

Ser **persona** en la sociedad del conocimiento y el **espectáculo**

Aprendiendo a vivir, pensar y comunicar más allá de los espejos

BEING A PERSON IN THE SOCIETY OF KNOWLEDGE AND SPECTACLE LEARNING TO LIVE, THINK AND COMMUNICATE BEYOND THE MIRRORS

ABSTRACT

The Knowledge Society proposes a cognitive model that seeks stable references of nature, the human being and the universe, whereas if we think about the Society of The Spectacle, there is a model that tries that as spectators we do not establish ourselves in any image offering us temporary referents, ephemeral identities that fashion, advertising and boredom make us wish constantly. In this cultural, mediatic and contradictory habitat, we try to communicate, but how do we find what can define us in the midst of so much information? How to achieve a mirror image in a metamorphic world? and, consequently: how to be a person? As we will see in this article, the face and the body are signified in the same territory of relation, and they appear the dissipation, the monstrosity, the disconnection, the discommunication and the practice of the blur as strategies of identity construction. At the end of our research we will propose six ideas and solutions for the problem of linking knowledge, entertainment and communication.

Keywords

Communication, Cognition, Image, Representation, Knowledge, Spectacle, Education, Art.

RESUMEN

La Sociedad del Conocimiento propone un modelo cognitivo que procura referencias estables de la naturaleza, el ser humano y el universo, mientras que si pensamos en la Sociedad del Espectáculo hay un modelo que procura que como espectadores no nos establezcamos en ninguna imagen ofreciéndonos referentes temporales, identidades efímeras que la industria, la moda, la publicidad y el aburrimiento nos hacen desear constantemente. En este hábitat cultural, mediático y contradictorio intentamos comunicarnos, pero ¿cómo encontrar lo que puede definirnos en medio de tanta información? ¿cómo alcanzar una imagen especular en un mundo metamórfico?, y, en consecuencia: ¿cómo ser personas? En esta situación, como veremos en este artículo, el rostro y el cuerpo se significan en un mismo territorio de relación y aparecen la disipación, la monstruosidad, la desconexión, la descomunicación y la práctica de la borrosidad como estrategias de construcción de identidad, pasando de la representación a la cognición. Al final de este recorrido se proponen seis ideas y soluciones a la construcción de la identidad desde la perspectiva del educador artístico, enlazando en las propuestas conocimiento, entretenimiento y comunicación.

Palabras Clave

Comunicación, cognición, imagen, representación, conocimiento, espectáculo, educación, arte.

1 INTRODUCCIÓN: DEL ESPEJO AL ESPECTÁCULO

Hace 100 años, todavía se vivía en relación a la imagen espejo. Hoy, con la World Wide Web vivimos en una aldea global (McLuhan y Powers, 2002) y un Gran Hermano planetario (Orwell, 2005) que nos umbilica a un mundo imaginal sin límites claros en los que definirse, un mundo que nos exige educarnos en la cultura y semiótica de lo visual y en la alfabetización de lenguajes iconográficos. Rodeados de pantallas y de tecnologías que multiplican mediática y exponencialmente nuestra realidad, cuando llegamos a nuestros hogares y nos contemplamos en el espejo, numerosas imágenes ajenas a nuestra personalidad, procedentes de la iconosfera (Gubern, 2007) y del espectáculo (Debord, 2000), aparecen ofreciéndose como modelos de identidad: imágenes de la publicidad, del cine, de la televisión, del cartelismo, fotografías de prensa, imágenes científicas, de redes sociales... Recordemos, por ejemplo, la película "Quiero ser como Beckham" (2002) o "¿Cómo ser John Malkovich" (1999). Pero, y esto es lo verdaderamente importante, en esta iconosfera, cada día los referentes cambian, provocando una inestabilidad imaginal a la que parece que nos hemos acostumbrado. Recordemos, también, que *ser persona*, en la Grecia clásica, era tener derecho a máscara y voz en el Ágora.

En nuestro actual espacio social y de comunicación ya no hay una relación interpersonal entre un sujeto y un espejo o entre un sujeto y otro sujeto y estos con una comunidad finita, sino innumerables paneles, discursos, relatos, escenas y rostros que ocupan e invaden nuestra intimidad, nuestra cotidianidad, ofreciéndose como máscaras de un instante o válidas para un solo contexto y ocasión. Como veremos en este artículo, construimos la identidad con fragmentos, recogiendo de aquí y de allá ideas e ideales para configurar un yo y un rostro que durará hasta el próximo anuncio de Martini, la próxima Hannah Montana, el próximo Justin Bieber, la próxima Lady Gaga o la nueva saga Crepúsculo.



Figuras 1 y 2. Izquierda: *La reproducción prohibida*: retrato de Edward James, René Magritte, 1937.

(Fuente: http://www.all-art.org/art_20th_century/magritte1.html)

Derecha: *Skin for Prosthetic Head*, Stelarc, 2009. (Fuente: <http://stelarc.org/?catID=20241>)

Tenemos como punto de partida dos trayectos en principio irreconciliables: 1) el trayecto del conocimiento, considerado como encuentro hipotético con una imagen finita de lo humano, la naturaleza y el universo; y 2) el trayecto del espectáculo, considerado como un carnaval infinito y fuente inagotable de imágenes o máscaras para vestir. ¿Cómo comunicarse en este contexto multicultural, ficcional y mediático?, ¿cuáles son los modelos de relación social y de construcción de identidad con los que aprender a manejarnos? ¿con qué informaciones quedarse y cuáles descartar? El objeto principal de este artículo es comprender, desde el punto de vista del educador artístico, el modelo de relación que se genera al enlazar conocimiento, espectáculo y comunicación para ofrecer estrategias de construcción de la identidad. Para lograrlo, como acciones específicas analizaremos los orígenes e idearios de la sociedad del conocimiento y las principales características del espectáculo, estableceremos las diferencias entre la imagen representativa (Narciso) y la cognitiva (Frankenstein), la persona individual y la persona jurídica, para, a partir de ahí, proponer soluciones creativas y artísticas a la construcción de la identidad.

2 EL ORIGEN INSTITUCIONAL DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Autores como Drucker (1992, 1996), Sterh (1994), Castells (1996), o la propia UNESCO (2005), han propuesto diversas aproximaciones destinadas a describir nuestra sociedad contemporánea como una “sociedad del conocimiento”. Peter Drucker en su libro “La era de la discontinuidad” (1992) dedicó una sección a hablar acerca de la sociedad del conocimiento. Según el autor, el conocimiento sería el protagonista de los cambios que estaban por venir con el fin de siglo al situarlo en el centro de la producción de riqueza. Para él, lo más importante no era producir conocimiento, sino lo que ese conocimiento era capaz de generar para mejorar, por ejemplo, la economía de un país. Así, surgirían conceptos como el de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y un modelo de sociedad cada vez más digitalizado basado en el denominado “capitalismo cognitivo” (Moraza, 2012). En el año 2000 la Estrategia de Lisboa, recogiendo entre otras, las voces de teóricos como Drucker, Sterh o Castells, estableció su famoso triángulo del conocimiento (Figura 3) con el objetivo fundamental de “incentivar el crecimiento de la productividad en Europa” (Unión Europea, 2009). Consecuencias: el “conocimiento” quedó al servicio de la economía y de ahí que se hable hoy de la “economía del conocimiento” y de una educación más productiva, instrumental y competitiva que artística, humanística o poética. Claramente el triángulo del conocimiento representa un modelo tecnócrata.

El objetivo es que el ciudadano encaje en el modelo de sociedad de mercado, que su formación le prepare para una sociedad competitiva y mediática cuyo principio económico y de ocio rige todos los aspectos sociales y familiares reduciendo la identidad a los paradigmas de la profesionalidad, la celebridad, al entretenimiento en red y a las necesidades de los mercados, que no son, es evidente, las necesidades psicológicas o sociales propias de todo ser humano. El trinomio que establecía la Estrategia de Lisboa se fundamentaba en lo que era capaz de inventar o de fabricar un obrero o una sociedad postindustrial, es decir, aquello que, gracias al conocimiento científico y tecnológico es fabricado para su comercialización. El esquema no se pensó, por ejemplo, para la búsqueda del conocimiento individual. El triángulo del conocimiento así configurado atendía sólo a la sociedad del conocimiento obviando que esta se da en el contexto ficcional de la sociedad del espectáculo y el modelo mediático de la sociedad de la comunicación.



Figura 3. Esquema del triángulo del conocimiento para la Unión Europea (2009).
Fuente: elaboración propia

3 ¿A QUÉ LLAMAMOS SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO?

3.1 Saliendo de la imagen-espejo

Hoy nos contemplamos en un espejo sin fondo en el que se perciben al mismo tiempo Narciso y Frankenstein (Figuras 4 y 5), la imagen definida y la imagen fragmentada. Quedan en las generaciones actuales pocas imágenes de la naturaleza y de la ensoñación (Bachelard, 1994, 2003), habitando cada vez más, imágenes despersonalizadas con las que nos emocionamos y nos comunicamos. El espectáculo nos mantiene constantemente abiertos al cambio y a la muda, es un laberinto de identidades mucho más complejo que el del espejo. El producto de consumo del espectáculo o las escenas que nos envía, suponen una muda constante, un cambio de piel intermitente. Como objeto siempre ofreciéndose, siempre innovándose, el espectáculo acaba por generar un impulso sin otro destino que el de mantener la relación, sin alcanzar ni él ni el usuario una metamorfosis completa. Guy Debord lo definiría perfectamente al decir (Tesis 4): “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (2000, p. 38) La sociedad del espectáculo, nos explica Debord, aleja al individuo de lo vivo, pero también de lo atávico, del terror de vivir y de matar para vivir. Todo lo vuelve teatro (theos). En el espectáculo, la sociedad queda dividida entre los productores u operarios que trabajan en la cría y manufacturación de los animales, las plantas o los minerales; y los consumidores de esos productos manufacturados. Así, la sociedad se divide entre los *imaginadores* (los productores de imágenes) y los *imaginarios* (los consumidores de imágenes). Baudrillard escribía que ya no existen la escena y el espejo, sino que hay una pantalla y una red: “En lugar de la transcendencia reflexiva del espejo o la escena, hay una superficie no reflexiva, una superficie inmanente donde se despliegan las operaciones: la suave superficie operativa de la comunicación.” (1998, p. 188) Quizá el triunfo de Internet y las redes sociales venga de este distanciamiento del terror a lo vivo y a lo que muere de verdad. Aquí, el conocer y el comunicar quedan supeditados a la ficción y a la irrealidad, por supuesto, generando “sentido” e identidad, pero donde, paradójicamente, también se genera lo postverdadero, que no es otra cosa que prescindir de los hechos a favor de los metarrelatos y las ficciones.

3.2 Ni autores ni lectores de espejos

En el paso de la sociedad moderna a otra postmoderna se decretaron la muerte y la desaparición del autor (Barthes, 1984, Foucault, 1999). Este hecho implicó, por un lado, que el texto ya no pertenecía a su autor, sino a la cultura que lo generaba y, en consecuencia, al lector, quien podía darle diferentes interpretaciones al margen de las intenciones programadas por su autor. Ni hay autor absoluto ni lector absoluto. Todo texto es relativo. El texto es intertexto, enlaza diversos textos, citas, ideas... que no pertenecen al autor, solo hay una confluencia de relatos que llegan de diversas culturas. La matriz (pantalla, tejido, panel) en el que se sitúan la escritura y los lenguajes (visuales, alfabéticos, sonoros...) es un organismo con entidad y voluntad propia, construido con hilos y retazos extraídos de diferentes espacios y tiempos de representación, lo cual impide saber cuál es el hecho verdadero y originario.



Figuras 4 y 5. Izquierda: *Narciso*, Caravaggio, 1597. (Fuente: Galería Nacional de Arte Antiguo, Roma); Derecha: Fotograma de *Krankensteine*, Kenneth Branagh, 1994. (Fuente: <https://blogs.baruch.cuny.edu/hussev2850fall2015jta/files/2015/09/frankenstein-de-niro.jpg>)

Por otro lado, en este mismo obituario literario y filosófico, se produjo la muerte del lector, pero solamente de un lector específico antes sí posible: el de uno capaz de decodificar los textos de forma autónoma y autosuficiente y de encontrar un lenguaje inteligible, ya fuese literario, cinematográfico, plástico, dramático o sonoro, un lenguaje que le permitiese realizar acciones inteligibles sobre su identidad, la sociedad, la cultura, las ideas o los sentimientos. Ese lector era alguien que podía construir imágenes con un carácter universal y, con todo ese material “representativo”, construir un mundo finito, un relato habitable, comprensible y más o menos “verdadero”. Esta diferencia es fundamental para entender dónde situarnos hoy como ciudadanos o docentes: en la imposibilidad (e inutilidad) de ofrecer modelos universalistas de espejo válidos para cualquier persona, independientemente a la cultura a la que se pertenezca. Por otro lado, sería algo más propio de occidentalismos e imperialismos, el imponernos un relato único.

Foucault (1999), complementándose con Barthes, introdujo en la discusión la indefinición, y que ni autor ni obra son categorías fijas establecidas en lo permanente. Como consecuencia de esa inestabilidad categorial del creador y de la obra, el espectador/lector pierde a su vez la categoría

del yo autor, y la estabilidad como persona, pierde la inteligibilidad de su identidad y la veracidad universal de sus discursos. El espejo da paso a miles de espejos, a las imágenes espectáculo, a la identidad multiplicada, al yo global y transcultural incontrolable e infinito en aspecto y forma que hoy fluye y se comunica por las redes sociales amparándose en la borrosidad discursiva de los *mass media* y en la imposibilidad de contrastar todas sus microrrealidades. Lo multicultural comporta el desarraigo de lo local, el distanciamiento del espejo del hogar. Habitamos en una aldea global y tenemos una identidad globalizada que está abierta a cualquier intervención, manipulación interesada o apropiación mediática. Pensemos en el robo o cesión de datos personales sin autorización de Facebook, es un acto de “venta” de identidades.

Con estos epitafios, tan del gusto de los postmodernistas, se asume que el texto (espejo) es una “obra abierta” (Eco, 1984), una apertura con vida propia, es, más que una máquina, un organismo, una estructura disipativa capaz de producir nuevos textos, de injertarse en otros contextos y de producir nuevas criaturas. Criaturas que siguen un mismo camino, un mismo territorio: el de la imagen mediática y espectacular que lleva incorporada en la relación la obligatoriedad de ir hacia nuevos estados de existencia. Esta es una de las consecuencias de la comunicación, de permanecer permanentemente comunicados a la red digital.

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

No obstante, el educador de arte, tiene la tarea de hacer que esta navegación mediática produzca un significado, contribuya a un desarrollo cognitivo y eduque en una percepción crítica de las imágenes y del propio medio virtual. ¿Cómo se hace? Quizá ayude el considerar que una cosa es hablar del rostro y otra del contexto en el que ese rostro vive. Identificar la máscara exige identificar el contexto, tenemos que hablar de un rostro contextualizado: la imagen es la imagen del contexto, por eso, cada época y cultura la representa de forma diferente. Pero, no se trata el problema de la identidad de un problema formal o estructural ya que en verdad es simple: una red inmensa de vías de información y comunicación. El problema es la cantidad de cosas diferentes que ocurren al mismo tiempo y, sobre todo, de la velocidad a la que el individuo es o no capaz de procesar, metabolizar y dar imagen a todas esas informaciones. Cuando el contexto de esa imagen era un simple espejo en el hogar todo resultaba más fácil de ver, y, por lo tanto, de conocer, comunicar y educar. Seguramente el ser del Renacimiento fuese el último en poder comprenderse por imagen: “El hombre racional del Siglo XV, todavía creía en sus imágenes para entenderlas” (Debray, 1994, p.14) Su mirada antropocéntrica tenía un centro estable y especular para el que desarrolló el método de la perspectiva, con un centro estático del que carecemos hoy.

3.3 El injerto y el fragmento como categorías transculturales y mediáticas

La desaparición de un autor y de un lector autosuficientes fue la consecuencia de la implosión en la primera mitad del siglo XX de las relaciones humanas en todas las esferas: social, psicológica, cultural, política, económica, profesional y la llegada a partir de la Segunda Guerra Mundial de lo que se conoce como “lo transcultural”, consecuencia de la globalización y de existir cada vez más relaciones mediatizadas gracias a Internet. ¿A quién pertenece lo transcultural? A ninguna cultura en particular. Hay fragmentos sin categorizar, ficciones y narrativas sin realidad física o fenomenológica alguna que juegan en la irrealidad del ciberespacio. En “Obra Abierta” (1984), Eco hablaba de que ciertas propuestas del arte y teorías científicas manifestaban compartir similares metodologías al girar ambas en torno a conceptos como: Desorden, Indeterminismo, provocación del Azar, de lo Probable, de lo Plurivalente. Hoy, resulta indispensable hacer uso de estas categorías y métodos para poder describir cognitivamente y representativamente el contexto en el que nos situamos, un espacio de relación que ofrece una existencia “líquida” (Bauman, 2016). Entre los numerosos conceptos científicos, el de estructura disipativa teorizado por Prigogine y Nicolis (1997) identifica bastantes aspectos de la relación actual del individuo con la sociedad cambiante en la que vive:

Quando los sistemas se alejan mucho del equilibrio termodinámico, la situación deja de describirse como una prolongación lógica de dicho estado. Los sistemas abandonan el llamado ‘régimen lineal’ de la termodinámica para entrar en el ‘no lineal’. En este régimen aparecen discontinuidades e inestabilidades, y ‘las fluctuaciones espontáneas’ —antes siempre condenadas a regresar— pueden amplificarse y arrastrar los sistemas hacia nuevos e imprevistos estados estables: las llamadas estructuras disipativas. (Wagensberg, 2003, pp. 33-34)

Lo humano se mueve y actúa en una estructura más compleja que la de su topología: la iconosfera, lo cual implica que la identidad sea biológica e iconográfica. Esto es lo que complica el conocimiento de la identidad y por extensión la labor de la educación: lo cultural siempre tiende a nuevos estados de existencia, en este caso, y debido a la globalización, a un estado transcultural. Cuando lo íntimo y lo público estaban separados era más fácil distanciarse. Pero, con la incorporación del ocio al hogar y la telemática ya no hay diferencias entre el hogar y lo social, entre una imaginación interior y una virtual. Aparecen las categorías de lo fragmentado, lo incompleto, lo indeterminado... como paradigmas de relación y la consecuente necesidad de realizar injertos con estos trozos transculturales para configurar la identidad.

4 EL INTERCAMBIO CULTURAL Y LA APARICIÓN DEL MONSTRUO: HACIA LA IMAGEN COGNITIVA

La identidad humana emerge tradicionalmente en el rostro ya que es ahí donde se manifiesta y desde donde el individuo se conoce y relaciona. Aparentemente, la identidad sigue jugándose aquí en el ámbito de las máscaras. Una primera conquista de nuestra evolución fue representar el mundo, pero, otra ha sido aprender a “ver cognitivamente” el mundo. Y aquí, es donde la sociedad del conocimiento, del espectáculo y la comunicación se entrelazan. El rostro humano no es una simple imagen bidimensional representada en el espejo, no es una copia literal, sino un hipervínculo conectado hacia múltiples instantáneas (Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, TV, etcétera) que se actualiza y modifica cada día. Podemos afirmar que nuestro rostro y con él nuestra identidad personal, en el juego mediático y espectacular de la sociedad de la

comunicación dura un día, nada más. Lo que exige desarrollar una imagen más cognitiva que representativa (figuras 1 y 2), y comprender cognitivamente lo que se nos presenta y nos ocurre.

4.1 El monstruo consume los sueños de la razón: entre genes y memes

Como estudió Foucault en “Los anormales” (2001), el monstruo humano tiene como marco de referencia “la ley” de la naturaleza, por lo que su campo es jurídico biológico. En su existencia su forma delata la violación de las leyes de la sociedad y las leyes de la naturaleza. Es una forma plástica espontánea, inesperada, brutal. Es, nos dice Foucault, un modelo en aumento: “la forma desplegada por los juegos de la naturaleza misma en todas las pequeñas irregularidades posibles.” (2001, pp. 58 y ss.) Esta figura del monstruo, que era exaltada en los siglos XVIII y principios del XIX (Shelley,1997), se vuelve cotidiana en el siglo XX y muy familiar en el XXI. Pensemos en las películas de “Monstruos S.A” (2001), “Monstruos University” (2013) de Pixar o “Un monstruo viene a verme” (2016).



Figuras 6, 7 y 8. Izquierda: *Construcción blanda con judías hervidas*, Salvador Dalí, 1936. (Fuente: Entender la Pintura, Orbis Fabbri, 1988, p.15). Centro: *Homúnculo somatosensorial*. (Fuente <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=54045144>) Derecha: *Cabeza de Mujer*, Pablo Picasso, 1931-1932. (Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/53269208072811388/>)

Richard Dawkins en “El gen egoísta” (1976) acuñó la expresión “meme”, como correlato cultural de lo que en la transcripción natural es el “gene”, definiéndolo como cualquier bit de información (o grupo de bits) transmitidos por procedimientos conductuales de un individuo a otro. El meme es el gen mental, un paquete cultural que se transmite por imitación. Su hábitat natural es el cerebro, allí nace y desde allí coloniza a otros cerebros (citado por Wagensberg, 2005) El meme es lo que permite que la cultura exista. Los memes son “mismos”, que, como recuerda Roger Vigouroux, “dependen de estructuras estéticas externas, extracerebrales, públicas”. (1996, p. 203) Profundizando en este término (Roberts y Pastor, 2001), encontramos “memento”: recordarse (*memmi*: “recuerda”), un imperativo que llega como una cacofonía: me-me-meme... una onomatopeya sin demasiada inteligibilidad ni codificación. En su raíz está *mem-*: pensar, y derivados que se refieren a estados de la mente. Con vocablo *mom-eyo* es “monstruo”: lo que hace pensar, recordar algo a alguien. Pero, también es “lo que conoce”. Podemos considerar que el monstruo es nuestra conciencia, nuestra mente.

Lo que nos lleva a nuestra imagen cognitiva, que no es sólo epidérmica, ya que se incorpora también el medio y el contexto en el que vivimos; nuestra identidad no es una imagen textual, sino contextual. Con ambos elementos (espejo y contexto; cuerpo y espectáculo) construimos nuestros pensamientos, comunicamos quiénes somos, identificamos nuestras acciones y nos contemplamos (el mejor ejemplo son las redes sociales y los selfis). Es algo que identificaron muy bien Picasso y Dalí (Figuras 6 y 8) dando imagen y simbolizando esta sensación de identidad colectiva en transformación y entendiendo la representación como cognición.

5 SOLUCIONES: APROXIMÁNDONOS A LA IDENTIDAD PERSONAL

Una vez identificada la situación que genera la tríada ficción-cognición-comunicación, veamos algunas ideas y estrategias de relación desde la percepción del educador de arte.

5.1 Primera solución: ampliar las categorías de la ciencia y la tecnología a las del arte

Si reflexionamos el modelo que surge al asociar conocimiento y espectáculo, cognición y ficción, entre las diferentes posibilidades operativas que ofrecen las artes al conocimiento de la realidad, podemos identificar los tétrades y polípticos que aparecen en la Figura 9, donde la creación adquiere el protagonismo que en el modelo científico-tecnológico tienen la investigación y la innovación (Figura 3). Estos tétrades y polípticos configuran lo que sería una sociedad del saber del arte, en un sentido amplificado del conocer, donde la persona y la sociedad se considerasen incluidos en el esquema, y no sólo sus actos, productos o profesiones.

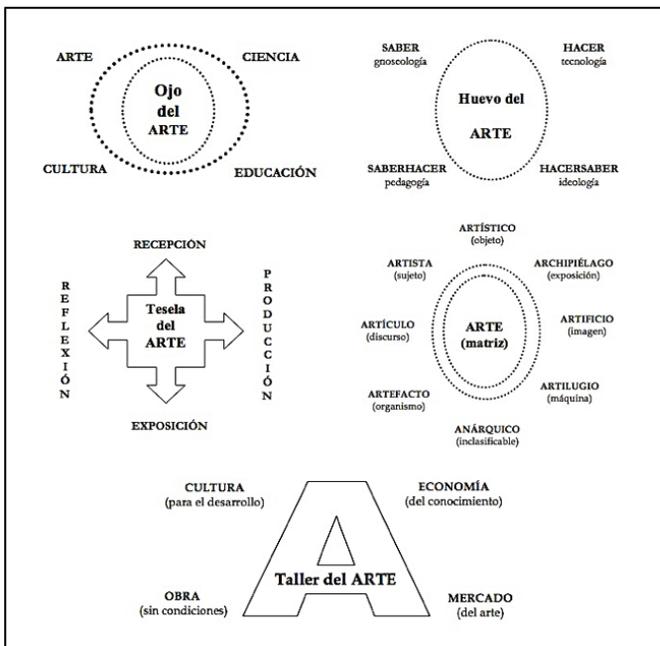


Figura 9. Tétrades o Polípticos del Arte enlazando contextos del conocimiento, de la comunicación y del espectáculo. Fuente: elaboración propia

Porque, la pregunta sería: ¿cómo es posible constituir un rostro –social, político, individual- sin que exista plasticidad estética, visualidad poética, es decir: creación? El modelo de sociedad del conocimiento y su “triángulo de acción” (investigar, innovar, educar) no aportaba nada a esta situación. No es posible constituir una imagen de la identidad, ni individual ni colectiva sin incorporar al esquema del conocimiento el saber que produce el acto creador tan presente en las artes y en la educación artística, actividad que, recordemos, está en la naturaleza del ser humano y presente desde los orígenes de la hominización. De ahí que necesitemos para ello un modelo para educar que incluya a la creación y, por extensión, a lo artístico.

5.2 Segunda solución: ruptura con la comunicación

Jean Baudrillard también afirmaba que la realización de un satélite vivo, en un espacio cotidiano, *in vivo*, correspondía a la satelización de lo real, a lo que él llamaba el “hiperrealismo de simulación”, llegando a la conclusión de que:

La naturaleza cotidiana del hábitat terrestre hipostasiado significó el fin de la metafísica y el comienzo de la era de la hiperrealidad. Lo que quiero decir es esto: aquello que se proyectaba psicológica y mentalmente, que solía vivirse en la tierra como metáfora, como escena mental o metafórica, a partir de ahora es proyectado a la realidad, sin ninguna metáfora, en un espacio absoluto que es también el de la simulación. (Baudrillard, 1998, p.190)

En este contexto, donde lo social ha pasado de ser el espacio para la construcción de nuestra identidad para convertirse en su fumigador y, asumiendo la simulación a la que condiciona el estar conectado con los *mass media*, si deseamos obtener, al menos una dosis de realidad, habrá que “desconectar” y no comunicarse. Paradójicamente, parece ser que la imposibilidad de definir una imagen personal guarda relación con la capacidad de poseer cierto anonimato en el que no se sepa “qué estamos haciendo” o “quiénes somos”. Pensemos, por ejemplo, en el colectivo Anonymous, que, gracias (o debido) a su borrosidad, son eficaces en sus actuaciones, jugando a descomunicar y a transgredir la identidad corporativa y gubernamental de Gobiernos y Empresas. Recordemos que estos son “personas jurídicas”, instituciones que no existen como individuos o “personas físicas”, pero que sí tienen derechos, obligaciones y responsabilidades como cualquier persona real.

5.3 Tercera solución: la idea de borrosidad o el Hermes ciego

El contexto, al ser transcultural y mediático, al desenfocar la realidad por exceso de comunicación/información impide dar estabilidad al rostro, este fenómeno (o síndrome) podemos denominarlo como *comunicacionismo*. Lo cual resulta paradójico, ya que justamente, “persona” (entendida como el modelo ideal para la construcción de una identidad) se configuraba en relación a los demás, a la alteridad y al devenir de los otros, en el entorno: “La promesa de una televisión interactiva (...) equivale de algún modo a la liberación de los telesclavos, relegados hoy en día a trabajar para Telépolis sin tener derecho a voz ni a máscara en el ágora: sin ser personas.” (Echeverría, 1994, p. 23) Contra el comunicacionismo o exceso de información se propone educar en la práctica de la borrosidad como estrategia de liberación, como una práctica de “retiro voluntario” de los medios de masa. El comunicacionismo sin que se produzca comprensión de lo transmitido, genera un

síndrome: el de un Hermes ciego que transmite mensajes sobre la superficie de un espejo que nadie es capaz de decodificar ni de visualizar, ya que es imposible transformarlo todo en una imagen fija y finita; en el espectáculo casi nada encaja con el espejo. Ejercer una hermenéutica del sujeto en este exceso de comunicación es imposible, ya que no existe la posibilidad de traducir los hechos a representaciones. Por lo tanto, tan solo una práctica consciente de desumbilicación con el medio y sus mensajes (De Ventós, 1984) puede solucionar, parcialmente, el problema de la identidad. Esto nos llevará a otro tipo de relación, donde lo vivo y lo real y el silencio y cierto olvido, formen parte del proceso constructivo-educativo de la persona.

5.4 Cuarta solución: el paso de la imagen copia a la imagen cognitiva

Un homúnculo se describe como una figura humana distorsionada dibujada para reflejar el espacio sensorial y motor relativo en el que se “representan” en la corteza cerebral las diferentes partes corporales. Tal y como vemos en las Figuras 7 y 10, los labios, manos, pies y órganos sexuales son considerablemente más sensibles que otras partes del cuerpo, por lo que el homúnculo, al representarse tiene labios, manos y genitales extremadamente grandes. La imagen óptica de nuestro rostro en el espejo difiere realmente de cómo nos percibimos táctil, háptica o topológicamente. El homúnculo es un mapa somatosensorial resultado de la asociación entre el córtex con los miembros del cuerpo (Penfield y Rasmussen, 1950). Una cosa es el reflejo de nuestra imagen y otra muy distinta la representación en nuestra consciencia de cómo nos percibimos. La identidad no es ni una imagen óptica ni tampoco biológica o estática, también es biónica, entre natural y artificial, es biosférica e iconosférica. La solución a la incomprensión de la identidad del rostro está en saber pasar de una imagen de naturaleza especular a una imagen de naturaleza cognitiva. Una es la representación física; la otra incorpora un mapa psíquico a la imagen creada; una es una representación, mientras que la otra es una proyección. Algo también interesante de este modelo es que el aspecto del homúnculo se transforma con el cambio de edad y con las vivencias. Ni su representación ni su cognición son algo estable y universal. Por eso, la imagen de un panadero difiere de la que tenga un taxista de sí mismo y de la realidad, o la de un maestro en relación a un carnicero o marinero, o una neurocirujana de una mariscadora.

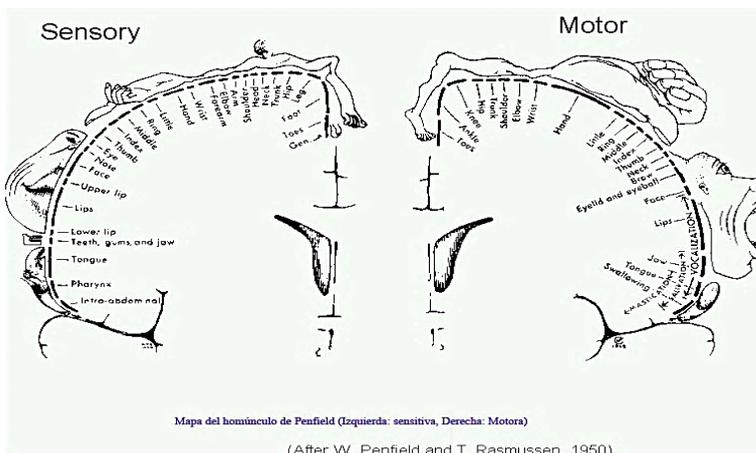


Figura 10. Mapa del homúnculo de Penfield. El tamaño de cada órgano depende de cómo lo percibe nuestro cerebro. A la izquierda, sensorial; a la derecha, motora. Fuente: Penfield y Rasmussen, 1950.

5.5 Quinta solución: más allá de la representación estática

En las Sociedades de Control (Deleuze, 2006) como la nuestra (pensemos en los casos de espionaje masivo: Snowden, WikiLeaks, VatiLeaks...), es necesario educar en la práctica de la sospecha: el Estado vigila, hay un Gran Hermano global, existe el Espionaje Masivo y geopolítico... Y la salida a la ignorancia individual, la huida del sistema que procura el analfabetismo ciudadano, la escapada de este modelo ya no puede ser la de la identidad representada. Ya no se puede (ejerciendo la práctica de la sospecha) constituir una imagen de representación. Y por una razón bien sencilla: esta imagen sería rápidamente absorbida por el sistema para actuar con mayor eficacia sobre la libertad individual, apagando la diversidad y originalidad. Es algo que le pasó, por ejemplo, a Podemos, en cuanto tuvieron rostro y voz en el Ágora, en cuanto se volvieron estáticos frente a las cámaras de televisión, dejaron de ser políticamente eficaces. Por lo tanto, no es posible una solución icónica. La solución será también aquí cognitiva.

Si nos quedamos inmersos en la representación proyectiva (cónica, espacial, axonométrica) ideada por los artistas renacentistas, tan solo podremos percibir una posición de cada vez, una posibilidad estática. Cuando necesitamos referencias dinámicas para dialogar con unos medios líquidos y cambiantes como son los del espectáculo y lo iconosférico. El individuo (como ciudadano y como discente) tiene que aprender a ver con la mente su imagen y no sólo con los ojos, percibir más allá de las superficies de representación, de los límites de su cuerpo y aprender a bucear en lo complejo y cambiante y en la alteridad. La incorporación de la dimensión del tiempo, y, por lo tanto, del desplazamiento y del movimiento en las imágenes actuales, exige cada vez más una identidad transitadora y una pedagogía de lo dinámico. Picasso lo practicó (Figura 11), trabajando en relación al tiempo y no sólo al espacio y sus dimensiones estáticas, integrando en una imagen diferentes perspectivas y puntos de vista con la ideación de un método relativista. Transitaba alrededor del modelo para capturar mejor su identidad.

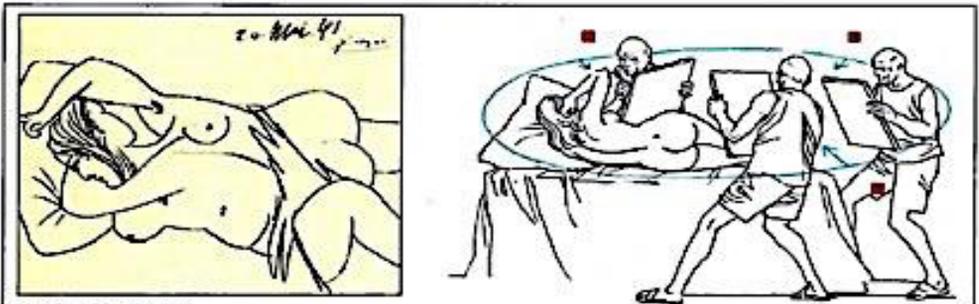


Figura 11. Entender la pintura: Picasso, Fuente: Orbis Fabbri (1989, p. 16)

Recordemos que, junto al Modulor de Le Corbusier (1973) todos los cánones del arte ofrecen una copia estática del ideal humano. La neurología y los modelos de representación cognitivos que practicaron numerosos artistas, contradicen este estatismo canónico inutilizándolo como reflejo y modelo de la identidad humana. En una sociedad líquida, los cánones también deberían ser líquidos, cambiantes o disipativos, para dejar entrada a lo difuso y a lo que está en constante metamorfosis.

5.6 Sexta solución: entender el cuerpo como un rostro

¿Rostro como cuerpo? ¿cuerpo como rostro? Para conocerse y educarse, para identificar el diálogo que se genera entre Sociedad del Espectáculo y Sociedad del Conocimiento, serán precisas herramientas de uno y otro contexto: estrategias de la ciencia y del arte y tecnologías híbridas. Así podremos aproximarnos como educadores a lo que nos sucede en la época actual, y transmitírselo a los discentes. Para lograrlo, hay que hacer uso, en este caso, de la creación artística y de un método epistemológico creativo, estético y sensorial que permita conceptualizar el resultado de la unión entre el medio transcultural y mediático y el proceso cognitivo. Puesto que no se trata de un problema de representación, sino de aprender a utilizar la proyección cognitiva de nuestro yo en un medio cambiante, debemos amplificar la imagen que tenemos de los sentidos sensoriales habituales, incorporando otros sentidos que denominaremos como sentidos sociales.

Al hablar de “sentido”, debemos situarnos en el contexto del “sentido común” (*common sense*), el cual, al tratarse, el de la identidad y la personalidad de un problema social, de vivir en una comunidad social con demasiadas identidades, se transforma en “sentido de lo común”, es decir, de lo compartido. Algo que no dejará de alterarnos los esquemas, ya que nuestra imagen no depende solo de nosotros, sino de lo que le ocurra a la sociedad en la que vivimos: “La alteridad es el concepto más antipático para el ‘sentido común’ (Barthes, 2000, p. 45) Debemos hacer el esfuerzo de pasar del rostro/cara hacia la idea de un rostro/cuerpo (Figura 12). La identidad no se genera solo en “la cara” ni es el vehículo de todas nuestras relaciones, la máscara lo es del rostro, pero forma parte de un disfraz con cuerpo, como en el Arlequín o el Fantoche. Al hacerlo, utilizar este método creador y de naturaleza artística, dispondremos de nuevas imágenes de relación: a) el rostro entendido como cuerpo, y b) el cuerpo entendido como rostro, al que los tradicionales sentidos se le añaden otros nuevos: el anal, el sexual, el manual (las manos), el peatonal (los pies) y el umbilical. Tan importante es controlar lo que se dice o lo que miramos como lo que hacemos con las manos o hacia donde decidimos que nos lleven nuestros pies (o utilizarlos para que nos saquen de casa y nos desconectemos de nuestra red social virtual). Como aperturas sensoriales en el rostro tenemos: ojos, nariz, boca, orejas; en el cuerpo: piel, manos, pies, sexo, ombligo. Todos estos órganos y sentidos asociados –sensoriales y sociales- serán considerados como aperturas de entrada y de salida de identidad, órganos para el Conocimiento y enlaces con el Espectáculo (y a la inversa). Y siendo así, también están necesitados de comprensión y educación.



Figura 12. *La violación*, René Magritte, 1934

(Fuente: <https://i.pinimg.com/originals/bc/ee/4e/bcee4efa95a544b44414991721a83428.jpg>)

6 CONCLUSIONES

El deseo de comprender nuestra imagen, de reconocer el espejo en el que nos contemplamos y el aspecto que tenemos como personas pasa por articularse, no solo desde la Sociedad del Conocimiento, sino también desde el contexto de la Sociedad del Espectáculo. El espacio en el que se produce la comunicación mezcla voces y máscaras de todo tipo, algunas con vocación cognitiva; otras con la intención de introducirnos en una permanente mutación. La postmodernidad detectó el fin del metarrelato liberando al lector y al espectador de un discurso único. Pero las consecuencias han sido desastrosas, ya que esto también provocó que todos nos considerásemos sin responsabilidad frente a los hechos. No es posible vivir sin imagen y sin rostro por mucho tiempo. Sin un rostro finito con el que nos identifiquemos, que nos haga sentirnos “personas” en nuestro hogar, con el que nos comuniquemos con nuestra familia, nuestros amigos (o enemigos) nos acabamos sintiendo como idiotas. En esta situación, parece que debemos utilizar estrategias en consonancia con lo que le ocurre al medio y al espacio social y público: borrosidad, desumbilicación, descomunicación, plasticidad, olvido... generando espacios de silencio en el que recuperarnos del incesante viaje hacia ningún lugar, hacia ningún sentido. En la búsqueda de una matriz de relación que pueda articular el rostro individual con el social, aparece la imagen del “cuerpo-rostro” donde lo sensorial enlaza con lo social configurando un nuevo “sentido (de lo) común”.

Sin duda, nuestra identidad debe competir, entre otros, con la que generan Apple, Samsung, Microsoft, Twitter, Google, YouTube y Facebook, este último, uno de los primeros programas en engendrar un rostro y una identidad transculturales a nivel global y planetario, cuyos usuarios están deslocalizados y sujetos a algoritmos que reactivan los perfiles según lo que más buscan, likean o comparten. En el entorno mediático de las redes sociales es imposible saber si somos nosotros o un código lo que dirige y configura nuestra personalidad. Facebook es “persona jurídica” pero constituida curiosamente por “personas físicas”. Utilicemos esta metáfora como reflexión final: ¿acaso esta sociedad que representa Facebook, en conjunto, siendo cada elemento un injerto, un rostro virtualizado, un ser humano menguado corporalmente y cuyos sentidos sensoriales han fagocitado a los sociales, no nos da como resultado un monstruo, o un homúnculo en el que lo ojos y las manos predominan frente a otros órganos o sentidos? Somos Narciso en la red, pero Frankenstein en nuestra casa, ¿o es al contrario? ¿Es este el disfraz que llevamos incorporado en el siglo XXI, tanto como ciudadanos, como políticos, como artistas, como obreros, como consumidores, como padres o como educadores? Narciso, la máscara: hermosa, bella, deseada, selfirizada; Frankenstein: la carcasa, injertada, fragmentaria, incoherente, horrorosa. Quizá esta es la respuesta a la explicación de por qué Europa ha desatendido la crisis de los refugiados sirios como si fuese una película, un espectáculo, una ficción; algo que, por lo tanto, no era verdadero. Sin duda, hay periodos en los que el rostro se convierte en el cuerpo y el cuerpo en el rostro, que a veces la máscara es frankenstiniana y otras, narcisista. Como europeo, aprendo a vivir con ello; como docente, a comprenderlo para educar y comunicarlo.

Bibliografía

Bachelard, G. (1994). *El agua y los sueños*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Bachelard, G. (2003). *La poética del espacio*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Barthes, R. (1984). La muerte del autor. En *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós

Barthes, R. (2000). *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Baudrillard, J. (1998). El éxtasis de la comunicación. En Hal Foster (ed.) *La posmodernidad*. Barcelona: Kairós.

Bauman, Z. (2016). *Modernidad líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Castells, M. (1996). *The Rise of Network Society*. Oxford and Malden, Mass.: Blackwell Publishers.

Dawkins, R. (1976). *El gen egoísta*. Madrid: Editorial Labor.

Debord, G. (2000). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.

Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen: Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.

Deleuze, D. (2006). Post-scriptum sobre las sociedades de control. *Polis: Revista latinoamericana*. 13. Recuperado de <https://journals.openedition.org/polis/5509>

De Ventós, R. X. (1984). *Las metopías. Metodologías y Utopías de nuestro tiempo*. Barcelona: Editorial Montesinos.

Drucker, P. F. (1992). *The age of discontinuity. Guidelines to our changing society*. New Jersey: Transaction Publishers.

Drucker, P. F. (1999). *La sociedad poscapitalista*. Buenos Aires: Sudamericana.

Echeverría, J. (1994). *Telépolis*. Barcelona: Ediciones Destino.

Eco, U. (1984). *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini.

- Foucault, M.** (2001). *Los anormales*. Madrid: Akal ediciones.
- Foucault, M.** (1999). ¿Qué es un autor?. En *Entre filosofía y literatura. Obras esenciales I*. Barcelona: Paidós.
- Gubern, R.** (2007). *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- Le Corbusier** (1973): *El Modulor: ensayo sobre una medida armónica en la escala*. Buenos Aires: Editorial Poseidón.
- McLuhan, M. y Powers, B.R.** (2002). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Moraza, J. L.** (2012). *Arte en la era del capitalismo cognitivo*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte del Reina Sofía.
- Orwell, G.** (2005). *1984*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Penfield W. y T. Rasmussen T.** (1950). *The cerebral cortex of man: a clinical study of localization of function*. New York: The Macmillan Company.
- Prigogine, I. y Nicolis, G.** (1997). *La estructura de lo complejo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Roberts, A. E., y Pastor, B.** (2001). *Diccionario etimológico Indoeuropeo de la Lengua Española*. Madrid: Alianza Editorial.
- Shelley, W. M.** (1997). *Frankenstein. El moderno Prometeo*. Barcelona: Ediciones Grupo Zeta.
- Sterh, N.** (1994). *Knowledge Societies*. Londres: Sage.
- Vigouroux, R.** (1996). *La fábrica de lo bello*. Barcelona: Editorial Prensa Ibérica.
- UNESCO (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. París: Ediciones UNESCO.
- Unión Europea (2009). *Conclusiones del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros reunidos en el seno del Consejo de 26 de noviembre de 2009 sobre el desarrollo del papel de la educación en un «triángulo del conocimiento» que funcione plenamente*: Diario Oficial de la Unión Europea.

VV. AA. (1989). *Entender la pintura: Picasso*. Nº 2. Barcelona: Orbis Fabbri

Wagensberg, J. (2003). *Ideas sobre la complejidad del mundo*. Barcelona: Tusquets Editores.

Wagensberg, J. (2005). *La rebelión de las formas. O cómo perseverar cuando la incertidumbre aprieta*. Barcelona: Tusquets Editores.