia de vivirla en la DTM<sup>4</sup>. Para ello, abordaré un caso específico: el ícono/símbolo del ojo de Nazar el cual actualmente se ha convertido también en un amuleto virtual que protege ante el “Mal de Ojo” que se genera a causa de la interacción visual en las redes sociales. Utilizo los conceptos de ícono y símbolo para describir al Ojo de Nazar debido a su indiscutible doble articulación: es un ícono debido a su semejanza al objeto físico que representa, mientras que también es un símbolo por el significado que adquiere a partir de su génesis cultural. El espacio virtual-tecnológico en el que centraré mi aproximación será el de las redes sociales.

---

<sup>3</sup> En el artículo “Imagen e Identidad en la Dimensión Virtual del Mundo: un enfoque postfenomenológico” (Rivas López *et al.*, 2022), establezco esta distinción. Sin embargo, he decidido agregar a la DVM la condición de “tecnológica” (DV-T-M) debido a que me refero a un tipo de virtualidad específica, diferente en algunos aspectos al sentido de virtualidad pretomista en tanto virtud –al cual ya me he referido específicamente en otros textos y eventos académicos–, o al sentido de virtualidad literaria o artística de la cual nos hablan E. Souriau y D. Lapoujade, entre otros.

<sup>4</sup> Es menester puntualizar que utilizo la palabra terrenal en su sentido epistemológico de base: *terrenus*, algo que pertenece a, o está relacionado con la tierra y que se asocia a la materialidad física –es decir, primaria y necesariamente tangible para una aproximación inicial.

Mi objetivo con dicho acercamiento, en esta ocasión marcadamente descriptivo, es proponer que a la vivencia de la superstición en la red virtual-tecnológica podríamos llamarle *cibersuperstición*. De ahí que me interese señalar cómo se experimenta el fenómeno supersticioso específicamente a través de las redes sociales y la virtualidad tecnológica. He decidido denominar esto como ciber-superstición debido a que tal forma de experimentar lo supersticioso 1) se da a través de una experiencia que se determina por la cibertecnología, 2) porque hay una forma simbólica de combatirlo que es a través del ícono del ojo de Nazar, que encuentra su lógica en el referente cultural (sabemos qué significa ese ojo azul y blanco), pero que se despliega y se vuelve material y activo en esta DV-T-M y 3) porque, ópticamente hablando, se expanden las formas de apreciación y existencia concretas de este fenómeno objetivado, lo que induce a pensar en que lo óptico a la larga puede modificar –o ampliar– lo que de algo se consideraba esencial –ahora, ontológicamente hablando.

#### SUPERSTICIÓN Y TEMOR

Entre las grandes angustias del ser humano destaca la necesidad de afrontar la incontrollabilidad de la vida. Pero este afrontar la –incontrollabilidad de la– vida no necesariamente implica una única forma de hacerlo. Una de las incontables vías o métodos de supervivencia –porque afrontar la incontrollabilidad de la vida es una forma de supervivencia– ha sido la creencia en que hay formas en las cuales podemos alterar nuestro destino o suerte, de manera positiva o negativa, no desde nuestra estricta individualidad, sino amparados o ayudados por cosas externas que orgánica o mentalmente nos constituyen. Dentro de esta suerte de creencia también podemos encontrar distintos tipos de aproximaciones que, aún conservando patrones comunes –como podría ser, en este caso, la necesidad de otro u otra cosa externa a lo propio para poder alterar el destino– se diferencian en los métodos bajo los cuales realizan el acto para el cambio. Y justo, dentro de estas aproximaciones, se encuentra el acto supersticioso como forma de afrontar y dar sentido a los fenómenos cotidianos.

Así, la superstición y el acto supersticioso pese a no contar con algún tipo de demostración científica, se imponen como constantes en la vivencia humana,

por tres razones fundamentales: (i) la necesaria búsqueda existencial y/o espiritual de sentido, (ii) la también necesidad humana de control y dominación- y para matizar la afirmación me sumo a las palabras de Quintía (2022) refiriéndose al Mal de Ojo: “la necesidad humana de controlar, manipular, domesticar o, cuando menos, dialogar con aquellas supuestas fuerzas ajenas que en cada contexto cultural gobiernan la vida y el destino de las gentes para reconducirlas hacia el propio beneficio (el subrayado es mío)” (p. 165), y (iii) por la tendencia humana a temer<sup>5</sup>. Hablo de *temor* y no de *miedo* debido a que la *primera* es una emoción artificial que nos hace evitar o huir de situaciones de peligro imaginario, siendo por lo mismo una reacción anticipada al futuro; mientras que la *segunda* es una sensación que surge por una acción determinada y se apodera de las personas allí presentes con el fin de protegerlas<sup>6</sup>.

De esta forma, si bien Vyse (1997: 201) plantea que la superstición se alimenta de la incertidumbre ante situaciones incontrolables, yo señalaría que, efectivamente, se alimenta de la incertidumbre de situaciones incontrolables, pero que también y sobre todo de situaciones o escenarios hipotéticos. Por lo mismo, la superstición es consecuencia del constante temor que experimenta el ser humano ante un mundo natural que se le presenta como algo completamente desconocido. Por lo mismo, tal comportamiento funciona como regulador de una, a veces, incontrolable ansiedad que nos provoca el hecho de no saber qué va a ocurrir-con nosotros. De manera menos concreta, funciona para regular la tensión que se genera en nuestra dimensión psicológica de la vida al querer alcanzar un objetivo, creando un sentimiento de control y predictibilidad ante situaciones percibidas como caóticas y fuera de control (Keinan, 2002; Schippers & Van Lange, 2006; Damisch *et al.*, 2010).

Dependiendo del sentido que encarne el acto supersticioso (y sin olvidar que la base de la superstición es el temor en general), es difícil no percibir que pueden

---

<sup>5</sup> Estrictamente, podríamos pensar que la superstición es el paso previo a la interpretación científica del mundo.

<sup>6</sup> En Godínez Garza (2008), se puede encontrar una aproximación a la superstición y sus orígenes en el miedo, teniendo con ello otros referentes para llegar a una conclusión propia en tanto a la relación superstición-temor y superstición-miedo.

variar los grados en los cuales dicha acción se inclina más hacia un propósito que encierra cierto grado de positividad –si hago esto, entonces algo bueno pasará–, alimentándose más de conductas asociadas a la búsqueda de mejor suerte –llamémosle supersticiones positivas–, mientras que hay otros procesos psicoespirituales en los cuales el acercamiento vivencial al acto supersticioso se inclina más hacia cierta anulación, intervención o “negatividad”. Las supersticiones negativas, entonces, como el número 13, píldoras color negro, “romper un espejo” o “cruzarse un gato negro”, suelen relacionarse con resultados negativos y menos controlables, por lo que pueden reforzar comportamientos de evitación de la mala suerte y de situaciones que son percibidas como amenazadoras por la persona. Ante este tipo de creencia considerada irracional, el ser humano puede justificar que su comportamiento de evitación se debe a que “no quiere arriesgarse o tentar a la suerte” a pesar de que, enfrentarse a ella conllevaría un beneficio concreto y directo, como ocurre en las supersticiones positivas<sup>7</sup>.

Igualmente, la superstición, que indiscutiblemente está asociada a la buena y mala suerte, puede desembocar en conductas (actos) supersticiosas físicas como cruzar los dedos (Vyse, 1997), tocar madera (Keinan, 2002) o usar algún tipo de amuleto (Wiseman & Watt, 2004). Este señalamiento de Vyse y Keinan me sirven, entonces, para acércame –y acercarles– paulatinamente a mi interés central con este texto: *ver como un fenómeno supersticioso (Mal de Ojo) desemboca en conductas (actos) supersticiosos entre los cuales se destaca implacablemente la utilización del ojo de Nazar y cómo este fenómeno, al encuentro de Internet y las redes sociales, extiende sus posibilidades de manifestarse y las posibilidades del temer y la fe.*

---

<sup>7</sup> Las supersticiones positivas, como “tocar madera” o “cruzar los dedos”, están dirigidas al logro de metas funcionales para la persona y alimentan conductas asociadas a la búsqueda de mejor suerte. Como consecuencia, las supersticiones permiten experimentar mayor confianza en las propias capacidades para manejar una situación, influyendo positiva y directamente en el desempeño de la persona (Feltz *et al.*, 2008; Stajkovic & Luthans, 1998). Es decir que, en las supersticiones positivas, la autoeficacia y confianza en las propias capacidades puede permitir a la persona convertir este tipo de creencia irracional en algo beneficioso (Bandura, 1977).

De manera breve, pues, podría afirmar que la superstición implica que un elemento externo a la persona (un objeto, un ritual, etc.) se convierta en determinante para el curso y resultados de ciertos acontecimientos. Al estar marcado por el temor, el acto supersticioso acompaña al ser humano en la experiencia de su propia vida dotando, fetichistamente, de un poder salvífico o destructor a un objeto, respecto a una situación futura. Igualmente, implica de alguna forma la posibilidad efectiva de conocer o (y) controlar el futuro.

Con los avances científico-técnicos, a pesar de que esta posibilidad simbólica de control se traspasa a la “verdad científica”, persistieron las prácticas supersticiosas. Y no solamente persistieron, sino que se expandieron las formas de experimentar el temor, debido a que también se expanden los campos de acción humanos.

Específicamente, los avances tecnológicos asociados a los medios de comunicación se han vuelto importantes dentro del estudio de las supersticiones. Ayudan a la propagación de estas ideas mediante la presentación y distribución de mensajes y productos asociados con el destino y la buena suerte. Dentro de los *mass medias* asociados a la cibernética, aparecen nuevos espacios virtuales que se convierten en nuevos espacios que habitar: correos electrónicos, páginas webs, Facebook, Messenger, Snapchat, Instagram, TikTok, BeReal, WhatsApp, Telegram, Discord... Esta Dimensión Virtual del Mundo se vuelve por lo mismo un ámbito que se nutre de la Dimensión terrenal del mundo y que, a su vez, afecta y modifica directamente las formas de vivir en el mundo en sus tres dimensiones: trascendental, estética y factual.

#### MAL DE OJO Y SU MANIFESTACIÓN VIRTUAL-TECNOLÓGICA

Tradicionalmente, ciertas partes del cuerpo se han asociado con poderes sobrenaturales, pero indiscutiblemente, la vista y el poder de los ojos son los que más han atraído la imaginación humana y los que han dado origen a mayor número de supersticiones. Siendo el espejo del alma, y también la luz del cuerpo, la buena mirada del ojo llena el resto del cuerpo de luz; sin embargo, la mala mirada oscurece.

Justamente por ello, no hay mejor nicho que los espacios virtuales-tecnológicos –específicamente las redes sociales– para que el fenómeno supersticioso del Mal de Ojo se despliegue. Siendo plataformas creadas primordialmente para la exposición masiva del otro o de lo otro ante los demás, se vuelve un espacio donde con facilidad pueden aflorar sentimientos de envidia que son el detonante del Mal de Ojo y, por lo mismo, de la utilización del Nazar, también conocido como ojo turco. La envidia –que es a mi juicio el atributo universal del Mal de Ojo– desde su propio origen etimológico señala un *modo de ver*. Es un ver (*vidi*) con enojo al o hacia (*in-*) el otro, o lo otro. Este *ver con enojo hacia el otro* implica un proceso intersubjetivo y transubjetivo debido a que si bien implica una serie de factores que exceden a otro específico (transubjetivo) la intención del envidiar, aunque puede ser plural –puedo envidiar a varias personas a la vez–, necesariamente se inserta de manera activa en una relación binaria –yo envidio a una persona o envidio a todas las personas que trabajan en la Casa Blanca, en ese caso lo que envidio es la oportunidad de trabajar en la Casa Blanca que se encarna en una serie de sujetos que allí laboran.

A su vez, la envidia en sí encierra también un sentido fantástico e imaginal, basado en una especulación constante: envidio lo que he visto que tienes y lo envidio porque “debería” tenerlo yo, lo cual lleva aparejado una noción de “justicia” en donde alguien merece algo y el otro no. Esto no quita que haya otro tipo de envidia menos negativa que más que en el *debería* la carga recae en el *también* (yo *también* debería tener eso) a la cual popularmente llamamos “envidia sana” y que continúa siendo envidia porque busca la igualdad (*también*) desde la comparación (*yo no lo tengo y tú sí*). Esta mirada de la envidia se alimenta entonces de cuán expuesto se encuentra la persona –en este caso, pensando en los humanos, mas no restringiéndose a ellos– a la cual se le deposita la mirada. Porque para ser percibidos es necesario cierto grado de exposición perceptiva y casi siempre la exposición humana es de manera consciente –a menos que se esté en algún tipo de experimento social no informado.

Las redes sociales, entonces, al estar destinadas a la mirada del otro, o a la mirada de nosotros hacia nosotros mismos (*selfies*) extienden la cantidad de personas con quienes podemos establecer una relación bastante voyerista y por ende expande las oportunidades de sentir envidia y de “echar o recibir Mal de Ojo”. Dentro de otros medios de comunicación –como podría ser el caso específico de

la televisión, por ejemplo– la envidia al otro provocada por la mediación tecnológica que es el televisor y todo lo que él implica (televisión, *shows*, *realities*, etc.) se extendía a la posibilidad o actualidad de que alguien apareciese en algún programa, o en algún comercial (figuras públicas, actrices, presentadores), incluso incluyó a aquel que por alguna razón apareció en la tele en algún momento. Pero, con el desarrollo y auge de las tecnologías cibernéticas-digitales y las posibilidades interaccionales que encierran, se extienden la cuantía de personas que se exponen de manera efectiva a través de imágenes (incluidas imágenes de textos). A su vez, desde una perspectiva filosófica, hay una extensión de la mirada posibilitada por la existencia de los medios tecnológicos físicos y materiales, lo cual significa que los artefactos tecnológicos no son solamente medios en tanto herramientas, sino que de entrada son en sí posibilidad de existencia y, por ende, de experiencias para los seres humanos. Las recientes tecnologías digitales, como cualquier otro tipo de tecnología, no pueden ser pensadas solamente como herramientas (McLuhan, 1964:13), sino que la red más que un instrumento es un “ambiente” en el que vivimos y que por lo mismo, nos condiciona (Spadaro, 2012: 8).

Las redes sociales como “ambiente” en el que también vivimos, actualmente, ponen una vez más de manifiesto la necesidad de considerar espacios legítimos aquellos que se gestan y se reproducen dentro del propio ecosistema virtual. Como mismo ocurre en una dimensión terrenal del mundo, en las redes sociales nos mostramos como “seres interesantes”, como seres performáticos y peformativos, seres que “apare-remos” (Rivas López, 2021) lo cual se traduce en que hacemos una curaduría de nosotros mismos en dependencia del contexto en el que nos encontremos y de cómo se crea una relación en donde también intervienen el deseo propio y las posibilidades que el propio ambiente nos da al menos en potencia. La oportunidad de conformarnos de cierta forma que atraiga la mirada ajena se enriquece al presentarnos de manera virtual ante el otro, trascendiendo las fronteras no solo espaciales, sino temporales a las que estamos habituados a vivir en una DTM.

A esto se suma que la posibilidad masiva de compartir información de manera casi instantánea trajo consigo la oportunidad de exponernos ante el otro con miras a tener disímiles oportunidades (hacer amigos, encontrar trabajo, volverte famoso), pero también, para aquellos supersticiosos, trae consigo la oportunidad

de que más personas tengan acceso a las dimensiones aparentemente más privadas de lo privado (el interior del hogar, seres queridos durmiendo, lugares visitados, regalos íntimos, pruebas de embarazo positivas, etc.). Da la oportunidad de que tengan acceso a los logros y buenas nuevas que se comparte y, por lo mismo, tengan la oportunidad de mirar mucho... con buenos y con malos ojos.

Tras el zarandeo que significó la pandemia de la covid-19 para el mundo entero, estos ambientes virtuales se tornaron el lugar primario de interacción con los otros. Ello se vio reflejado no sólo por el indiscutible hecho de lo que significa estar encerrados, el sentirse solo o el estar solo, sino en las dinámicas que se abrieron de manera virtual para poder disimular el encierro, o en todo caso, las dinámicas que se abrieron para habitar cómodamente un mundo donde el contagio no es una preocupación –o por lo menos ese tipo de contagio–. Por otra parte, la primacía de la autoimagen como imagen fija (y quizás modificada) de nosotros mismos pasó a un segundo plano, incentivando aún más otro tipo de discurso más audiovisual e interactivo: dígase *reels*, *stories*, transmisiones en vivo ya no solo de nosotros mismos, sino también de todo lo que nos rodea, es decir, aquello que consideramos importante mostrar de lo que nos es propio. Así, de la cámara como espejo con nosotros en primer plano, pasamos a cargar de protagonismo a lo otro que nos rodea y que también son imágenes simbólicas de este apare-ser virtual. A esto hay que sumarle la cinematización de la vida cotidiana que han provocado las propuestas mediales dentro de las redes sociales (filtros, musicalización, edición, etc.), lo que posibilita una mayor inmersión en aquellas propuestas virtuales de lo que somos. En otras palabras: buscamos el re-conocimiento del otro a partir de una experiencia inmersiva –y por qué no, estética, si se lograra– de lo que nosotros compartimos y que aparentemente somos. Ahora más que nunca hemos querido (y hemos podido) tener nuestros quince minutos de fama y buscamos compartir nuestra vida como un objeto artístico<sup>8</sup>; intentamos hacer de estas una obra de arte envidiable.

---

<sup>8</sup> También ocasionó que aquellas personas tímidas y poco participativas en red por la imperiosa necesidad de compartir fotos propias, tuviesen una manera de mostrar lo que “son” a los otros a través de un discurso en donde no es necesario mostrar el rostro. Personas con canales donde son *avatars*, personas que sólo comparten su voz a través de

Cabe recalcar que tal modo de ser que se manifiesta en lo virtual-tecnológico está mediado por una serie de filtros que *recolorean* estados anímicos particulares, cosa que tampoco es exclusivo de la DV-T-M –pues la vida se muestra en capas intencionalmente cromáticas–, pero que sí se despliegan aún más en la virtualidad tecnológica. Por lo mismo, la envidia o el Mal de Ojo se genera sobre una realidad altamente curada, expuesta justamente para ser envidiada, o –para no ser tan severa– una vida altamente curada para propósitos específicos (conseguir trabajo, reconocimiento, amistades, nuevamente acudo a la fama, incluso podría ser una forma de moldear mis recuerdos). Si de por sí la superstición encierra en su sentido más concreto la especulación *quasi* metafísica sobre el otro, por un lado, a lo cual también se suma la innegable realidad de que estamos demasiado ensamblados con los artefactos tecnológicos y con las tecnologías cibernéticas, entonces podríamos decir que el medio extiende efectivamente las formas de conocer y, sobre todo, de vivir algo –sin que ello refiera a la pérdida de la autonomía del objeto o del medio *per se*.

En el caso del Mal de Ojo podríamos decir que se genera desde una experiencia que se comprende desde la lógica de la red –dinámicas de interacción desde un punto material o hermenéutico–, provocándonos envidia, enojo y derivando en múltiples frustraciones. Y de la dinámica en general podríamos decir que es un círculo vicioso: quien se expone al “Mal de Ojo virtual” lo hace porque quiere llamar la atención sobre algo mostrando una curaduría de sí determinada, centrada en aquello que queremos que sugiera la curiosidad ajena. Pero a su vez siente sobre él la “mirada mala del otro”. Y aun sintiendo eso, continúa exponiéndose. Hay cierta aceptación de las consecuencias.

Aquí hace su entrada otra cuestión: internet se vuelve cada vez más (y, por lo mismo, es) un espacio de acción tan legítimo como el espacio de acción de la DTM. Las fronteras de lo considerado “real” y “existente” se extienden a los espacios virtuales. Y como todo espacio con cierto nivel de realidad y existencia incluyen, por defecto, la posibilidad de comprenderlo mágicamente, entonces

---

videos, personas que se muestran a través de otras personas, personas que se muestran a través de fragmentos de su cuerpo. Todas esas personas encontraron una manera de existir efectivamente en la Dimensión Virtual Tecnológica del Mundo.

también hay posibilidad de que las cosas, los objetos, que existen en y bajo la lógica de la Red también puedan convertirse en amuletos.

Ahora bien, saber quién echa Mal de Ojo a alguien sería difícil –más bien sabríamos que nos echaron Mal de Ojo porque, fáctica o psicológicamente, cosas malas nos están ocurriendo–. No obstante, en ciertas circunstancias quizás sería probable pensar que sí hay forma de saberlo: a través de cierta sensibilidad espiritual (percibo las miradas malévolas que hay sobre mí), o a través de cierta perspicacia semiológica que percibo y hasta quizás *apercibo* en el otro que tengo en frente (a través de expresiones faciales mínimas, o cierto tipo de comentarios).

En las redes sociales este acontecimiento tendría, igualmente, las dos salidas anteriores –pensando que el otro en frente está, pero de manera virtual lo cual significa que tengo acceso a su rostro, por ejemplo–, pero a esas se sumaría una tercera y una cuarta ambas relacionadas al lenguaje propio de la red. La tercera corresponde a la manifestación de la envidia o el Mal de Ojo a través de mensajes escritos dígame a modo de comentario de alguna publicación o en algún espacio determinado para compartir redacciones –el famoso *¿qué estás pensando?*, de Facebook, por ejemplo–. Y la cuarta sería a través de lenguaje iconográfico, pictográfico que fusionan cinismo, doble sentido y cierto grado de asombro (memes, emojis, gifs). Así, la humana creencia supersticiosa expande los modos en los cuales ser.

Todo lo anterior surge ciertas inquietudes con respecto a que si estamos hablando de que la Red está constituida por una serie de características que le son propias; si ya señalamos que hay una lógica –en todo el sentido que puede abarcar el concepto– de la Red; y si también afirmamos la legitimidad existencial de Internet; y si esta manifestación virtual del Mal de Ojo se muestra, se despliega y se consolida en y mediante la interacción virtual tecnológica, ¿no sería lógico pensar que en algún momento existirían maneras específicas de protegerse del Mal de Ojo características de aquello que le es propio al espacio virtual tecnológico? Tendría que haber una manera simbólica, pero con cierto nivel de materialidad que surgiera en la Red, con un uso para la Red, pero a su vez capaz de transmitir el mismo nivel de seguridad que un amuleto tradicional.

Al Mal de Ojo se le atribuye enfermedad, destrucción y muerte, y el daño se produce con la simple mirada sin necesidad de que medie palabra alguna<sup>9</sup>. Esta envidia puede convertirse en una maldición que hace que una persona pierda esa misma cualidad o supuesta ventaja. Para ello, tener siempre consigo un ojo de *Nazar* puede prevenir cualquier tipo de situación. Una de las múltiples formas de combatir el Mal de Ojo se da a través de la utilización de manera visible de un amuleto. Uno de los más populares o extendidos a lo largo del planeta es justo este objeto redondo, con dos tonalidades de azul, color típico de protección<sup>10</sup>. El Nazar, u ojo turco, o piedra para el Mal de Ojo (“que observa y vigila lo que viene hacia nosotros”) es un amuleto que está destinado a proteger del tipo de superstición que es el Mal de Ojo. Se observa habitualmente en forma de una gota aplanada o como un adorno colgante, hecho a mano de cristal de colores, y se utiliza como un collar o una pulsera o un adjunto a los tobillos. Por lo general se compone de círculos concéntricos o con forma de gota con la gama cromática

---

<sup>9</sup> Esta creencia es asumida, de la misma manera, por judíos, árabes y cristianos, y se extiende por el este hasta la India, a lo largo de la costa atlántica por Irlanda, Inglaterra, Escocia, España, Portugal y Francia, hacia el norte hasta Escandinavia, y por el sur hasta el norte de África. El núcleo de esta superstición se sitúa en los pueblos situados a lo largo de la costa del Mediterráneo y el Egeo, en la India, y en los países de Sudamérica más afectados por la conquista española. En cuanto al Nuevo Mundo, resulta difícil saber si la creencia existía antes de Colón. Para Kearney, se originó solamente una vez, en el este. Cosminsky también opina que fue llevada a Mesoamérica por los españoles, aunque para otros estudiosos del tema no está tan claro debido a que en las civilizaciones mesoamericanas precolombinas ya existía una mística de los ojos. La creencia está asociada a dos cosas, por un lado con la etiología (estudio científico de la causa de las enfermedades) de derivación europea y con la dicotomía de caliente-frío, y por la otra con creencias indígenas como el mal aire. Es por ello que existe la posibilidad de una difusión precolombina del Mundo Antiguo, en cualquier caso, en su forma actual, deriva de los españoles, y se encuentra en mayor o menor medida por toda Sudamérica (Pena, 2007).

<sup>10</sup> Cabe aclarar que también podemos encontrar Ojos de Nazar de colores diferentes al azul. Esto no quita que el predominante y más conocido mundialmente sea este último.

siguiente: desde adentro hacia fuera, azul oscuro (o negro), azul claro, blanco y azul oscuro. Para fabricarlos se utilizan cobalto, ópalo o zinc, proporcionando el color azul y se utilizan leña de pino –aunque debido a su extensión se pueden encontrar fabricados con disímiles materiales–. El origen de que sea azul se debe a la invasión de los pueblos del norte. Los nórdicos tenían los ojos azules y los pueblos de Anatolia pensaron que ellos les echaban Mal de Ojo por lo que para contrarrestarlo crearon el ojo azul.

De esta forma, las características fundamentales del Nazar serían las siguientes:

1. Gota aplanada, elaborado en cristal de colores (cristal-material protector; se rompe cuando se carga de malas energías).
2. Sus tres anillos de color azul-blanco-azul hacen referencia a tres dioses de la Antigüedad (Zeus, Hermes y Poseidón).
3. Azul: protección, triunfo y buenas energías.
4. Azul cobalto: signo buen Karma.
5. Azul claro: el cielo, simboliza la verdad.
6. Materialidad física tangible.

Actualmente, vemos que el Nazar –como ha ocurrido con casi todos los elementos que se daban el mundo solamente de manera física– ha encontrado también cómo encontrar un espacio sólido en la Dimensión Virtual-Tecnológica del Mundo: ahora su efectividad y protección no solamente está asociada a tener un amuleto con una materialidad física (como es costumbre), sino que también se incluye un objeto virtual de este como forma de resguardo, respetando así cierto grado de materialidad, aunque desapareciendo su sustrato físico tangible. Esta forma de utilizar el Nazar es la que se relaciona con la forma de experimentar el fenómeno supersticioso en internet al cual propongo llamar, como bien he mencionado anteriormente, cibersuperstición la cual se podría definir como pensar el temor a la luz de la lógica de la red.

Desde que en 2018, Unicode Consortium 11.0<sup>11</sup> lanzó, en plataformas virtuales con opción de mensaje, un ícono del Nazar, y por el carácter popular que de

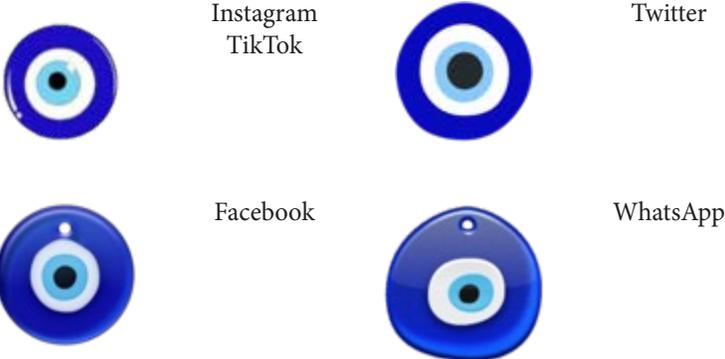
---

<sup>11</sup> Organización sin fines de lucro, desarrolladora de estándares y datos de internacionalización de *software*.

entrada tiene este objeto y lo que significa, su uso comenzó a presentarse y extenderse en las formas de interacción social virtual, mostrando no solamente una empatía o experiencia por el ícono en sí (estético), sino también mostrando cómo un acto supersticioso que ha acompañado al ser humano durante toda su existencia (el ser presa del o provocar el Mal de Ojo) encuentra nuevamente un espacio adecuado para propagarse. En este punto debo recalcar que la imagen de un Nazar no se considera un amuleto de protección en la red. Este sentido sacro se le atribuye, estrictamente, al ícono.

Consecuencia de esta propagación meramente comercial pero que logró insertarse dentro de nuestro imaginario sacro, es posible localizar ligeras diferencias en dependencia de la plataforma, aplicación o sistema operativo que se tenga en los dispositivos (fig.1). De esta manera, múltiples plataformas de interacción social agregan detalles para conseguir que nos sintamos identificados, no solo con el amuleto virtual de resguardo en sí sino también con la plataforma que ofrece ese diseño específico del amuleto virtual de resguardo. Con ello se garantizan ciertas formas de adecuación sagradas, estéticas y de consumo.

**Figura 1.** *Formas digitales del Ojo de Nazar en algunas redes sociales*



Fuente: elaboración propia.

Los diseños también responden a los intereses específicos de cada aplicación o plataforma, pese a que todos mantienen su forma básica más popular y conocida:

los círculos concéntricos, las tonalidades de azul, la prevalencia intermedia del color blanco y la pupila nórdica medianamente dilatada en el centro. De manera particular, vemos que en el caso de Facebook y WhatsApp, mantienen el agujero en la parte superior del amuleto virtual sugiriendo cierto anclaje a la tradición de “colgar” el amuleto del Nazar. No obstante, Facebook se acerca más a la concepción iconográfica clásica del objeto, mientras que, en el caso de WhatsApp, el diseño juega más con la idea de símbolo que con la asimilación y comprensión por la similitud figurativa casi exacta. En el caso de Twitter, el diseño se construye incitando a la exaltación. Es por ello que resalta su pupila dilatada sugiriendo que ese espacio es de interacción exacerbada y, en gran medida, de ataque y contrataque. En el caso de Instagram y TikTok son la misma, pero en el caso en concreto de Instagram se podrían encontrar dos especificidades: la primera es que, mientras que en los otros casos las plataformas contienen un ícono emoji, en esta última la propuesta de un gif es más utilizada y, aunque igualmente tiene un emoji de Nazar que responde a las mismas características señaladas, es interesante que haya sobresalido la idea de ícono en movimiento. La segunda se puede localizar en la iluminación. Al ser una aplicación destinada a compartir imágenes o videos, su diseño sugiere la mirada inquieta que observa imágenes en movimiento y el cambio perceptivo que se ocasiona de la modificación de una imagen a partir de elementos de edición, conocidos como filtros. De esta forma, puedo –y pueden igualmente ustedes– observar que existe un carácter material del amuleto virtual al ser un ícono pictográfico, caracteres codificados<sup>12</sup>.

En el ícono virtual del Nazar encontramos que, como mismo ocurre con el amuleto tangible, hay un sustrato material, se comparte a otros para su protección

---

<sup>12</sup> Sobre la materialidad de los objetos digitales véase el texto de Youngjing Yoo (2012) donde plantea que una consecuencia importante de la digitalización generalizada de los artefactos es que estos se vuelven generativos debido a la materialidad única de la tecnología digital. Como resultado, los artefactos digitales evolucionan una vez creados, a menudo de formas que sorprenden incluso a quienes los diseñaron. Estamos en la cúspide de un nuevo mundo artificial que está inundado de artefactos digitales que evolucionan continuamente. Dado que la biología surgió como una ciencia evolutiva de la naturaleza, necesitamos una nueva disciplina que se centre en la evolución de los artefactos digitales.

–continúa presente la actividad que rodea al ojo turco en la cual el amuleto se puede regalar a otra persona–, continúa su uso decorativo o estético –pensando en la estética relacionada también al consumo–. También, muestra la interconexión implícita que suponen la dimensión virtual-tecnológica y la terrenal del mundo. El carácter sobrenatural depositado en el amuleto virtual-tecnológico garantiza protegernos específicamente de las personas que nos perciben y/o están en contacto con nosotros mediante las redes sociales, pero que sus energías pueden afectarnos a niveles físicos.

#### LA VIVENCIA VIRTUAL DEL MAL DE OJO Y LA UTILIZACIÓN DEL NAZAR

El 26 de julio del 2022, *Vice* compartió una entrada en su revista. “Why the Evil Eye Emoji Is Everywhere on Social Media?”, la cual hace referencia a cómo el emoji del amuleto Nazar también se había apoderado del mundo virtual tecnológico, observándose con frecuencia en mensajes, subtítulos, WhatsApp, *stories* y *reels*, gracias a su uso frecuente por *zoomers* y *millennials*, generaciones que en su mayoría conforman los rangos generacionales de quienes participamos en esta antología sobre la depresión visual, comentando que “esta creencia supersticiosa se traslada al ámbito digital, considerando que estas plataformas están destinadas en gran medida al ojo público” (Dass, 2022). Este texto estuvo precedido por otros dos que iban apuntando de manera escalonada al abordaje de la injerencia de tal creencia supersticiosa tan tradicional en distintos ambientes del ciberespacio. “The Meaning Behind the Evil Eye Symbol You See Everywhere” (Ettachfini, 2018) y “My Belief in the Evil Eye is Feeding My Anxiety” (Stevenson, 2016) son una serie de textos divulgativos que exploran cómo impactaba el fenómeno del Mal de Ojo virtual en la experiencia cotidiana de la vida, explorando sus interconexiones con las dimensiones psicológicas, sociales y existenciales.

Específicamente, se aborda el ícono del Nazar en el texto más reciente, debido al cambio espacial que se privilegió con la cuarentena provocada por la pandemia de la covid-19, como ya mencioné páginas anteriores. Tres puntos que explora el texto, a partir de entrevistas, podría resumirlos de la siguiente manera: i) la paradójica relación entre lo aparente irracional del uso del ícono del mal

de ojo como protección y la efectiva seguridad y sensación de control que da el utilizarlo ya a un nivel psicológico; ii) el valor estético que este puede tener: “el símbolo del mal de ojo es bastante agradable de ver, también lo usan para proteger cualquier cosa que sea positiva y alegre” (Stevenson, 2016, s.p.); iii) la importancia de el ícono de Nazar para los famosos de internet (*influencers*) quienes no pueden abstenerse de publicar en las redes sociales: “Estoy obsesionada con ese símbolo. Suelo ser muy reservada con mi vida, así que cuando comparto algo relacionado con mi familia o amigos en Instagram, me aseguro de poner el emoji del mal de ojo. Quiero comunicar que es sagrado. Hay alguna manifestación al poner el símbolo de que esto es seguro” (2016: s.p.).

Otros textos que no superan una década han abordado el Mal de Ojo virtual y no solo textos, sino también medios de comunicación nacionales en donde se exhortaba a dejar de compartir la vida privada en redes sociales. Acompañado de todo esto se sugerían rituales tradicionales para prevenirlo (limpias, por ejemplo), hasta luego señalar como resguardo efectivo el ícono del ojo, tal y como ya se sugería con las pinturas simbólicas del ojo apóptico, pero esta vez dotando a la imagen de un sentido situacional tecnológico: sólo se puede utilizar y es efectivo en plataformas digitales-virtuales. En otras palabras, el ícono virtual-tecnológico del Nazar sólo neutraliza la envidia que se ha provocado por la interacción virtual-tecnológica.

Es interesante encontrar cierta preocupación concreta en torno al Mal de Ojo Virtual en unos de los primeros textos escritos sobre este tema específico. Primeramente, hace explícita su experiencia entrevistando a personas referente a este tema:

Casi todas las personas con las que hablé sobre la envidia de las redes sociales se sintieron fuertemente identificadas con este tema, pero nadie quería dejar constancia de su nombre para este artículo (...) Hay un verdadero tabú aquí porque la gente siente que esta conversación tiene consecuencias reales. Las relaciones se rompen, las promociones se estancan y se contraen enfermedades inesperadas. Facebook es culpado. Mientras vivimos en el siglo XXI, nuestras emociones humanas primarias (amor, odio, envidia) siguen impulsando nuestras expresiones en la era digital-virtual. (Mufti Menk's reminders, 2016)

Tales registros me hacen pensar en la contundencia que tiene el objeto sacro –o aquello considerado sacro– y el elevado puesto que ocupa en la jerarquía existencial que nosotros, los seres humanos, establecemos. Como bien postulaba G. Simondon (1958), tanto el objeto sagrado como el estético tienen cabida y son aceptados dentro de nuestra cultura en tanto ambos trasciende la etiqueta de herramienta o de objeto con una función concreta y eficaz asociada a la productividad. En este sentido, el Nazar digital reúne tanto las características de un objeto estético como de un objeto sacro. Estético, por su indiscutible e intencional atractivo perceptual. Sacro, por las cualidades salvíficas y protectoras que se le atribuyen. De ahí que obtenga –por lo mismo de lo sacro– un grado elevado de aceptación dentro de la cultura, a su vez que desde un punto de vista ontológico se afianza en los atributos que aparentemente le son propios, lo cual justamente lo aleja de lo que en sí mismo lo constituye debido a que lo que “aparentemente” le es propio no es más que una serie de atributos otorgados por nosotros, más allá de su constitución primaria. Tal afirmación promueve el preguntarnos en torno a la doble naturaleza existencial del amuleto basada en su naturaleza material y en su naturaleza simbólica. Y si bien esto no tendría que ser exclusivo del objeto sagrado, lo que sí es característico de este es el carácter fetichizante que indiscutiblemente siempre tiene –cosa que también comparte con otros objetos pero que, mientras en otros casos la cuestión fetichista puede o no acontecer, en el caso del amuleto siempre acontece.

#### ÚLTIMAS ANOTACIONES

La situación del Mal de Ojo virtual pudiese “desaparecer” fácilmente; con no publicar nada sería suficiente. Pero ello pareciese no ser una opción tomada en cuenta por la mayoría que ha crecido bajo la hegemonía de estos medios, pues en los espacios virtuales también “se es” ya que lo que es –al parecer– toma fuerza y/o se legitima en gran medida debido al registro, y lo virtual siempre viene acompañado de este acto. Dicho de otra forma: por lo menos de manera constitutiva inmediata se encuentra la tendencia a creer que las cosas son o poseen contundencia existencial porque hay un registro de ellas en algún lugar al cual se puede tener acceso de alguna forma.

Más allá de las cuestiones políticas o de ideología de masas que se desprenden de toda esta cuestión –y que seguramente abordaré en futuros textos–, me gustaría finalizar este abordaje descriptivo y primario de este fenómeno con la idea de cómo el sentimiento de ser constructores de mundos y no solamente observadores nos lleva a la, quizás, absurda necesidad de ser un ente que privilegia la aparición de cosas antes que la destrucción de cosas. Aunque esto pueda sonar como un sentido, debido al largo historial de violencia que como especie hemos promovido, la destrucción que provocan los seres humanos aparece como consecuencia de una búsqueda de aparición que los hace sentirse más seguros al crear tipos de enlaces con cosas –sea cual sea su especie– que conforman y dotan de existencia el mudo humano, que se ha creado en la Naturaleza planetaria. Así, ante un incansable afán explorativo, no le interesa las consecuencias ni tampoco el sentido de la creación en sí –más allá del sentido de la creación como extensión de lo que uno es–. Es por ello que ante la posibilidad de desaparecer de la red y dejar de tener “malos ojos” sobre nosotros, decidimos, mejor, crear nuevos espacios de resguardo, o nuevas formas de seguridad moldeadas en un amuleto virtual que nos aporta la confianza y la fuerza para continuar *siendo* en tanto nos mostramos.

Es por ello que pensar sobre el Mal de Ojo Virtual-tecnológico y el Ojo de Nazar digital no se queda en una jocosa aproximación a un curioso fenómeno de moda. Reflexionar sobre estos temas es también reflexionar, entre otras cosas, sobre aquello que tiene un valor ontológico y epistemológico para nosotros y sobre, quizás, la característica más propia que como especie tenemos: la necesidad de hacer aparecer cosas en este, nuestro mundo humano.

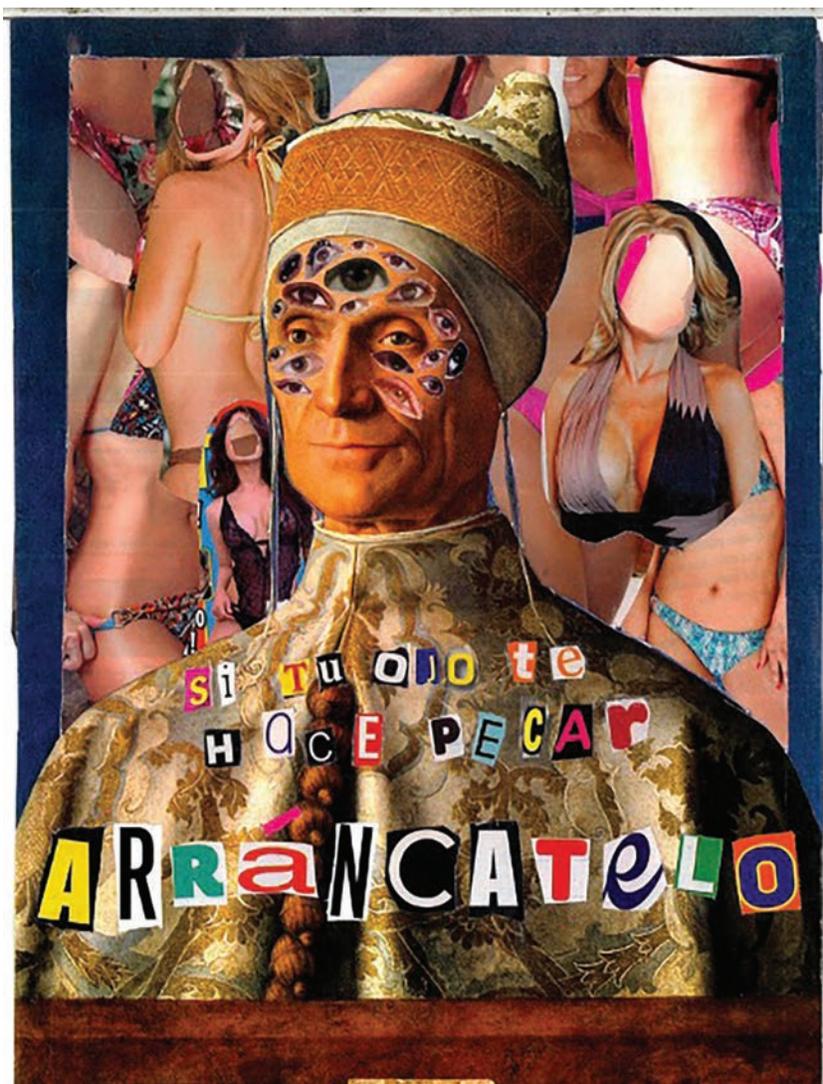
## BIBLIOGRAFÍA

- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Bilal Lakhani, M. (2015). Evil Eyes on Facebook. *The Express Tribune*. <https://tribune.com.pk/story/953898/evil-eyes-on-facebook>
- Damisch, L., Stoberock, B. & Mussweiler, T. (2010). Keep your fingers crossed!: how superstition improves performance. *Psychol Sci.*, 21(7), 1014-1020. doi: 10.1177/0956797610372631.

- Dass S. (2022). Why the Evil Eye Emoji Is Everywhere on Social Media? *VICE*. <https://vice.com/en/article/akev8z/evil-eye-amulet-emoji-fashion-instagram-facebook>
- Domínguez, S. (2007). Realidad y leyenda del Mal de Ojo. *GAROZA. Revista de la Sociedad Española de Estudios Literarios de Cultura Popular (SELICUP)*, (7).
- Ettachfini, L. (2018). The Meaning Behind the Evil Eye Symbol You See Everywhere. *VICE*. <https://www.vice.com/en/article/59qwd8/i-accidentally-gave-myself-the-evil-eye>
- Feltz, D. L., Short, S. E. & Sullivan, P. J. (2008). *Self-efficacy in sport*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Godínez Garza, F. (2008). *La superstición en la vida cotidiana: orígenes en el miedo*. Colección Ciencias Exactas y de la Salud TC.
- Keinan, G. (2002). The effects of stress and desire for control on superstitious behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(1), 102-108. <https://doi.org/10.1177/0146167202281009>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Mufti Menk's reminders. (2016, 27th April). *Jealousy, Evil Eye (Becarefull what you upload in facebook and instagram)* [post]. Facebook. <https://web.facebook.com/watch/?v=1015805875140565>
- Pena, Domínguez S. (2007). *Realidad y Leyenda del Mal de Ojo*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2377949.pdf>
- Pérez Morales, Amanda Rosa. (2021). Mal y (tecno)barbarie ahora. *PARÁLISIS*, vol. I. <https://paralisis.mx/mal-y-tecno-barbarie-ahora/>
- Quintía Pereira, R. (2022). El Mal de Ojo en Galicia. Creencia, ritos y lugares de sanación. *LIBURNA*. <http://tecnoevangelizacion.blogspot.com/2021/05/que-es-la-ciberteologia-antonio-spadaro.html>
- Rivas López, V. G. (2021). *Apare-Ser. La poética de la configuración*. Biblos.
- Rivas López, V. G, Pérez Morales, Amanda. Rosa y Reyes Monreal, M. (2022). Imagen e Identidad en la Dimensión Virtual del Mundo: un enfoque post-fenomenológico. *Dialektika: Revista de Investigación Filosófica y Teoría Social*, 4(9), 1-18. <https://doi.org/10.51528/dk.vol4.id68>

- Schippers, M. C. & Van Lange, P. A. M. (2006). The Psychological Benefits of Superstitious Rituals in Top Sport: A Study Among Top Sportspersons. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(10), 2532-2553. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00116.x>
- Simondon, G. (1958). *Du mode d'existence des objets techniques*. Aubier.
- Spadaro, J. M. (2012). *Ciberreligi3n: Espiritualidad en la era digital*. Editorial Mensajero. [post].
- Stajkovic, A. D. & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 240-261.
- Stevenson, A. (2016). My Belief in the Evil Eye is Feeding My Anxiety. *VICE*. <https://www.vice.com/en/article/wd7y55/my-belief-in-the-evil-eye-is-feeding-my-anxiety>
- Vogels A., E, Lee Rainie, H. N. (2022). *Teens, Social Media and Technology*. Pew Research Center.
- Vyse, S. A. (1997). *Believing in Magic: The Psychology of Superstition*. New York: Oxford University Press.
- Wiseman, R. & Watt, C. (2004). Measuring superstitious belief: Why lucky charms matter. *Personality and Individual Differences*, 37(8), 1533-1541. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.009>
- Yoo, Y. (2012). Digital Materiality and the Emergence of an Evolutionary Science of the Artificial, en *Materiality and Organizing: Social Interaction in a Technological World*. Oxford University.





*Pecado*

Carolina Herrera Baltazares. México, 2022.

Collage. 25 cm x 45 cm



## X. EL ESTOICISMO COMO HERRAMIENTA PARA COMBATIR LA DEPRESIÓN VISUAL

ÁNGEL ALFONSO MEDEL GONZÁLEZ<sup>1</sup>

La depresión visual es una consecuencia de la sobreestimulación de la visualidad. A través de los años, las imágenes han tenido diferentes funciones a servicio del desarrollo de la sociedad tales como son su carácter documental, narrativo, el registro histórico que permitía al humano reconocerse a sí mismo y su paso en el tiempo de una manera consciente, involucrándose íntima y técnicamente para obtener resultados que puedan impactar en él y en sus contemporáneos.

Este sentido “servicial” de la imagen ha pasado a un segundo término, debido a que en la actualidad pareciese que el humano está a servicio de la imagen, a servicio de su consumo. Este cambio sucede desde el momento en que la reproductividad técnica no establece límites para la generación de imágenes de modo que estas ya no necesitan satisfacer caracteres históricos, sociales o documentales en la humanidad. En la actualidad pueden funcionar a través de actos impulsivos que sirven para la reiteración de un yo en un momento y lugar determinado, y que, a través de los años, da como resultado una hiper producción de imágenes a las que nos enfrentamos día con día sin pausa.

La presente investigación no pretende estudiar a las imágenes en sus extensiones posibles, dado que sería contraproducente, sino que se centrará y tendrá como objeto de estudio las imágenes de carácter artístico, alejándose así de pro-

---

<sup>1</sup> Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: angel.medelgo@alumno.buap.mx

paganda, televisión, cine, memes y dando espacio a redes sociales, específicamente *posts* relacionados al objeto de estudio como lo son publicaciones sobre las obras que un artista, galería, museo o amateur publique en estas. Se considerará como imagen artística a aquellas imágenes con características que les permitan ser catalogadas como obras de arte, tales como: *techne, qualias*, modos de existencia, sustancia, forma; y que encontramos en los medios digitales de la actualidad a través de fotografías en redes sociales, medios inmersivos como instalaciones o realidad virtual (VR). El objetivo es analizar cómo la reproducción masiva y su invasión a través de redes sociales no solamente afectan el aura de la obra de arte, sino también el modo en que el espectador lee estos artefactos artísticos, abandonando la posibilidad inmersiva que podría tener la pieza para pasar a ser una vista superficial de lo que se ve, e intentará dar solución a este fenómeno de la hipervisualidad a través del estoicismo.

El estoicismo es un sistema filosófico que ya no busca únicamente la verdad, ahora también se dedica a buscar herramientas que le permitan al hombre encontrar la felicidad a partir de una vida plena. Esta vida plena no se refería a los placeres efímeros o mundanos como podría decirse, se inclina hacia las virtudes, donde la filosofía deja de ser el conjunto de saberes adquiridos a través del tiempo para ahora volverse también un estilo o una postura para afrontar la vida y las limitaciones humanas. Particularmente en este texto se priorizan virtudes mencionadas por Séneca, donde por medio de la admiración de la grandeza del mundo es posible que el hombre tome acción partiendo de su relación natural con el nombre, para hacer a un lado las pasiones efímeras y abrir paso a las virtudes y su uso adecuado, teniendo en cuenta la mortalidad del hombre y su inminente encuentro con la muerte.

Para iniciar la investigación es preciso ahondar más en la hipervisualidad, que es también el resultado de una hiperproducción de imágenes. En caso del medio artístico particularmente, la producción en la mayoría de los casos ha sido una respuesta al contexto histórico social del momento, en una especie de acción-reacción donde ante estímulos sociales de caracteres políticos, económicos, culturales se obtienen objetos artísticos que hacen más visibles estas particularidades a través de diferentes medios, propuestas y críticas. Así, la producción artística no tiene una línea fija, como tal vez la historia del arte podría mostrar,

ni con un método específico, más bien, la producción se adecuaba a las necesidades del artista.

Pero la masificación de medios de comunicación, la facilidad de hacer llegar a cientos, miles incluso millones de personas una imagen, ha modificado las necesidades del artista para con la imagen. La propuesta artística con base al contexto social no es suficiente para tener impacto e irónicamente visualidad en el medio, llegando a un punto donde se establecen “fórmulas” de producción que podrían también llamarse algoritmos. Estos incrementan la posibilidad de ser más vistos en redes sociales, o medios de comunicación diversos, aunque sea por un momento.

El establecimiento de fórmulas y lineamientos de algoritmos para la producción de imágenes, da como resultado una homogeneidad en gran parte de los aspectos compositivos de estas obras artísticas. Esto es visible en el contenido temático o discurso de la pieza, la resolución o tamaño que tengan, la teoría de color que puede tener más que ver ahora con aspectos de *marketing* que con algo necesario para la labor artística, de modo que ahora la mayor parte de la producción artística es similar entre sí a pesar de la supuesta libertad creativa que ofrece la modernidad. En el espectador, las imágenes ahora son tan similares que es lo mismo ver una obra por un segundo que verla por 10 minutos.

La sobreproducción de imágenes con lineamientos establecidos por un algoritmo, posibilitan una posible decadencia en la producción artística, así como una disminución en la capacidad analítica por parte del espectador. Esto es, que el espectador ahora se deja llevar por el algoritmo a través de la pantalla e intenta sobrepasar sus límites visuales constantemente en lugar de centrarse en *observar* y reflexionar en torno a las imágenes a las que se enfrenta, esto puede entenderse como un condicionamiento psicológico.

Según Carrillo *et al.* (2006), el hombre homérico escuchaba la voz de algún dios en momentos específicos de necesidad, sean estos: fatiga, ataque, huida, conflicto; que eran caracterizados por estímulos fisiológicos similares a alucinaciones esquizofrénicas que compartían un punto en común que es el estrés. Los niveles de estrés que el hombre homérico era capaz de tolerar eran mínimos, tanto por la capacidad analítica debido a las configuraciones lingüísticas de la época, como por los niveles de estrés ocasionados por el combate. Es posible que ambos factores desencadenaran alucinaciones de dioses que daban respuesta a

lo que ellos no podían, librando así a los hombres de dar respuesta propia para ahora solo seguir órdenes

Contrario a lo que se podría pensar referente a la capacidad de toma y análisis de decisiones del ser humano moderno, que sea más resistente y entrenada que la del hombre homérico, ahora los sistemas automatizados e inteligencias artificiales agencian la toma de decisiones por nosotros tal como se puede ver en las recomendaciones de búsquedas por internet, YouTube, publicidad en redes sociales, etcétera. El hombre en la modernidad sólo responde ante estos nuevos “dioses”, la *psique* del hombre moderno no es capaz de analizar la absurda cantidad de imágenes existentes y por existir, intentarlo lo condenaría ya que la información de estas imágenes nos ha sobrepasado. Y ante estos nuevos niveles de estrés que el hombre no es capaz de soportar se ha encontrado un nuevo dios en el algoritmo, un dios que evita el tener que analizar objetivamente las imágenes a las que se puede enfrentar el hombre al segmentar la información, ordenarla por nosotros y presentarla de manera superficial de modo que la persona tenga que hacer un mínimo esfuerzo por ver, para sólo tener que *scrolllear*.

En cuanto la imagen artística en la hipervisualidad e hiperproducción, Walter Benjamin (1973) menciona que el riesgo de la reproducción técnica de una obra de arte es la pérdida del aura de esta, dado que el aquí y el ahora del artefacto artístico, la existencia irrepetible y testificación histórica son dejadas de lado por la masificación. Pero, ¿hasta qué punto la hipervisualidad más que la reproducción continua de imágenes pone en riesgo el aura de las imágenes artísticas, al intentar hacer una presencia masiva de cada una de ellas, aunque sea por instante en un ciclo continuo, con cientos de imágenes al día? Es decir, teniendo en cuenta que la modernidad exige al artista modificar su producción artística para que ahora también tenga visibilidad en medios digitales y que existan obras que pueden funcionar de manera física como digital, es posible que ahora quien dañe el aura de la imagen sea el espectador y no la masificación de la propia imagen a través de diferentes medios, al pretender aumentar su espectro visual para abarcar más, en lugar de apreciar la individualidad de cada imagen que le es posible enfrentar.

Esto también puede ser explicado por Benjamin (1973):

Ocurre que la pintura no está en situación de ofrecer objeto a una recepción simultánea y colectiva [...] no se ha dado con el camino para que esas masas puedan organizar y controlar su recepción. Comparemos el lienzo (pantalla) sobre el que se desarrolla una película con el lienzo en el que se encuentra una pintura. Este último invita a la contemplación; ante el podemos abandonarnos al fluir de nuestras asociaciones de idea. Y en cambio no podemos hacerlo ante un plano cinematográfico. Apenas lo hemos registrado con los ojos y ha cambiado. (pp. 45, 51)

Con esto se puede entender que la existencia de una imagen artística se liga a una visualidad compleja que requiere de la inmersión, atención e intimidad con el espectador, no solamente de una vista vaga y rápida como con la que se está acostumbrado con las redes sociales, consumiendo cientos de imágenes por minuto sin la atención debida a estas. El avance en las formas de producción de imágenes artísticas puede hacer que afronten la reproducibilidad técnica sin someterse a la pérdida de aura debido a su masificación, pero el artefacto artístico no puede evitar esta pérdida de aura ante un público indiferente a ellas. Si el espectador no está dispuesto a enfrentarse a la obra de arte con una visualidad rigurosa y crítica, las imágenes artísticas no sólo pierden gran parte de su aura, sino que pasan a ser simplemente imágenes.

Para entender más la manera en que la hipervisualidad afecta y daña el aura de las imágenes artísticas, es necesario entender lo que estas imágenes quieren, al igual que la manera en que funcionan o deberían funcionar. Como menciona W. Mitchell (1996), en *What pictures really want*: “A painting ... had first to attract the beholder, then to arrest and finally to enthrall the beholder, that is a painting had to call someone, bring him to a hall in front of itself and hold him there as if spellbound and unable to move” (p. 76). Esta atracción que realiza el artefacto artístico, podría compararse con el inicio de proceso de inmersión del espectador en la obra, una especie de ruptura de la frontera estética donde el deseo de espectador y obra por conocerse entre sí rompe con los límites, los cautiva y adentra en una actividad íntima donde ambos buscan prevalecer al mismo tiempo que intentan descifrar al contrario.

En este choque con el espectador, lo que la imagen artística busca es “to change places with the beholder, to transfix or paralyze the beholder, turning him into an image for the gaze of the picture in what might be called ‘the Medusa

effect'... to seen as complex individuals occupying multiple subject positions and identities” (Mitchell, 1996: 76, 82). Esta búsqueda de la imagen artística es interrumpida, por no decir eliminada, con la hipervisualidad, pues la imagen no tiene tiempo suficiente para cautivar al espectador, mucho menos para realizar el “efecto Medusa” en él. La imagen artística tiene pocos segundos para intentar llamar la atención de quien la vea, tiene mucha más competencia, no puede paralizar a nadie, no puede cumplir su propósito, por lo que su función se ve reducida a satisfacer al algoritmo y la satisfacción inmediata del espectador para después ser olvidada entre las miles de imágenes más que hay.

Es posible ejemplificar esto en la novela de Saramago (1995), *Ensayo sobre la ceguera*, donde las imágenes se encguecieron también, al no tener algún interlocutor que establezca un diálogo, nadie con quien intercambiar lugar. Es así como la hipervisualidad pone en peligro también el aura de las imágenes artísticas, al no permitirles cumplir sus propósitos y deseos, además de corromper las múltiples funciones que un artefacto artístico puede tener. También existe la posibilidad de que se confunda con la estimulación sensorial inmediata, limitando la confrontación entre la obra y el espectador, sus repercusiones sociales y cargas ideológicas, para ahora verse como un *post* más.

Otro ejemplo donde la hipervisualidad afectó el aura de imágenes artísticas son las pinturas de Jesús Helguera, imágenes fácilmente reconocibles ya que son los paisajes contenidos en cajas de cerillos. Más allá de la reproducibilidad masiva que tuvieron esas imágenes, fue la cantidad de veces que el espectador las consumió lo que imposibilitó que el intercambio íntimo entre la obra y el consumidor pudiera seguir realizándose. Tanto así que las imágenes presentes en las cajas de cerillos pasan desapercibidas, invisibles ante la mayor parte de la sociedad, aunque en ellas exista la posibilidad de combatir la hipervisualidad, no completamente, pero al menos comenzando. Como menciona Monsiváis (2001): “el espectador no renunciaba al ‘gusto verdadero’ (que él nunca había poseído), ni al temperamento crítico (que nunca había ejercido), sino a la incredulidad respecto a sus posibilidades de juzgar lo bello. ...si la reproducción de Helguera me conmueve, no soy del todo ajeno al arte” (p. 67).

Ante la problemática de la depresión visual y la hipervisualidad existe una posible solución: el estoicismo como una herramienta que corrija la manera en que se perciben y consumen las imágenes artísticas en la actualidad, a través de

diferentes prácticas que entrenen y eduquen a nuestra visión y que repercutirá en nuestro estado anímico y analítico. De acuerdo a lo que los estoicos entienden por vivir la excelencia. Diógenes Laercio nos da claridad al respecto: “Virtud es la perfección de cualquier cosa en general, como, por ejemplo, la perfección de una estatua” (Cárdenas, 2011: 88). Tomando como base la premisa anterior, es posible concebir que la virtud de la visualidad no recae en la cantidad de imágenes que una persona es capaz de ver durante su vida, más bien, recae en la manera en que las imágenes sean vistas, es decir, la calidad de lectura que la persona es capaz de darle a las imágenes en una interacción íntima, analítica e inmersiva.

Por ejemplo, una persona en la cotidianidad es capaz de ver más de 500 imágenes artísticas al día en diferentes redes sociales, teniendo así una satisfacción inmediata e igual de fugaz en cuanto a las sensaciones que pueda experimentar con esas imágenes. Pero la hipervisualidad o saturación visual no es equiparable a ver únicamente tres o cinco imágenes artísticas y poder enfrentarse a ellas de una manera íntima, profunda y meditada. La diferencia radica en el tipo de satisfacción adquirida, en el primer caso la sensación podría equipararse a la dopamina que se libera al comer un trozo de chocolate, mientras que en el segundo caso se habla del virtuosismo que nutre la visualidad y perdura más.

Nutrir la visualidad permite combatir y superar la depresión visual, dado que la nutrición filosófica de las virtudes es un camino para encontrar la felicidad, como menciona “la felicidad en la virtud se nos da como el objetivo último del quehacer filosófico: ‘Las virtudes son bienes no solo productivos, sino también finales, por cuanto producen la felicidad y la completan’” (Cárdenas, 2011: 90). La depresión visual es una consecuencia de una visualidad poco virtuosa, ya que aquella persona que consume imágenes de forma desmedida, sin algún objetivo y con la obstinación de ver la mayor cantidad de imágenes posible con la esperanza de poder verlo todo, es una persona que se niega a extirpar sus pasiones mortales, una persona poco sabia y por lo tanto, menos feliz.

Es decir, la visualidad desmedida en este caso de las imágenes artísticas genera una gratificación instantánea, una pasión inmediata, en poco tiempo genera placer que también se esfuma rápidamente. Aquel hombre que se deja llevar por estas pasiones se condena a sí mismo, porque necesitará ver más imágenes para sentir ese placer que se vuelve más corto, sin objetivo alguno que no sea esa

gratificación espontánea y efímera. Esto, no sólo perjudica su visualidad, sino también otros aspectos como la atención, el seguimiento de instrucciones y la evasión psicológica al usar el hiperconsumo como medio de escapatoria, que limita su comprensión de virtudes y placeres más complejos como la apreciación de imágenes artísticas e incluso, la lectura.

El motivo por el que la sabiduría tiene una estrecha relación con los estoicos es debido a que ellos creen que el “hombre virtuoso’ goza de un doble carácter: es feliz, a la vez que posee la correcta comprensión del mundo. Así, la sabiduría es un modo de ubicarse ante la vida, en tanto es una manera de comprender el mundo” (Cárdenas, 2011: 96). Aquella persona que sucumbe ante sus deseos, sus pasiones entendidas como un exceso de algo y emociones está condenada a la tristeza, porque ante el deseo de querer ver cada imagen que exista y que existirá sin pausa alguna y dándose cuenta de que cada día deberá ver más imágenes que el día anterior, durante menos tiempo y con menos atención llevará a una pasión autodestructiva que conlleva a una depresión visual.

Mientras el sabio estoico no se deje llevar por estas pasiones, será consciente de sus limitaciones naturales como humano, de su incapacidad por ver todas las imágenes y en lugar de esforzarse por ver más, se esfuerza por ver con claridad. Ya que el hombre sabio decide utilizar su tiempo para sumergirse en las imágenes a las que se enfrenta para poder nutrirse en su reflexión en torno a ellas, así como en la resignación de sus limitaciones mortales, encontrando virtuosismo y sabiduría. “El progreso moral del filósofo se dice no por la supresión de sus emociones, sino, más bien, por la adecuación de su deseo en conformidad de la razón” (2011: 98).

La temporalidad, o más bien, la mala interpretación del tiempo también es una causante del hiperconsumo. En el sistema actual donde el valor de una persona se mide entre otras cosas, por su capacidad de producción, la percepción y la vivencia del tiempo se ven modificadas también. La jornada laboral se mide en la cantidad de tareas que se lograron ejecutar, para intentar hacer más el día siguiente; de modo similar resulta con el tiempo libre, donde se intenta ocupar ese tiempo ahora para consumir lo máximo posible, todo aquello de lo que una persona se puede perder gracias, irónicamente, a esa mayor capacidad de producción.

Es así como una persona se ve ocupada tanto en su jornada laboral, como en su tiempo libre. La mente está tan ocupada que las imágenes artísticas pasan de largo porque, como menciona Séneca (2010) en *La brevedad de la vida* “todos están de acuerdo en que ninguna cosa se puede practicar por parte de un hombre ocupado, ni la elocuencia, ni los saberes liberales, ya que un espíritu agobiado no asimila nada con profundidad... Nada concierne menos al hombre ajetreado que el vivir: en ningún otro asunto es el conocimiento más difícil” (pp. 21-22).

Como resultado, esos espíritus agobiados buscan una solución a su incapacidad de profundizar en lo que viven, y en el caso particular de las imágenes artísticas, al verse incapaces de realizar una inmersión en ellas, de permitirles tocar su sensibilidad, deciden consumir más, para intentar satisfacer su incapacidad en cantidad, en lugar de calidad. Por sí mismo, el arte para los estoicos era la expresión racional y ordenada más grande que podía haber en un ser, y como el mayor ser que existe para los estoicos es el Logos que es el principio, la esencia que rige y configura la materia que conforma todo aquello que existe; la mayor muestra artística que hay es la creación.

Esta producción artística que se desprende del Logos al terreno humano es producto de la realidad, en ocasiones crítica de la misma y en otras una forma de hacer más visible ciertos aspectos de esta. Es así como la creación de una imagen artística es producto de la experimentación del medio tecnológico predominante en una época determinada, lo cual no restringe el uso de tecnologías pasadas. Es decir, la tecnología predominante en la actualidad es aquella relacionada con el internet, lo que da lugar a Realidad Virtual, instalaciones inmersivas y presencia en redes sociales, pero esta nueva tecnología no restringe el uso, por ejemplo, de medios tradicionales como pintura, dibujo, escultura para enriquecer la propuesta artística.

El proceso conceptual, sustancial, cognitivo y reflexivo, que se puede considerar como el razonamiento detrás de la imagen artística para producir una configuración visual en concreto, no debe ser consumido de forma precoz, puesto que podría llevar a un entendimiento equivocado. Es necesario que el espectador experimente de forma sensible y razonada la configuración visual a la que se enfrenta, tanto para poder favorecer su virtuosismo visual como para permitir que los productores de imágenes lleguen a razonamientos más complejos en producciones futuras. Esto formará una especie de engranaje o ciclo que permi-

ta un crecimiento continuo y equilibrado, permitiendo el incremento del conocimiento, de la sabiduría, de la felicidad mutua. “Para los estoicos, es necesario no sólo vivir conforme la ordenación natural –lo que sería la ética estoica–, sino pensar, y razonar en consonancia con la naturaleza –la lógica estoica” (Estrada, 2020: s.p).

Estas diferencias entre el placer momentáneo y efímero, y el placer de la virtud eran también explicados por Aristóteles (Martín, 2018: 9), en que el placer hedonista o bienestar subjetivo era una experiencia de placer momentánea. Por el contrario, el bienestar eudaimónico o bienestar psicológico era un tipo de placer que necesitaba de esfuerzo y dedicación ya que implicaba un modo de vivir con ciertas características. Es así como el bienestar hedonista puede corresponder al hiperconsumo de imágenes, la hipervisualidad.

Este placer brindado por la facilidad de consumo actual, por ejemplo, en redes sociales donde la dopamina liberada por ver una imagen artística satisfactoria dura poco tiempo, y es necesario “recargar” esta dopamina con una nueva imagen. Se alcanza un punto donde el consumo de imágenes ha llegado a tal punto que se puede comparar con la tolerancia que un alcohólico tiene a la bebida, necesitando cada vez más tragos para sentir su efecto, con cada vez menos duración. Del mismo modo sucede con las imágenes, el efecto placentero que generan hedonistamente en el espectador es cada vez menor, tiene que reemplazar la imagen rápidamente por otra para que la dopamina prevalezca en el cuerpo, de modo que la imagen prevalece en nuestra memoria el tiempo justo para satisfacernos, y continuar *scrolleando* en la pantalla hasta la siguiente imagen.

Este vicio visual no se detuvo en las pantallas, también llegó a museos y galerías donde los visitantes no permanecen más de tres minutos ante una pieza o en alguna sala de exposición, la hipervisualidad, la saturación e intento de consumir cuantas más imágenes sean posibles se volvió constante en cualquier medio. El espectador, al estar acostumbrado a entrar, por ejemplo, a Instagram, y poder entrar a la página de una galería y ver en poco tiempo la mayor parte de las obras que alberga esta y pasar a una nueva galería, genera un vicio de consumo, con lo que, al pasar de la inmersión digital a una exposición física, el vicio prevalece y hace que el espectador se siga sintiendo dentro del medio digital, consumiendo todas las imágenes artísticas pertenecientes a una exposición en tiempo récord. El vicio permite satisfacer la necesidad visual de saber la forma

contenida en el soporte, sin embargo, le imposibilita conocer la sustancia de la misma y mucho menos tener la oportunidad de dialogar con la imagen.

Ahora bien, al bienestar eudaimónico en el consumo de imágenes artísticas, puede referirse a un consumo responsable, controlado y razonable de estas, donde “ser libre no significa ser un esclavo de sí mismo, dominarse a sí mismo, vencer las pasiones, aceptar la mala fortuna, resistir la tentación, perseguir la sabiduría y alistarse para la muerte” (Martín, 2018: 14). Esto no debe confundirse con el abandono del placer o evitar involucrarse emocionalmente con las imágenes artísticas, todo lo contrario, un consumo controlado y reflexivo permitirá un desarrollo emotivo, estético, háptico a niveles óptimos, enriqueciendo de esta manera tanto al artista como al espectador. Como mencionara Séneca (s.f.):

Una vida feliz, por lo tanto, es aquella que está de acuerdo con su propia naturaleza, y no puede ser llevado a cabo a menos que, en primer lugar, la mente esté sana y permanezca así sin interrupción, y luego, sea audaz y vigorosa, soportando todas las cosas con el más admirable coraje, adecuado a los tiempos en que vive, cuidadoso del cuerpo y sus pertenencias, pero no problemáticamente cuidadoso. También debe valorar debidamente todas las cosas que adornan nuestra vida, sin sobrevalorar ninguna de ellas, y debe ser capaz de disfrutar de la generosidad de la Fortuna sin convertirse en su esclava. (p. 8)

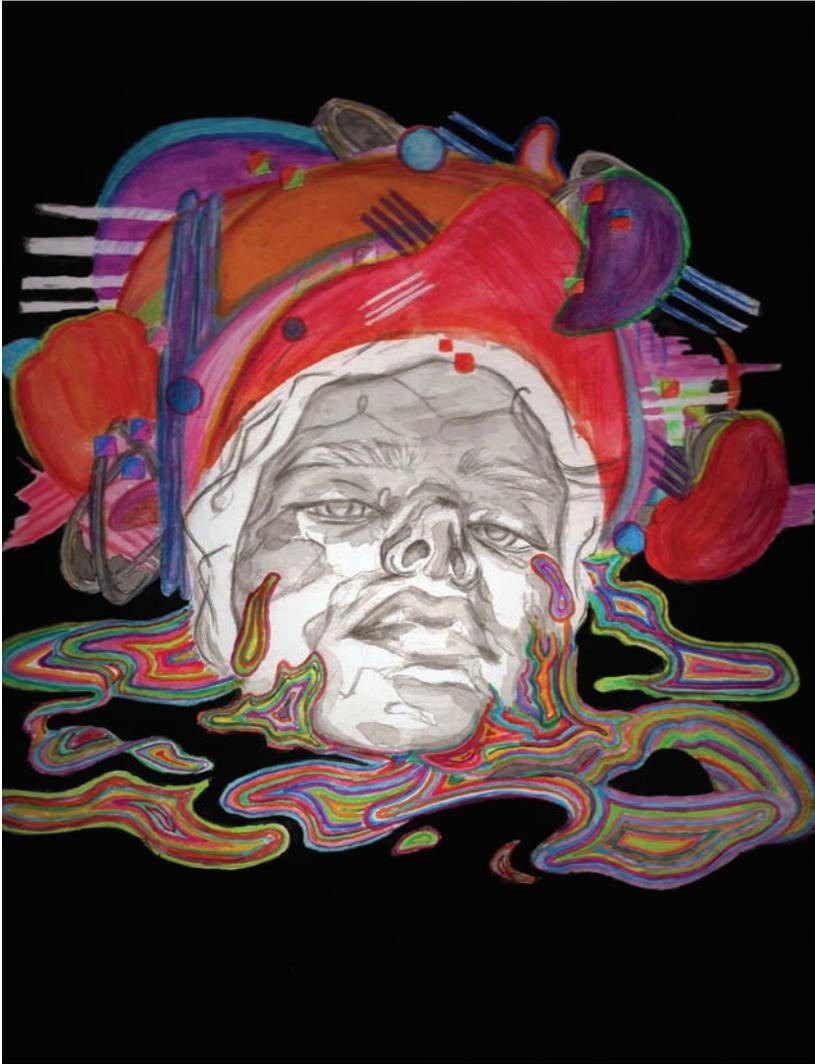
A través del contexto de la época, la producción artística ha logrado prevalecer haciendo uso de las tecnologías de la época, adecuándose a las necesidades formales, sustanciales y reflexivas requeridas. Sin embargo, la masificación de imágenes que el Internet principalmente ofrece, saturó la capacidad visual del espectador, modificando así no solo la manera en que este se relaciona con los objetos artísticos, como en su momento lo hizo la fotografía y el cine, y distorsionó la capacidad de diferenciar los tipos de imágenes que pueden existir en un mismo medio, por lo que ahora las imágenes se consumen y perciben de manera similar. Sumado a esto, una mala interpretación de la relación entre el tiempo y el hombre producto de un sistema basado en la hiper producción y el hiperconsumo, dan como resultado una depresión visual, donde el hombre siente la

necesidad de ver más, y sentirse mal al darse cuenta de su incapacidad de consumir con velocidad equivalente a la cantidad de imágenes que se crean.

Es aquí donde ciertas ideas sobre la filosofía estoica sirven como herramientas para combatir la depresión visual. Al permitir una relación armónica entre el hombre con la naturaleza de su ser, es decir, con sus capacidades y sus limitantes, las virtudes racionales sustituyen las pasiones contraproducentes. La visualidad deja de ser un medio para cumplir con el sistema de consumo, dentro del cual tiene la capacidad de acercar la felicidad al hombre, al permitirle dialogar, cambiar lugar y relacionarse con las imágenes artísticas, que también son el Logos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Benjamin, W. (1973). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Taurus.
- Cárdenas, J. (2011). *El conocimiento como forma de vida: el caso de los estoicos*. <https://www.redalyc.org/pdf/4138/413835206006.pdf>
- Carrillo, A. et al. (2006). Los griegos homéricos y el problema de la conciencia. *A Parte rei. Revista de Filosofía*.
- Estrada, A. (2020). *El Logos y la lógica estoica*. <https://aion.mx/filosofia/el-logos-y-la-logica-estoica>
- Martín, L. (2018). *El arte de vivir: actualidad de la Filosofía como terapéutica*. <https://ojs.uns.edu.ar/csf/article/view/3234/1814>
- Mitchell, W. (1996). *What do pictures really want?* [https://monoskop.org/images/2/25/Mitchell\\_WJT\\_1996\\_What\\_do\\_Pictures\\_Really\\_Want.pdf](https://monoskop.org/images/2/25/Mitchell_WJT_1996_What_do_Pictures_Really_Want.pdf)
- Monsiváis, C. (2001). *Los rituales del caos*. Ediciones Era.
- Saramago, J. (1995). *Ensayo sobre la ceguera*. Alfaguara.
- Séneca. (2010). *Sobre la brevedad de la vida*. Biblioteca Virtual de Andalucía.
- \_\_\_\_\_. (s.f.). *De la felicidad*. [https://www.mercaba.es/roma/felicidad\\_de\\_seneca.pdf](https://www.mercaba.es/roma/felicidad_de_seneca.pdf)



*Inmersión*

Tania Lisset Alavez García. México, 2022.

Acuarela y lápices de color sobre papel. 23 cm x 31 cm



## XI. ELOGIO DEL CANSANCIO. APUNTES PARA SOBREVIVIR AL AGOTAMIENTO VISUAL

MARÍA LUISA SOLÍS ZEPEDA<sup>1</sup>

Tanizaki en su ensayo *El elogio de la sombra* (2021) devuelve a la oscuridad –término por demás negativo en la tradición occidental– su justo valor estético: todos los colores están presentes en la oscuridad como “corpúsculos” de belleza, nos relata el autor en alguna de sus páginas. A su vez, X. Villaurrutia en sus *Nocturnos* (2000), confiere a la sombra y el silencio una capacidad generativa, en tanto sustancia de las que emerge el actuar, el sentir, el ruido, el grito y la voz humana. En ambos autores, la positividad surge de la negatividad, es desde esta idea de la negatividad como matriz generadora, y otros términos como el cansancio y la fatiga serían habitantes de esa zona tan dejada de lado en la tradición cultural occidental. Si bien algunos filósofos se han sumergido en estos derroteros, todavía hay amplias zonas a ser exploradas y... elogiadas –no olvidemos el *Elogio de la locura* (E. Rotterdam) y el *Elogio de Babel* (N. Smilg Vidal).

En las líneas que siguen, ante la evidencia del *boom* y consecuente cansancio visual que va de la modernidad a nuestros días *in crescendo*, propongo considerar al universo heterogéneo y omnipresente de las imágenes visuales como una posibilidad de re-significación<sup>2</sup>. Es decir, ante el “desgaste” visual y el cansancio, apostar por una nueva manera de ver el mundo y significar las imágenes, pues así, la sobre estimulación y el cansancio visual, en nuestros días inevitable, puede

---

<sup>1</sup> Programa de Semiótica y Estudios de la Significación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: maria.solis@correo.buap.mx

<sup>2</sup> Me adhiero al proyecto estético propuesto por A. J. Greimas expuesto en *De la imperfección* (1997).

ser una oportunidad de re-generación de sentido. Al hablar de sentido y significación, pongo en claro mi punto de vista y la disciplina desde la que parto –en franco diálogo con otras–: la semiótica, específicamente aquella de procedencia estructuralista que ha dedicado gran parte de su estudio, desde los años setenta, al mundo de la visualidad<sup>3</sup> y de las imágenes<sup>4</sup>, si bien y evidentemente éstas últimas son co-extensivas a otras disciplinas de estudio, que tal vez, se han ganado ese derecho por mucho.

No seguiré el camino explicativo que separa el mundo visual –o visible– natural del artificial, ni de cómo, en esa manera de denominar más bien un modo de percepción, emergen esos conjuntos significantes o formas visuales que generalmente llamamos imágenes. Además, comulgo con la idea de que, a pesar de todos los estudios, análisis y reflexiones en torno a la imagen, poco sabemos de ella. Sin embargo, un poco de orden podemos adoptar<sup>5</sup>.

Así, las líneas que siguen son más un ensayo semiótico o una reflexión si se quiere –incluso con un carácter divulgativo–, que un análisis (la mayor empresa de la semiótica). Apelaré, sin embargo, a teóricos de la imagen, semiotistas visuales y, en el fondo, se hará presente tanto la teoría como la metodología general de la semiótica. Seguiré así, tres secuencias: una visión general del problema de la proliferación de imágenes visuales, una caracterización semiótica del cansancio, y finalmente, una propuesta de valoración y re-significación de las imágenes ante su desgaste. Esto, hasta donde el espacio lo permita.

---

<sup>3</sup> Por mencionar sólo algunos de los pioneros: J.-M. Floch, Felix Thürleman, J. Geninascia, A. Dewes, el Groupe µ.

<sup>4</sup> Ane Beyaert-Geslin, Maria G. Dondero, J. -F. Bordron, el GRIMH de la Universidad de Lyon.

<sup>5</sup> El segundo y tercer módulo del Seminario de Estudios de la Significación de 2020 estuvieron consagrados al tema: Intermedialidad e iconotextualidad. Relaciones entre textos e imágenes (a cargo de María Andrea Giovine) y La mirada y la imagen (a cargo de César González Ochoa).

Para un mejor entendimiento de la preeminencia de la imagen desde la modernidad, habría que separar, en primera instancia, esos dos modos del lenguaje –o macrosemióticas– que han protagonizado la historia de Occidente: la lengua (oral y escrita) y los lenguajes visuales. Si bien hasta ahora no tenemos la certeza de qué tipo de lenguaje surgió primero y cómo fue evolucionando uno con respecto al otro –tarea además de imposible, algo ociosa–, sí sabemos que al menos el lenguaje verbal también llamado lengua –en sus dos vertientes, oral y escrita– fue el más desarrollado en la antigüedad. Sabemos también que la oralidad –y más aún, la escritura– fueron fundamentales, justamente para heredar de una generación a otra las estructuras sociales y las conductas y todos aquellos elementos que componen una cultura y su historia.

De ahí la importancia, entonces, de las reuniones públicas con oradores en la Grecia clásica, los grandes rétores durante el período Romano, los evangelizadores que iban de ciudad en ciudad promulgando de manera verbal un credo, los decretos públicos en las plazas, los juglares y los trovadores de la Edad Media que iban de ciudad en ciudad cantando los grandes acontecimientos y, finalmente, aquellas prácticas decimonónicas de reuniones entre familiares y amigos que tenían como objetivo contar historias y en las que aquellos que tenían el privilegio de saber leer y escribir leían en voz alta los textos literarios (Cavallo y Chartier, 2001: 21). Se constituyeron entonces las culturas del decir y de la lecto-escritura (Dorra, 2008). Sabemos, también, que ya durante el positivismo, es decir, cuando la ciencia y su método adquieren su mayor auge, cuando las sociedades y las culturas se han alejado ya del pensamiento mágico, mítico y religioso, la lengua fue relacionada con el pensamiento: hablar bien significaba pensar bien, al menos así nos lo hace saber la línea cartesiana.

De ahí surge, entonces, no sólo una preocupación sobre la lengua sino sobre sus orígenes, se busca comparar las lenguas al emparentarlas, así como modelos de análisis, conceptos que describan las diferentes lenguas y las operaciones que ellas producen. Nace entonces la lingüística con sus diferentes vertientes y variantes, y gracias a esta asociación de lengua-pensamiento, lingüística-conocimiento, surgen nociones como: sintaxis, gramática, significado, texto, enunciado; nociones que demostraron plenamente su carácter heurístico. La lengua además se

constituyó como el único código posible de dar cuenta de sí misma como de otros lenguajes, un ejemplo de esto lo podemos observar en la écfrasis.

Por medio de palabras no sólo podemos hablar del mundo y describir otros lenguajes, también podemos hacer una reflexión de esas mismas palabras; podemos describir con palabras las palabras de otros –referirnos por ejemplo a un poema–. Sin embargo, no podemos referirnos o explicar o describir una imagen por medio de elementos visuales o con otra imagen, no es posible referirnos a un olor o a un sabor por medio de otros olores y otros sabores. Se puede hacer inteligible cualquier otro lenguaje sólo por medio de la palabra misma, lo que hace que se instaure un “imperialismo lingüístico”, es decir, llevar –incluso imponer– las aportaciones de la lingüística a otros dominios. Así se habla de sintaxis de la imagen, enunciado visual, etcétera.

Pero como hemos dicho, no se sabe con certeza quién fue primero, si el lenguaje verbal o el lenguaje visual; lo que sí sabemos –y eso gracias justamente al nacimiento de la historia, es decir de la escritura– es que la imagen ha estado presente desde las primeras reflexiones filosóficas del hombre. Recordemos por ejemplo el mundo ideal de los griegos donde el mismo Platón en el libro séptimo de *La República*, nos cuenta que, dentro de la diversidad del mundo de las ideas, una que predomina es la luz, evidentemente de carácter visual. Cuando él mismo nos cuenta el famoso mito de la caverna nos damos cuenta de que la luz es protagonista o es una parte fundamental de este mito o alegoría, pues gracias a la luz es que los sujetos que se encuentran encadenados y de espaldas hacia la pared en esa cueva oscura pueden ver el reflejo o sombra de aquello que tienen realmente a sus espaldas, es decir, ven imágenes. Sin lugar a dudas, esta alegoría es eminentemente visual y nos habla, de alguna manera, de la imagen.

Para los primeros cristianos, conservadores y transmisores de la cultura clásica grecolatina, la única escapatoria a su condición analfabeta y a la persecución mortal a la que se enfrentan y la única manera de transmitir el dogma, es por medio de la imagen, a pesar de las prohibiciones bíblicas y de los argumentos iconoclastas. A partir de ahí y a través de toda la Edad Media, el mundo visual cobra poco a poco y en aumento, su importancia: el mundo es un libro donde se puede ver la voluntad divina, las ilustraciones acompañan al texto sagrado en sus enseñanzas o moralejas, las catedrales se inundan de colores y cesía en sus vitrales. Poco después, surge un movimiento sin igual en toda la historia de la

cristiandad: se crean imágenes de manera masiva en contra de la Reforma protestante.

Fueron cerca de 2000 años de crecimiento gradual de imágenes hasta llegar al siglo XX y las nuevas tecnologías, a partir de las cuales se crea un nuevo mundo de imágenes al servicio de la ciencia, tanto imágenes fijas como imágenes con movimiento, por lo que la imagen adquiere una omnipresencia y una diversidad de funciones sociales. ¿Cómo estudiar semejante universo heterogéneo? Los primeros intentos de estudio poseen un solo lenguaje crítico, aquel que había sido heredado de la ciencia y de la lingüística, pues había una asociación entre pensamiento y lenguaje y ese era el centro de las reflexiones más importantes como ya vimos.

A pesar de estos problemas aparentemente insolubles dentro del universo visual heterogéneo, el estudio se ha diversificado, se ha puesto un gran énfasis en la reflexión sobre signos visuales muy reconocidos culturalmente, por ejemplo, la pintura, la publicidad gráfica, la fotografía, el cine, por mencionar algunos. Surgieron así diferentes teorías y diversos métodos. Elegir alguna de estas vertientes y elegir también alguno de estos posibles objetos de estudio es una apuesta epistemológica.

Al hablar de las imágenes, no nos queda más que hacerlo de manera muy general y tal vez reducida. Si bien ha habido varias propuestas de diferenciación, siempre ha quedado un residuo de imprecisión, debida, tal vez, a la proliferación de imágenes y medios de presencia. Como afirma W. J. T. Mitchell (2009) hablar de la imagen es “abrir un espacio crítico negativo que va a revelar posiblemente lo poco que entendemos sobre las imágenes” (p. 13) y que no sirve de mucho saber sobre ellas, pues aún entendiéndolas, están fuera de nuestro control.

Así, desde la Antigüedad, ha habido una explicación sobre las imágenes que diferentes disciplinas se han propuesto sistematizar. Se ha discutido la naturaleza de la imagen como imitación, como analogía –a partir de su supuesta etimología *imago*–, por su carácter re-presentacional –a diferencia de E. Souriau (1965: 73) que concibe una imagen presentacional–, la imagen como rudimentaria e inmediata poseedora de un sentido y al servicio de dominios como el publicitario, el artístico o el político. Si bien este no es el espacio para definir lo que es o

ha sido la imagen<sup>6</sup>, su papel en la generación del conocimiento, como base de cierta experiencia perceptiva o como episteme de una sociedad –ni su fenomenología ni su lógica espacio temporal– sí me gustaría presentar, al menos y brevemente, lo que la semiótica entiende por imagen o más bien cómo ha separado los tipos de imágenes (¡Pues podríamos rastrear la naturaleza de la imagen hasta las operaciones de esquematismo en Kant!)<sup>7</sup>.

Para J-F. Bordron (2019), las imágenes no dicen o predicán o se refieren *a*, más bien muestran o se componen *de* (problema mereológico), aunque siempre hay un estatus, modo o función de la imagen impuesta por convención. Las imágenes para este autor pueden ser mentales (las de los sueños, la memoria o las ficciones imaginativas) o materiales, visuales o de otra naturaleza (como la imagen acústica de F. de Saussure). Las imágenes visuales materiales son aquellas que se manifiestan en un soporte, que él llama artefacto y que podrían ser, a su vez, fijas o en movimiento. Para J. L. Brea (2010) –que propone una imagen-materia y film– está también la *e-image*, es decir, la imagen digital.

Mis consideraciones, entonces, se centran en las llamadas imágenes artefacto visuales, tanto fijas como en movimiento y digitales, aquellas, que tenemos más próximas, más cotidianamente y a las que en nuestro medio, más nos hemos dedicado: fotografías, carteles, filmes, imagen digital, un largo etcétera. Según Brea, en la cultura occidental han ocurrido tres “eras” de la imagen –no lineales y mucho más complejas de lo que se cree–, y de un extremo a otro, un innegable crecimiento exponencial, con lo que ahora estamos en la era de la imagen digital, sin que por ello hayan desaparecido la imagen material y la imagen movimiento. Pero antes de continuar, recapitulo lo que ya abordamos: hemos pasado del “imperialismo lingüístico” al “giro pictorial (*picture*)” (Mitchell, 2009: 19).

W. Benjamin abre su emblemática obra de 1939, sobre el arte y la era de la reproducción técnica, con un epígrafe de P. Valery que sentencia “pasmoso crecimiento de nuestros medios, la flexibilidad y precisión que éstos alcanzan, y las

---

<sup>6</sup> Remitimos al estudio de C. Gonzáles Ochoa (2022), *De lo visual a lo sensorial. Entre la ciencia de la imagen y los estudios de cultura visual*. Publicación independiente.

<sup>7</sup> Para el Groupe  $\mu$  (2010) la imagen visual es un sistema de significación que posee una organización interna autónoma (p. 11).

ideas y costumbres que introducen”. La reproducibilidad de la obra de arte ha evolucionado según las diversas tecnologías, y es a partir de las llamadas nuevas tecnologías que es aún más evidente la sentencia de Valery. El crecimiento exponencial en la producción-consumo de imágenes visuales, hacia la segunda mitad del siglo pasado y lo que va de este, ha hecho visible lo invisible, tal como podemos constatar con las imágenes científicas, por ejemplo. El cambio en la episteme de una cultura cambia según su consumo de imágenes, su “sensibilidad” ante ellas tal como el mismo Benjamin explica sobre la función del cine.

Entonces, a nuestro siglo le corresponde la producción y consumo masivo de todo tipo de imágenes de las que hemos hablado y a las que hemos intentado diferenciar. Se habla de “sobre exposición” a las imágenes, “saturación visual”, los estudiosos se refieren a un “rizomático archivo de imágenes heterogéneas” (Didi-Huberman, 2019: 20) y para los creadores de imágenes, estamos en una “iconosfera” (Fontcuberta, 2020: 7). Esto produce, nos provoca, una especie de cansancio visual.

#### SEMIOTIZAR EL CANSANCIO VISUAL

Uno de los recursos más útiles para todo semiotista, es el de volver al sentido original de las palabras. Bajo el sentido común, el cansancio es una pérdida de fuerzas menos intensa que la fatiga, pero si somos minuciosos, encontramos que el término cansancio tiene su origen en el verbo latino *campare* asociado a la idea de cesar o dejar de hacer algo (Coromines, 2012: 106). También es definido como “falta de fuerzas que resulta de haberse fatigado” (RAE).

Según lo anterior, la fatiga es antecedente del cansancio y ésta es entendida como el “resultado de haberse sometido a largos esfuerzos” (RAE) o, a algún estímulo. Entonces, la fatiga es resultado de haberse sometido a algo por un tiempo después del cual ya no hay fuerzas; para recuperarlas es necesario, entonces, el descanso que es una “pausa” y “reparación” de las fuerzas perdidas, lo que permite reanudar la actividad. Si encadenamos estos términos obtenemos el proceso y etapas siguientes:

Estímulo – Fatiga – Cansancio – Descanso – Reanudación

De acuerdo con esto –que podemos observar en el español pues otras lenguas sólo poseen términos para fatiga– el cansancio, aún en su formulación sustantiva, conserva su aspectualidad, es decir, su temporalidad interna (Flores, 2015: 105). De esta manera, el cansancio con respecto a la fatiga es terminativo pues cierra el periodo de fatiga y, con respecto al descanso es incoativo, pues abre la posibilidad del descanso y la reanudación, el cansancio potencializa. Ahora bien, para que advenga la fatiga, el estímulo debe ser intenso y/o repetitivo, así, cuando un trabajo es intenso y repetitivo, las fuerzas merman (fatiga), surge el cansancio (cesar), la búsqueda del descanso, la recuperación de fuerza y la reanudación del trabajo.

Si fuéramos estrictos con el uso de los términos, no podríamos someternos al cansancio visual en la era de las imágenes, pues no podemos dejar de mirar, pero sí podríamos considerarnos fatigados incluso de dos maneras, ópticamente –¿quién no ha sentido que no ve bien de tanto ver o que “ve borroso” ante tanto estímulo visual?– y “significativamente”, es decir, sin ganas de seguir viendo o viendo sin dar un sentido a eso que se ve. Desde las modalidades semióticas podríamos replantear esto como un no-querer y no-poder ver, que se contrapone a un deber ver.

Podríamos semiotizar el proceso arriba mencionado, Estímulo – Fatiga – Cansancio - Descanso - Reanudación, de diversas maneras –narrativizándolo, por ejemplo–. Sin embargo, aquí lo haremos desde la llamada semiótica tensiva desarrollada por C. Zilberberg y J. Fontanille (2004). Para esta vertiente de la teoría, de fuertes implicaciones fenomenológicas, todo sujeto que percibe –precondición de la significación– es “atravesado” por tensiones entre la intensidad sensible y la extensión inteligible.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> El sujeto como fuente operatoria desde la que se despliega un campo de presencia, una toma de posición, una mira, una captación, horizontes y movimientos intencionales y los objetos a los que se valora. N. Couégnas (2009) ofrece un claro ejemplo: un color en una pintura, captado como “vivo” o “deslumbrante” (intenso o muy intenso). Así un color puede ser entendido como la “alianza” entre un grado de intensidad y uno de extensión. Las relaciones entre ambas dimensiones pueden ser inversas o conversas.

Así, el estímulo intenso, repetido y acelerado, en nuestro caso, a la exposición de imágenes, va mermando la fuerza (sensible e inteligible), provocando la fatiga hasta la detención o casi nulidad, ¿de qué?, de la atención y la justa experiencia e interpretación de las imágenes mismas. Sobreviene, pues, el cansancio. Tras esta secuencia vendría el descanso como un espacio que permitiría la restauración de las fuerzas o la energía hacia un repunte, es decir hacia una nueva actividad, pero ahora más “fresca”.

Es por este motivo que consideramos el cansancio como una zona de posibilidad. De ahí nuestro reconocimiento positivo, pues cesa la fatiga y abre la posibilidad del descanso y es en esa pausa de recuperación de las fuerzas en las que se abre la posibilidad de resignificación. A partir de ese paréntesis podemos proponer lo siguiente.

#### DESDE EL SINSENTIDO HACIA “LA ESPERA DE LO INESPERADO”

Al final de su producción académica, después de haber instituido las bases de la semiótica de corte estructural, A. J. Greimas desarrolla una propuesta estética en su libro titulado *De la imperfección* (1997). A través del análisis de diversos textos literarios considera, dentro del mundo imperfecto del parecer, donde el sentido de las cosas se ha erosionado por el uso y la cotidianidad, un otro mundo, perfecto, en el que las cosas retornan “cada una a su esencia, desplegando sus propios atributos” (p. 30). La imperfección, el parecer, las apariencias, son entonces una oportunidad, no sólo de “otro sentido” (p. 77) cualquiera, sino de la experiencia estética.

Este proyecto de Greimas se concentra en una bella imagen: “cultivar algunas flores en oxidadas latas de conserva” (p. 87). “Oxidadas latas” que nos remiten al desgaste, pero de las que, sin embargo, nace la belleza. Pensemos en la sobreexposición a imágenes y no sólo en ellas, sino en la repetitiva programación de acciones, nuestros actos estereotípicos, la iteratividad de nuestras experiencias, la cotidianidad, la automatización y de ahí, el desgaste y la erosión, la fatiga y el cansancio. Sabemos que todo mensaje repetido incesantemente instaura una especie de vacío semántico, de silencio; nuestro silencio, ante las imágenes, no

es aquel silencio que adviene de ciertas prácticas ritualistas o ascetas, sino el de la rutina de la cotidianidad.

¿Cómo volver al ser de las cosas? Para Greimas la vía son lo que él llama “escapatorias” (p. 71), huidas del mundo cotidiano, son un paréntesis en el tiempo y el espacio que determina la relación del hombre con el mundo, se trata de buscar e instaurar intencionalmente un “nuevo estado de cosas”. Así, toda imagen es digna de consideración, es “un mundo en sí”, que se abre ante nosotros si ponemos atención, si reconocemos en las imágenes su carácter funcional, pero también su posible carácter mítico y estético. Greimas nos ofrece un ejemplo, las cerraduras dogón, que además de su evidente utilidad, son vistas como deidades protectoras del hogar y es, por esa segunda función, que su hechura es también especial: la cerradura cierra la puerta, protege el hogar incluso del mal y, por eso, debe estar hecha de un cierto material bellamente, conjugando así, en un solo objeto, la función práctica, la mítica y la estética.

Siguiendo al mismo autor, podemos decir que las escapatorias resemantizan el mundo, los objetos... y las imágenes; las escapatorias son como el *dolce far niente* italiano, aunque este más cercano al ámbito del gusto que al de la “finalidad sin fin”. Cabe aclarar que el proyecto de Greimas –y pensando también en nuestra sobre exposición a las imágenes– va más allá de las artes y las letras (“más allá de los excepcionales acontecimientos que llegan una sola vez y dejan huellas para toda la vida”), va hacia la vida cotidiana, hacia “las cosas simples” (p. 93), se trata no sólo de construir un espacio de escapatoria hacia las imágenes artísticas (¿no tenemos acaso para eso las galerías y los museos?), sino atender y desmenuzar las imágenes más a nuestro alcance. Así, la responsabilidad se dividiría entre los artistas y los actores de la industria del arte y los usuarios de todo tipo de imágenes.

## CIERRE

Podemos redondear nuestra idea rectora: el cansancio es una zona de oportunidad. Gracias a él salimos de la fatiga y nos direccionamos hacia el descanso. Salimos del mundo desgastado y apabullante de las imágenes –perturbadoras, que mienten, nos manipulan, pero también nos seducen y fascinan ¡bien lo sabían

los iconoclastas!– hacia la pausa recuperadora, de la anestesia a la experiencia estética, del sinsentido a la significación.

Si bien al inicio de estas líneas anuncié una nueva manera de ver el mundo y significar las imágenes, es evidente que esta empresa, desde un punto de vista metodológico, es un tanto utópica. Pues ante el estado de cosas, es decir, por un lado, ante la proliferación de imágenes de todo tipo y, por el otro, ante los diversos métodos de estudio y reflexiones sobre ellas, mi verdadera apuesta es detenernos y abrir un espacio o paréntesis para atenderlas y entenderlas. En esta detención que no sería otra cosa que el paso del cansancio al descanso, sigo a Greimas en su propuesta estética de recuperar no sólo el sentido práctico, sino también mítico y estético de las imágenes.

Esta búsqueda es intencional y cotidiana. Así cierra Greimas (1997) su proyecto: “la imperfección semeja un trampolín que nos proyecta de la insignificancia hacia el sentido” (p. 95). El cansancio abre la posibilidad del descanso, pero de uno atento, alerta y tal vez, crítico sobre las imágenes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Benjamin, W. (2011). *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*. El cuenco de plata.
- Bordron, J.-F. (2019). Dynamiques des images, *Signata: Image et connaissance*, (10). <https://doi.org/10.4000/signata.2267>
- Brea, J. L. (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen materia, film, e-imagen*. Akal.
- Cavalló, G. y Chartier, R. (eds.). (2001). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Taurus.
- Coromines, J. (2012). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Gredos.
- Couégnas, N. (2009). Sémiotique tensive, dans *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*. Presses Universitaires de France.
- Didi-Huberman, G. (2019). *Arde la imagen*. Vestalía ediciones.
- Dorra, R. (2008). ¿Grafocentrismo o fonocentrismo? (Notas para un estudio de la oralidad), en *Sobre palabras* (pp. 73-94), Alción.

- Flores Ortiz, R. (2015). *Sucesos y relato. Hacia una semiótica aspectual*. INAH.
- Fontanille, J. y Zilberberg Cl. (2004). *Tensión y significación*. Universidad de Lima.
- Fontcuberta, J. (2020). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.
- González Ochoa, C. (2022). *De lo visual a lo sensorial. Entre la ciencia de la imagen y los estudios de cultura visual*. Publicación independiente.
- Greimas, A. J. (1997). *De la imperfección*. Fondo de Cultura Económica / Universidad Autónoma de Puebla.
- Groupe  $\mu$  (2010). *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Cátedra.
- Mitchell, W. J. T. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. [Trad. Yaiza Hernández Velázquez]. Akal.
- Platón (2003). *Diálogos*. Obra completa en 8 volúmenes. Gredos.
- Real Academia Española (s.f). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/diccionario>
- Souriau, E. (1965). *La correspondencia de las artes. Elementos de estética comparada*. Fondo de Cultura Económica.
- Tanizaki, J. (2021). *El elogio de la sombra*. Siruela.
- Villaurrutia, X. (2000). *Nocturnos y nostalgias*. Fondo de Cultura Económica



*Data 01*

Nahum Cuetlach Pérez. México, 2023.

Modelado en plastilina y cables. 60 cm x 30 cm





*At least, I tried*

Luis Miguel Martínez Cortes. México, 2022.

Pintura acrílica. 25 cm x 25 cm





*Mi abril*

Auramarina Amador León. México, 2022.

Digital mixta sobrepuesta. 1:1

[<https://youtube.com/shorts/3kjAytFvXwE?si=mrs476zg90Uon9Gk>].



## ÍNDICE DE OBRAS

<i>Desenfoque</i>	
María José Fernández Bello.....	11
<i>Salida de emergencia</i>	
Oscar Sergio Gutiérrez Hernández “Yeyo” .....	25
<i>Dentro</i>	
Vanessa Cano Aburto.....	39
<i>Jesús y la depresión visual</i>	
Marco Antonio Méndez Rodríguez.....	55
<i>He visto cosas peores</i>	
Valeria de Paz Gil .....	71
<i>Minerva</i>	
Julia Pamela Guzmán Méndez .....	85
<i>Aprender la visualidad</i>	
Angel Alfonso Medel González .....	101
<i>Bodegón pandémico</i>	
Horacio Solís Gil.....	113

<i>Borrando perfil</i>	
Uri Ismael Cárdenas Ponce . . . . .	125
<i>Pecado</i>	
Carolina Herrera Baltazares . . . . .	149
<i>Inmersión</i>	
Tania Lisset Alavez García. . . . .	163
<i>Data 01</i>	
Nahum Cuetlach Pérez . . . . .	177
<i>At least, I tried</i>	
Luis Miguel Martínez Cortes . . . . .	179
<i>Mi abril</i>	
Auramarina Amador León . . . . .	181





La sensibilidad será siempre inherente a las personas y, así como los estados anímicos se perturban, también propician que la expresión artística nos conmueva. Por lo tanto, el movimiento y su expresión a través de la palabra y la plástica ratifican la experiencia vital, nos conduce a la reflexión y al gozo.

El inagotable campo de la filosofía aquí encuentra terreno fértil para exponer las preocupaciones que atañen a esta condición humana que se fascina con la rapidez, pero, al mismo tiempo, se plantea la contradicción entre un *estar* y una *ausencia* que afecta las relaciones interpersonales. Las percepciones sensoriales obligan a preguntarse: ¿lo que veo se encuentra en el terreno de “lo real”?

He aquí uno de los cuestionamientos que nos conducen a replantear qué es la “realidad” o si ésta existe en tanto se habla de ella. Nada es unívoco, pues cada uno de los ensayos y de las obras plásticas contenidas en este libro logran establecer planteamientos que, si bien no tienen respuestas, sí tocan la sensibilidad de cada uno y de cada una, lo cual nos conduce a la certeza de un estar vivo.

ISBN 978-607-5901-21-3



9 786075 901213



Fides