



LA VIRTUALIZACIÓN DE LAS REPRESENTACIONES IDENTITARIAS

Ada Cristina Machado da Silveira

RESUMEN – *La virtualización de las representaciones identitarias.* El artículo pretende realizar un acercamiento al debate sobre la identidad tratada desde sus representaciones. Indagamos cómo se construyen las identidades en las industrias culturales. Estructurado en cinco partes, en las dos primeras abordamos la categoría de representación, haciendo una síntesis de su evolución histórica y estética, hasta llegar al concepto utilizado por los estudios culturales. La categoría de identidad, trabajada a continuación, es adoptada desde aquellos trabajos que la consideran como representaciones en las industrias culturales. La virtualidad es una categoría que se orienta por las últimas investigaciones y adoptamos tanto aspectos de la reflexión europea como norte-americana. La última parte intenta articular las dificultades sentidas en la actualización de la categoría de representación frente a los recientes fenómenos y sus implicaciones en la construcción de las identidades, presente en la emergencia de la cibercultura. Se concluye reflexionando acerca de nuestro desconocimiento de la naturaleza de los cambios que se están introduciendo en la construcción de las identidades desde la acción de las industrias culturales.

Palavras-clave: *representaciones, industrias culturales, virtualidad, identidades.*

ABSTRACT– *The virtualization of identity representations.* The article intends to broach the discussion about identity focusing on its representations. We ask how identities are built in cultural industries. The article is divided into five parts; in the first two, we approach the category of representation, making a synthesis of its historical and aesthetic evolution, arriving at the concept used by cultural studies. Following, the category of identity is adopted from those studies that consider it as representation in cultural industries. Virtual reality is a category led by the latter investigation and we adopt aspects of both European and American approaches. The last part intends to articulate the difficulties observed in the modernization of the category of representation, in relation to recent phenomena, and their implications in the construction of identities, present in the advent of cyber culture. We end the article considering how little we know about the nature of changes that are being introduced in the construction of identities coming from the action of cultural industries.

Key-words: *representations, cultural industries, virtual reality, identities.*

Introducción

Este artículo es parte de una investigación que pretende descifrar el trayecto necesario para contestar a una cuestión fundamental: *cuáles son las características de la representación de las identidades en la realidad virtual* (Machado da Silveira, 1998). Intentamos acercarnos a las estrategias discursivas adoptadas en la construcción de las identidades en distintos procesos virtuales promovidos por los más recientes fenómenos de la industria cultural.

Para empezar, atentamos para la realidad de que, en el siglo XX, las secuelas de la modernidad, de los conflictos sociales y de ideologías políticas, de los enfrentamientos raciales y religiosos, han hecho que el proyecto de la Ilustración quedara desacreditado. Se empieza a sospechar de cualquier propuesta de emancipación humana universal, así como de cualquier discurso generalizante. Si se le adjunta el hecho de la desterritorialización en la experiencia cotidiana de las actividades humanas y sociales, obtenemos como consecuencia los desplazamientos masivos. Eso nos va a hacer sacar a flote la conciencia de la necesidad de compartir con quienes estén alejados, con los hermanos de sangre desplazados hasta otros continentes o con aquellos que se considera ajusticiados por los procesos de acumulación económica, cuyos principales agentes han tenido su sede en las sociedades occidentales.

Las nuevas tecnologías de la comunicación son fundamentales en la afirmación de esta dimensión de la realidad, ya conocida por muchas formas de imperialismo del pasado, pero ahora elevada a un grado impactante en otros niveles de la vida social.

El fortalecimiento de las identidades parece ser el mecanismo que se ha presentado capaz de hacer superar, a hombres y mujeres, la continuada sensación de vértigo frente a los abismos cotidianos presentados por las alteraciones que se vive en sociedad e individualmente. Las identidades son las más seguras anclas que uno puede concederse después del desencantamiento del mundo producido por la secularización contemporánea. La incertidumbre producida por fenómenos como la anomia, el desplazamiento de las religiones en la centralidad de las culturas, la racionalización del mundo de la vida, los flujos migratorios consecuencia de las guerras y regímenes políticos provocan la necesidad de crear nuevas formas de aportar algunas anclas en medio de la vulnerabilidad del hombre contemporáneo.

Nos ocupamos del uso social de las nuevas tecnologías, de la apropiación que hacemos hacia estas nuevas posibilidades técnicas. Porque, como bien señalaba Marx, en los *Grundrisse*, en cualquier tiempo hay que hacer opciones desde las virtualidades que cada momento nos presenta. La virtualidad es la condición de continuidad. Ahora mismo se nos presentan posibilidades de comunicación por vías tecnológicas cuyas características todavía se nos escapan, en el momento mismo en que las probamos.

Desde la historia de las representaciones se nos enfatiza la importancia social de la adopción y difusión de las técnicas y métodos, genéricamente referidos como *tecnologías*. Se asume que los cambios sociales y culturales demarcan la oralidad y la escritura guiadas por la representación visual. Pero más que lo visible, es el mundo sensible que se hace digno de registro.

Las representaciones

Sabemos desde nuestra común herencia cultural humana que en las mitologías se recurría a la corporeización en los seres de la naturaleza de aquellos valores y sentimientos que se consideraban fundamentales. Los fenómenos del animismo y del antropomorfismo consagraron el hecho de dibujar figuras, escribir códigos, esculpir relieves o crear imágenes y fijarlas por alguna técnica más o menos rudimentaria. Así se lograba aproximarnos a aquello que no se consideraba materialmente presente y es lo que se constituyó en el empuje inicial para acciones que hoy consideramos parte significativa de nuestro cotidiano: *realizar la representación de algo*. Nos preguntamos cómo esta actividad se ha convertido en un hecho preponderante en la sociedad contemporánea. Se puede recordar de otras épocas que los animismos paganos lograban hacer carne a los elementos inmateriales de la realidad, estructurando las primeras manifestaciones de religiosidad al utilizar las representaciones como resorte.

Contemporáneamente, se considera que una representación es la tentativa de crear categorías estables en el espacio-tiempo.

Rigiendo los intersticios entre el sujeto y el objeto clásicos, entre lo vivido y lo concebido, “las palabras, los signos, representan la presencia en la ausencia” afirma Henri Lefebvre (1983, p. 99). En el cotidiano, la solidificación de las representaciones ocurre desde la búsqueda de superación de la distancia, de alcanzar a lo que está allende o no disponible. De ahí se considera que la representación incorpora su propia concepción de espacio-tiempo, pues ocupa el intervalo que se instaura entre la presencia y la ausencia, en el tiempo y en el espacio que le es concedido. Además, las representaciones tienen un contenido práctico irreductible, que las hace presentes en el cotidiano desde las fotonovelas, las tiras cómicas o la publicidad. Henri Lefebvre no las considera meros efectos. Las toma, más bien, como *hechos de palabra o discurso y de práctica social*.

Lefebvre señala que los filósofos quisieron teorizar las representaciones en tanto en cuanto intentaron trascenderlas. Frustrado el intento de abolirlas, la contemporaneidad se presenta además con una inaudita proliferación de las representaciones, su desgaste y el esfuerzo por renovarlas o anularlas. Esto se debe a que hay una enorme confusión entre la preocupación por la ideología y por la identidad. A diferencia de la ideología, que es tomada como falsa concien-

cia, las representaciones no serían en sí mismas ni verdaderas ni falsas, y pueden ser ambas las cosas a la vez. Constituyen el amplio reino de la *doxa* de la misma manera que las opiniones.

Un cambio digno de atención es el hecho de que contemporáneamente las representaciones prevalecen sobre mitos y símbolos e incluso sobre las leyendas religiosas. Lefebvre (1983, p.88) sostiene que el mundo de las representaciones reemplazó todos los referentes de las tradiciones a través del lenguaje y del discurso. Hoy día, la transcendencia habría pasado a realizarse por medios modernos de representación. Es probable que por eso se presenten tan adecuadas las remisiones a los fenómenos de la industria cultural. Inspiradamente, Hannah Arendt lo presumió cuando predijo el efecto actual del desencantamiento de la modernidad “Al parecer, los unicornios y las hadas son más reales que el tesoro perdido de las revoluciones” (1993).

Para superar la no coincidencia entre ser y sujeto cognoscente, esta ruptura que desfallece la afirmación de la verdad, los estudios culturales adoptan una postura teórica que les predispone a reconocer las representaciones de forma constructivista. Stuart Hall (1997a) entiende las representaciones desde el uso de signos y símbolos, bajo la forma de sonidos, palabras escritas, imágenes producidas electrónicamente, notas musicales u objetos. Con ellas, él se propone desvelar los dinamismos que explican de dónde proviene el significado, o cómo podemos considerar el significado de una palabra o imagen como verdadero.

Las referencias más usuales de la representación, en los estudios culturales, están en las investigaciones sobre nacionalismo, etnicidad, sexualidad y género. Se puede comprender el uso de la *representación* en Hall (1992), desde el sistema que la forma y transforma. En la composición de la identidad nacional inglesa, analiza el autor, los significados o contenidos culturales y el foco de identificación están coordinados a un determinado sistema de representación (Hall, 1992, p. 296). Tal *sistema de representación* elaboraría y fijaría el significado. Lenguaje y representación tendrían la capacidad de producir significado, establecer conexiones con el poder, exponer conductas reguladoras, promover identidades y subjetividades (Hall, 1997ap. 6).

La utilización de la categoría de *representación* supone una debilidad, ya que puede ser reconocida desde pelo menos dos perspectivas distintas. Las representaciones pueden ser consideradas desde su acción de producir una reproducción de un original, así como desde su posibilidad de constituirse en la reproducción misma. El término *representación* puede designar una acción y también su producto.

Las resistencias encontradas exponen concepciones que provienen de ricas tradiciones culturales que se ponen de manifiesto en las ambivalencias del léxico. Una dificultad propia de muchos otros temas en el estudio de la cultura, debido a que compatibilizar los diversos aportes históricos respecto al estudio

de la cultura no soluciona gran parte de los problemas antepuestos al debate por el simple motivo de que los autores tienen establecido el trabajo desde nociones diferentes.

Las identidades

El tema de las identidades toca finalmente la preocupación por la subjetividad durante mucho tiempo relegada por el marxismo. El trabajo teórico sobre la identidad se acerca a un eje compuesto por el sujeto, la subjetividad y la significación¹. La consideración de representación como producto coge a la identidad desde el tema que la define, mientras representación como proceso centra el foco en el sujeto (*subject*) que confiere sentido a la identidad.

Hay una extendida creencia de que nuestras identidades pueden ser influidas por aquello que consumimos y vestimos, lo que compramos, vemos y leemos, cómo concebimos nuestra sexualidad, lo que pensamos de la sociedad y los cambios que creemos que estén ocurriendo. La respuesta a la pregunta de cómo adquirimos conocimiento de nuestra identidad está en que cada vez más nos ha orientado la industria cultural. Nuestras identidades estarían formadas en parte por lo que pensamos de nosotros mismos y en parte sobre cómo relacionamos nuestro cotidiano.

Semejante a lo que ocurre con la representación, se relacionan identidades respecto a problemas muy distintos, lo que da una idea de la dificultad de trabajar el tema. La referencia a la identidad como catalizador de aspectos tan distintos impone reconocer que la preocupación por este tema se traduce aún en discrepancias sobre profundos problemas políticos e intelectuales. En la actualidad, el discurso de la vulnerabilidad vuelve las identidades en un *tema* de preferencia y muy influido por otras posibilidades discursivas. El conflicto de influencias es indicador de las corrientes dificultades en el cotidiano trato de las identidades (cf. Mumby, 1997, p. 20).

Se constata que, en la industria cultural, la cornucopia de la fortuna está en la explotación de los fragmentos de identidad. Ellos se presentan para nuestro disfrute y satisfacción del deseo de consumo en un amoldamiento representacional que necesita ser estudiado. No obstante, la industria cultural no alcanza a responder las grandes preguntas con las que siempre nos hemos enfrentado. Continuaremos a preguntarnos cómo somos. Con la diferencia, entretanto, de que hay nuevos fenómenos en la industria cultural que se constituyen en un fuente inagotable de informaciones que presionan nuestra sensibilidad y el intelecto en el sentido de refrescar la permanencia de esta inquisición.

Históricamente las identidades atesoran los intereses. Las representaciones son la contraseña que nos permite acceder a la actualización textual que se produce en la construcción de las identidades. Y estas nos proporcionan una clave para entender los conflictos de la modernidad

La virtualidad

Nos acercamos a la categoría de la virtualidad intentando establecer la relación entre las nuevas realidades producidas por los más recientes fenómenos de la industria cultural y el esfuerzo de construcción y actualización de la identidad.

Se impone la comprensión de la realidad virtual y la consecuente fundación del llamado ciberespacio como un ejemplo extremado de la sustitución del mundo real, o material, por otro simbólico. Conforme Phillippe Quéau (1995), *lo virtual está en el orden de lo real*. No se puede, por tanto, contrarrestar el mundo real al mundo virtual. La virtualidad es una dimensión cuyo alcance se encuentra en expansión, pero que se inserta dentro de la realidad conocida. Por otra vía, también se inaugura otra relación con la realidad. Todo esto viene a componer el intrincado cuadro teórico que se presenta al estudio de los nuevos fenómenos.

Antes que nada, afirmamos que no hay sentido en cogitar de identidades virtuales, así como no se proponen identidades globales (conforme apunta Ortiz, 1997). Más bien se trata de estudiar la interpelación de las *representaciones virtuales en las identidades*.

La canción de Paul McCartney cantada desde los años 70, *Here, there and everywhere*, parece haber anticipado la resonancia metafórica constituyente de la emergencia del tema *virtualidad*. Como dice la canción, hay algo que está presente en todas las partes al mismo tiempo, *everywhere*, pero además la podemos percibir cómo puede, a un sólo tiempo, hacerse presente en más de un lugar, *here and there*.

La *realidad virtual*, tanto en el sentido fuerte como en su sentido más débil, ambos referidos por Tomás Maldonado (1994, p.102), engendra transformaciones en las formas de pensar las posibilidades de la comunicación y sus prácticas de significación. No se puede asegurar, todavía, desde la temática de las identidades, si las difundidas características innovadoras en el nivel epistemológico de estas nuevas tecnologías estarán introduciendo cambios en la construcción de las identidades. Los problemas en filosofía, ciencia y técnica nos imponen reconocer que la naturaleza de la información prosigue como un problema teórico.

Tanto imágenes de síntesis como los mundos virtuales que ellas puedan producir aún no han revelado su potencial. Las nuevas técnicas de representación se proponen a ofrecernos una mayor inteligibilidad del mundo, así como el acceso a informaciones facilitadas por la difusión de informes especializados, antes de circulación restrictiva. Se generan nuevos hábitos visuales o, más que esto, multimedia, determinados por el poder de impacto de las técnicas infográficas, las memorias, los medios de gestión y de almacenamiento o de creación. Se cautiva al espectador, usuario o actor-autor, a su sensibilidad

desprovista de frenos. El nivel semiótico de la representación se altera. La relación de que algo está para alguna cosa se encamina hacia una otra comprensión.

Las representaciones virtuales de la identidad

Este avance hace prosperar una reflexión. La nueva sensibilidad que el capitalismo avanzado, tardío o desintegrado ha permitido desarrollar ¿ implicaría prácticas de comunicación cuyos modos de significación serían *norepresentacionales* o sus estructuras *noreferenciales*?

Se considera, entonces, un gradiente donde la habilidad específica de la industria cultural se ha sobrepasado a la reproducción mecánica de otras representaciones de un original. La proliferación de tecnologías y su amplia difusión de imágenes, al saturar el espacio social, han echado a perder la fuerza representacional consolidada en la modernidad que articulaba un evento a su representación mediática. Es como si las representaciones se desplomaran bajo el peso de su historicidad, martirizadas por las capas de siglos de aculturación y apropiación cultural de los imperialismos. Hoy ya no se trabaja con la idea de la existencia o no de un original y su duplicación, sino más allá de esto; con la copia de la copia, la representación de la representación, los *frames* de los *frames*. La acción del poeta fingidor de Fernando Pessoa se hace nuestra condición².

En la industria cultural más fuertemente orientada hacia el mercado son ejemplos más evidentes de este proceso las fusiones de fórmulas entre *videoclips* y publicidad, editoriales y noticias, información y publicidad, periodismo y entretenimiento. Más recientes, las *cybersoaps* acaparan los internautas con un ingenio antes inimaginable. Además, la democracia del ciberespacio enfrenta problemas éticos donde la colonización de productos y servicios de empresas particulares es solo un aspecto. La propagación de rumores, la publicidad de alcohol y tabaco direccionada a los niños o los contenidos eróticos explícitos demandan una reflexión y temor de padres y autoridades escolares, gubernamentales, judiciales y religiosas (véase Lindlof y Shatzer, 1998). Atentamos que cuando se diluyen las nociones tradicionales de género lo que pasa, en verdad, es que apenas se perciben aspectos superficiales de otra transformación más profunda en curso. En ella están involucradas las nociones de tiempo y espacio en las relaciones. Una vez que la simultaneidad de la vivencia se considera por desde siempre determinada desde la realimentación instantánea entre las imágenes (visuales y sonoras) y el mundo, una inversión pasa a tener lugar. Ello proviene de lo que hasta ahora hemos llamado *representación*. Margareth Morse (1998) entiende que esta inversión consiste en que ni la imagen ni el mundo están en primer plano, pero que cada uno es probablemente un desarrollo posterior del otro, donde deja de consignarse una inauguración de la acción representadora.

A consecuencia, el hipertexto como sucedáneo de este proceso de comunicación, centra el foco en la articulación de la cadena de sentido. Más que el nexo entre significante y significado es la cadencia modal que se impone.

Desde otra vía, hay una pragmática definición de Turkle (1997, p. 33) acerca de la cultura de la simulación que sintetiza la nueva concepción diciendo: “si te funciona quiere decir que tiene toda la realidad necesaria”.

Notas

1. La ambigüedad del léxico también se hace presente en la lengua inglesa. El término *subject* es predominantemente utilizado para indicar el *objeto* de la identidad. Pero, a veces, se le puede considerar también como el *tema* de la representación de la identidad.
2. “*O poeta é um fingidor. /Finge tão completamente/que finge que é dor/a dor que deveras sente.*”

Referencias Bibliográficas

- ARENDDT, Hannah. *La condición humana*. Barcelona: Paidós, 1993.
- BAUDELAIRE, Charles. *Las flores del mal*, Barcelona: Planeta. Trad. Carlos Pujol, 1992.
- GILROY, Paul. Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad. In: *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Curran, J., Morley, D. and Walkerdine, V. (comp.). Barcelona: Paidós, p. 63-83, 1998.
- HALL, S, HELD. D. and MCGREW. T (eds). *Modernity and its futures*. Cambridge: Polity Press/Open University, 1992.
- HALL, Stuart. *Representation: cultural representation and signifying practices*, London: Sage/Open University, 1997a.
- _____. The local and the global: globalization and ethnicity. In: *Culture, globalization and the world-system. Contemporary conditions for the representation of identity*, Anthony D. King (ed.), Minneapolis: University of Minnesota, p. 19-40, 1997b.
- HARMS, John B. and DICKENS, David R. Postmodern media studies: analysis or symptom? *Critical Studies in Mass Communication*, n. 13, p. 210-227, 1996.
- JENSEN, Klaus. B. Erudición humanística como ciencia cualitativa: contribuciones a la investigación sobre la comunicación de masas. In: *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, K. B. Jensen and N W. Jankowski (eds.). Barcelona: Bosch, p.27-56, 1993.
- KRISTEVA, Julia. *Extranjeros para nosotros mismos*, Esplugues de Llobregat (Barcelona), Plaza & Janes, 1991.
- LEFEBVRE, Henry. *La presencia y la ausencia. Contribución a la teoría de las representaciones*, México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

- LINDLOF, Thomas R. And Shatzer, Milton J. Media Ethnography in Virtual Space: Strategies, limits, and possibilities. *Journal of Broadcasting & Eletronic Media*, 42(2)p. 170-189, 1998.
- LUKE, Carmen y LUKE, Haida. Techno-textuality: Representations of femininity and sexuality. *Too true to be good?*, n. 84, may, p. 46-58, 1997.
- MACHADO DA SILVEIRA, Ada Cristina. Representación, identidades y virtualidad. Consideraciones acerca de los más recientes fenómenos de la industria cultural. 223 p. Tesina (trabajo de nueve créditos) – *Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, Espanya*: 1998.
- MALDONADO, Tomás. *Lo real y lo virtual*, Barcelona: Gedisa, 1994.
- MORSE, Margaret. *Virtualities. Television, media art, and cyberculture*, Bloomington and Indianapolis: Indiana University, 1998.
- MUMBY, Dennis K. Modernism, postmodernism. and communication studies: A rereading of an ongoing debate. *Communication Theory*, Seven: One, february, p. 1-28, 1997.
- ORTIZ, Renato. La Modernidad-mundo. *Telos*, marzo-mayo, p. 87-104, 1997.
- QUÉAU, Philippe. *Lo Virtual. Virtudes y vértigos*, Barcelona: Paidós, 1995.
- TURKIE, Sherry. *La vida en la pantalha. La contrucción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona: Paidós, 1997.
- VALENTINE, James . Skirting and suiting stereotypes. Representations of marginalized sexualities in Japan. *Theory, Culture & Society*, London, Sage, v.14 (3), p.57-85, 1997.
- WOLFF, Janet. The global and the specific: reconciling conflicting theories of culture. In: *Culture, globalization and the world-system. Contemporary conditions for the representation of identity* . Anthony D. King (ed.). Minneapolis, University of Minnesota, p. 161-173, 1997.
- WOLTON, Dominique. *Elogio del gran público. Teoría crítica de la televisión*, Barcelona, Gedisa, 1992.

Ada Cristina Machado Silveira é doutora em Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona, professora adjunta da Universidade Federal de Santa Maria, Curso de Comunicação Social e Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural.

Endereço para correspondência:

E-mail: adamach@ccsh.ufsm.br