



Recibido: 03-05-2013

Aprobado con modificaciones: 18-06-2013

Aprobado finalmente: 22-07-2013

Como un zombi en Pompeya El sujeto neurológico en su ciberágora

*Like a zombie in Pompeii
The neurological subject in his Ciberágora*

Jan de Vos

Universidad de Gante

JanR.DeVos@ugent.be

RESUMEN

El cerebro juega un papel destacado en la cultura iconográfica actual. A su vez, las imágenes cerebrales atrapan ineludiblemente las formas actuales de subjetividad. En este artículo sostengo que, cuando la subjetividad contemporánea implica una identificación con el cerebro-imagen, ese último ya es construido y dibujado por los discursos psicológicos y neurológicos. En primer lugar, exploraré cómo los discursos psico-neurológicos están dominados ellos mismos por la lógica de la cultura iconográfica. A continuación, abordaré de forma más detallada cómo con las nuevas tecnologías y la dimensión de la virtualidad se le da un nuevo giro a este esquema. De esta manera argumento que la subjetividad contemporánea tiene su duplicado en lo que llamo el avatar psico-neurológico. Por último, pasaré del nivel individual al nivel social para abordar la cuestión del estatuto de la esfera pública actual: ¿es el

cibermundo una nueva forma de lo público? La cuestión principal será entonces discernir cuál es la función del cerebro-imagen (materializando y virtualizando lo humano al mismo tiempo) para los modos de producción y de consumo del capitalismo tardío.

PALABRAS CLAVE

Cultura iconográfica, cibermundo, subjetividad cerebral, neurociencias.

ABSTRACT

In current iconographic culture the brain plays an important role. In their turn brain images engage in a compelling way today's subjectivity. In this paper I claim that, while contemporary subjectivity implies an identification with the brain-image, the latter is already constructed and given form by the psychological and neurological discourses. First, I will explore more closely how the psycho-neurological discourses themselves are caught in the logic of iconographic culture. Then, I will address in more details how the new technologies and the dimension of virtuality gives this scheme another twist. In this way I argue that contemporary subjectivity has its counterpart in what I call the psycho-neurological avatar. Finally I will pass from the personal to the social level to ask the question of the status of the current public sphere: is the cyberworld yes or no a new form of the public? The main question will be then what is the function of the brain (materializing and virtualizing human existence in one and the same movement) for the modes of production and consumption of late capitalism.

KEYWORDS

Iconographic culture, cyberworld, cerebral subjectivity, neurosciences.

SUMARIO

Introducción
El cerebro y la cultura iconográfica
El avatar psico-neurológico
La ciberágora
Conclusión
Bibliografía

SUMMARY

Introduction
The brain and the iconographic culture
The psycho-neurological avatar
The *ciberágora*
Conclusion
Bibliography

Introducción

El cerebro juega un papel importante en la cultura iconográfica contemporánea y aparece en ella de manera casi constante. Esto es así hasta el punto de que se ha convertido prácticamente en un nuevo icono, cuyas variaciones cromáticas nos recuerdan a Andy Warhol y a su famosa obra sobre Marilyn Monroe, representada en diferentes colores pop (De Vos, 2013). El antropólogo Joseph Dumit escribe que los escáneres del cerebro que aparecen en las revistas, los periódicos, la televisión, la oficina del doctor o las revistas académicas “nos reclaman”. Estoy tentado de utilizar aquí las palabras de Louis Althusser (1971): estamos “interpelados” por las imágenes del cerebro. O como Dumit afirma:

... nos encontramos frente a las categorías que el conjunto de imágenes nos ofrece. ¿A qué categoría pertenezco? ¿Qué tipo de cerebro tengo? O de manera más nerviosa: ¿soy normal?

(Dumit, 2004, traducción propia)¹

Dicho de otra forma: las imágenes cerebrales tienen una gran capacidad para atrapar la subjetividad de una manera reflexiva. Y lo hacen precisamente al dirigir la mirada hacia el interior. Puesto que los escáneres muestran aparentemente lo que somos, el sujeto responde a ellos con un “¿es verdad, eso es lo que soy?” Y, en un movimiento conjunto con la imagen, el sujeto adopta todo un vocabulario y un discurso psiconeurológico para entenderse a sí mismo. Verse a sí mismo, entenderse a sí mismo, pasa por las imágenes y las palabras de las ciencias psico-neurológicas.

Nótese aquí que Dumit, en su análisis crítico respecto de la imaginería cerebral, tiene que utilizar él mismo la palabra “nervioso”: ¿no es precisamente ello una muestra evidente de que la imaginería y el discurso neuropsicológico se han vuelto hegemónicos, y así ineludibles, no sólo para las formas contemporáneas de autocomprensión sino también incluso para toda posible crítica sobre ésta? Cuanto menos nos encontramos ya aquí con un conjunto de términos que están fuertemente entrelazados: la cultura iconográfica, los discursos psicológicos y neurológicos y la subjetividad.

¹ Cita original en inglés: “We are placed among the categories that the set of images offers. To which category do I belong? What brain type do I have? Or more nervously: Am I normal?”

Y aquí nos enfrentamos con un problema fundamental: cuando las ciencias neuropsicológicas están implicadas tanto en la investigación como en la producción de subjetividad (las dos estrechamente vinculadas con la cultura iconográfica y sus medidas técnicas), ¿no se corre el riesgo de que dichas ciencias se pierdan precisamente en las paradojas de este nudo doble (*double bind*)? Por lo general, se tiende a pensar que la dimensión de la virtualidad, que se ha convertido en un eje central de la cultura iconográfica actual, está muy presente en la praxis de las neurociencias. Sin embargo, dicha dimensión no es prácticamente nunca objeto de una revisión crítica. Recientemente se ha puesto en marcha *The Human Brain Project* (El Proyecto Cerebro Humano)— un proyecto a gran escala financiado por la Unión Europea— con el objetivo de diseñar un súper ordenador que podría generar un “cerebro digital”: un modelo informático y una simulación avanzada del cerebro. Este modelo debería permitir una mejor comprensión del funcionamiento del cerebro para así investigar de manera más adecuada nuevos tratamientos para las enfermedades del mismo. Pero, aunque la promesa sea que de este modo “podremos obtener conocimientos profundos sobre lo que nos hace humanos” (Walker, 2012, traducción propia),² el problema está en que este proyecto se arriesga a perderse en su propio giro virtual. Esperar que un súper ordenador y sus modelos e imágenes virtuales nos revelen lo que nos hace humanos es problemático ya que la dimensión de la virtualidad y de la imagen ya estructura previamente y de forma fundamental las neurociencias. Es decir, la idea de un “cerebro digital” ya está estructurada por la imagen del ser humano como un cerebro-computadora.

En este artículo intentaré explorar la subjetividad contemporánea actualmente entretejida en el conjunto de la cultura iconográfica, así como sus nuevas modalidades en el ciber mundo y en el plano de los discursos psicológicos y neurológicos que se le asocian. En la sección que viene a continuación exploraré cómo es posible distinguir la lógica de la cultura iconográfica en el núcleo mismo de los paradigmas de los discursos psicológicos y neurológicos. En la sección posterior abordaré de manera más detallada la cuestión de la subjetividad contemporánea y cómo ésta tiene su sombra, su duplicado, en lo que denominaré el avatar psico-neurológico. Antes de concluir, en la penúltima sección se planteará el debate en torno al estatuto de la esfera pública actual: ¿es el ciber mundo una nueva forma de dicha esfera de lo público? En este punto nuestro análisis recupera su cariz más claramente político: la investigación sobre la in-

² Cita original en inglés: “... we can gain fundamental insights into what it means to be human.”

terpelación (otra vez en el sentido althusseriano) de la imagería cerebral no puede dejar de poner de manifiesto las dimensiones ideológicas.

El cerebro y la cultura iconográfica

El Occidente moderno y postmoderno es una cultura iconográfica. Cada mañana me doy cuenta de ello: cuando subo a mi oficina en el departamento de filosofía y paso por los distintos tableros de anuncios académicos, me siento observado por toda una serie de cerebros que me siguen desde los carteles. Estos carteles anuncian conferencias o talleres sobre el libre albedrío, cuestiones de estética, el envejecimiento, el amor... Parecería que la imagen del cerebro sirviera como garantía científica de las actividades diarias de los filósofos y los especialistas en ética.

La preposición *neuro* se ha vuelto omnipresente en muchas disciplinas académicas: se habla de neuro-economía, neuro-estética, neuro-educación, y, por supuesto, de neuro-psicología. En todos estos campos se considera que algo ha sido explicado tan pronto como se lo ha visualizado como fenómeno por medio de una imagen del cerebro. De forma destacada en la *Filosofía de la Mente* (*Philosophy of Mind*) y en las ciencias psi, la idea es que con las neurociencias por fin podemos ver lo que es un ser humano: la ontología, supuestamente, se ha hecho visible a través de las nuevas técnicas digitales y de sus visualizaciones multicolores de lo que está por debajo del cráneo.

Es por ello que, aunque trabajo en un departamento filosófico, espero constantemente que una puerta se abra y pueda ver a gente en batas blancas manipulando un succulento cerebro muerto o, quien sabe, quizá todavía vivo. Evidentemente, soy consciente de que estoy recurriendo aquí a imágenes fuertes (aunque construidas por medios discursivos). Esto no sólo confirma el poder de la imagen, también demuestra que en la cultura iconográfica las imágenes y las miradas se multiplican. Y la consecuencia última de esto es la multiplicación infinita de la reflexividad: cuando un 'yo' se ve a sí mismo, este 'yo' se vuelve una imagen de igual forma que en su entorno es mirado a su vez por otro 'yo' - con el resultado final de que son las imágenes las que nos miran a nosotros.

Para entender que, de este modo, la *Filosofía de la Mente*, las ciencias psi y las neurociencias siempre corren el riesgo de perderse en los espejismos de una ontología visual, puede ser

interesante una breve excursión por el campo del *psico-entretenimiento* (programas de telerrealidad y talk shows como The Oprah Winfrey Show, véase a De Vos, 2009). Se puede decir que en el *psico-entretenimiento* los problemas y las aporías de las ciencias del ser humano, son magnificadas y ensalzadas.³ Piénsese por ejemplo en todas las técnicas de visualización, como el espejo unidireccional y la cámara oculta, usadas en el campo psicológico (para la observación o para la intervención terapéutica) y como éstas se aplican en el *psico-entretenimiento*. Un ejemplo interesante es la *Supernanny*⁴ que interviene rara vez o nunca en vivo: hace comentarios y da asesoramiento mientras ve, junto con los padres, un monitor que muestra imágenes (editadas por supuesto) grabadas por toda una batería de cámaras. ¿No se podría decir que aquí la imagen sirve de manera paradójica para revelar lo real del ser humano? La paradoja consiste en que se necesita distancia para acceder a la realidad: sólo por la mediación de la imagen se puede tocar ‘directamente’ lo real de la realidad. Este “*mira, esto es lo que es Usted*” de la *Supernanny* parece ser también el paradigma central de las ciencias psi, cuyo fundamento último es revelar al ser humano su verdadero rostro. Del mismo modo que la *Supernanny* invita a los padres (y a los espectadores) a mirar con ella las figuras en la pantalla, las ciencias psi invitan al lego a asumir la perspectiva del científico, a salir de su “mundo de la vida” (*Lebenswelt*) y a verse a sí mismo como un objeto de observación científica, es decir, como una imagen.

Otro ejemplo del campo del *psico-entretenimiento* nos muestra cómo este esquema y su reparto de papeles se convierte rápidamente en una verdadera casa de espejos, en la cual se hace difícil de localizar la posición real del sujeto. En el programa de telerrealidad de la BBC *The Human Zoo* el ex presidente de la APA (*American Psychological Association*) Philip Zimbardo (conocido por su famoso/infame experimento de la cárcel de Stanford) habla sobre la psicología social de un grupo de personas reunidas en una casa llena de cámaras. Vemos a Zimbardo en una especie de sala de control, observando una docena de pantallas y volviéndose a intervalos regulares hacia la cámara para dar explicaciones psicológicas.⁵ Pero, ¿no es la ima-

³ Para la relación entre las ciencias y el entretenimiento véase al artículo de Heidi J. Figueroa Sarriera “Tecnologías de visualización en la investigación neuropsicológica” SARRIERA FIGUEROA, H. J. 2013. Tecnologías de visualización en la investigación neuropsicológica: un estudio de caso sobre imaginario corporal Visualization technology in neuropsychological research: A case study on corporal imaginary. *Athenea Digital*, 13, 3-20.

⁴ En España se emite una versión de este show televisivo americano, bajo el mismo título, en la cadena Cuatro.

⁵ Para esta escena, véase un fragmento en <http://www.youtube.com/watch?v=EIU5xKyg9UA>.

ginería de Zimbardo escudriñando sus monitores muy similar a la del sujeto cotidiano fisgoneando en su *Smartphone*, su *Tablet*, su portátil, la televisión, su *GPS* y el resto de las múltiples pantallas que se encuentran en el hábitat del hombre postmoderno? Para decirlo sin rodeos, mientras Zimbardo observa las sombras en su caverna tecnológica y toma estas imágenes por lo real, es él mismo quien está prefigurando el sujeto posmoderno sumergido en su entorno virtual.

A estas alturas ya se puede preguntar uno si las ciencias *psi* son adecuadas para analizar a dicho sujeto posmoderno así como al modo en que éste se constituye dentro de la cultura iconográfica (y su última variante: el ciber mundo). La estrecha relación, que suele ser negada, de estas ciencias con la imagen funciona siempre como un verdadero punto ciego. Por otra parte, no se debe olvidar que la cultura iconográfica está saturada a su vez por el discurso de la psicología. Pensemos por ejemplo en el cine y en la publicidad: la gramática de la lengua de la imagen está constituida en gran medida por la psicología y sus teorías. En lo que respecta a la cultura cibernética, se puede observar cómo los entornos virtuales ya son previamente cargados con psicología por los diseñadores. Considérese por ejemplo lo que Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, dice literalmente:

Creo que esa es una de las ideas básicas que tratamos de aplicar al desarrollo de Facebook. Lo que [a la gente] realmente [le] interesa es lo que pasa con la gente que les importa. Se trata de darle a la gente las herramientas y controles que necesitan para sentirse cómodos compartiendo la información que desean. Si lo hace, se crea un servicio muy valioso. Es tanto psicología y sociología como tecnología.

(Larson, 2011, traducción propia).⁶

Por eso la idea de una psicología o de una neurología de Facebook puede quedar fácilmente atrapada en su propia red. Dicho de otra manera, Facebook, en lugar de ser analizable por las ciencias neuropsicológicas (o de ser informativo para ellas) es, sobre todo, informado *por* ellas. Y además, se pueden discernir fácilmente los motivos comerciales en la declaración de

⁶ Cita original en inglés: "I think that that's one of the core insights that we try to apply to developing Facebook. What [people are] really interested in is what's going on with the people they care about. It's all about giving people the tools and controls that they need to be comfortable sharing the information that they want. If you do that, you create a very valuable service. It's as much psychology and sociology as it is technology."

Zuckerberg: “el servicio valioso” es sobre todo la información que la gente comparte *con Facebook*. Esto es valioso sobre todo para las empresas anunciantes. De este modo, ya que Facebook nos promete que nos va a permitir enfocarnos en lo que realmente importa (cosas inmateriales), esta movilización de lo *real psicológico* presupuesto sirve sobre todo para expropiarlo. Así nuestro *ágalma*, por utilizar el término platónico, nuestro postulado fondo precioso, es convertido en moneda fuerte.

Por lo tanto —y aquí encontramos la cuestión de la crítica y de la resistencia— ¿está el problema principal en intentar guardar la subjetividad fuera del ciber mundo? ¿Podríamos siquiera decir que hay cosas que se resisten a ser computerizadas y que éstas forman el verdadero núcleo de lo humano? Es evidente que estas suposiciones están conectadas con el tema del cual hemos partido. Piénsese en expresiones como “esto que no se puede escanear”, “esto que no se puede visualizar en el cerebro”, “eso es la médula de la subjetividad”. Por ejemplo se podría argumentar que el gesto sutil, la mímica mínima, la suave brisa de una reminiscencia o una mirada delicada de comprensión se oponen a la digitalización y a la visualización. Pero aquello que hoy está todavía en lenguaje analógico o aún no escaneado, mañana quizá llegue a ser numerado y mapeado. Basta pensar por ejemplo en el sistema de reconocimiento automático de emociones,⁷ una evolución técnica, a propósito, en la que las ciencias psy- han jugado un papel importante (véase por ejemplo a Gunes and Pantic, 2010).⁸ Según los autores franceses Jean-François Fogel y Bruno Patino la digitalización no conoce límites más que en un punto particular:

Cualquier innovación por otra parte se supera con el tiempo, el único elemento sostenible es la conexión. Un nombre de usuario sumado a una contraseña para acceder a una red: este es el ligero equipaje que todo el mundo está seguro de traer consigo mañana.

(Fogel and Patino, 2013, traducción propia).⁹

⁷ Véase por ejemplo el sitio web de “Visual recognition”, una empresa *spin-off* del Laboratorio ISLA en la Universidad de Amsterdam: <http://www.visual-recognition.nl/>.

⁸ En este punto nos encontramos con una cuestión intrigante: aunque lo digital es algo que empuja casi naturalmente hacia las imágenes, en la evolución técnica la digitalización de lo visual fue posible sólo más tarde.

⁹ Cita original en francés: “Toute innovation finit d'ailleurs par être dépassée ; le seul élément durable, c'est la connexion. Un login ajouté au mot de passe pour avoir accès à un réseau : voilà le léger bagage que chacun est sûr d'emmener demain avec soi.»

¿Hay de esta manera una frontera para la digitalización y la visualización: la subjetividad misma? Tal vez deberíamos sin embargo separar aquí los dos términos que hasta ahora hemos considerado conjuntamente: es decir, lo psíquico y lo neuro. Porque la lógica en las ciencias psi contemporáneas parece ser que cuando lo psíquico vuelve a ser computerizado, se supone que la base material-orgánica (lo neuro) ha sido demostrada. Es decir, cuando la tecnología logre digitalizar —y esto, hoy, equivale a ser visualizado— las cosas que solemos llamar típicas del ser humano (como la conciencia, el humor y el amor), se considerarán completamente aclaradas por sus bases neurológicas. ¿No se podría decir entonces que, en este caso, lo psicológico se convierte en lo neurológico? Y, por lo tanto, tal vez Fogel y Patino se equivocan cuando piensan que aquello constante de ser “conectado” es y será la combinación de un nombre de usuario y una contraseña, pues se podría decir que esto es aún *vieja psicología*. Es decir, la contraseña parece pertenecer al *ágalma* psicológico: es nuestro íntimo secreto, tal vez nuestro pequeño y sucio secreto. De aquí la recomendación de no anotar tu contraseña ni en papel ni en formato electrónico: hay que evitar que sea digitalizada. Mientras que, por supuesto, tu contraseña ya es de siempre conocida por el sistema electrónico, pero esto todavía podríamos entenderlo en el esquema psicológico. Tu contraseña es sólo conocida por el Otro (en términos lacanianos, el Gran Otro), el Otro tecnológico. Sin embargo, los días de la contraseña psicológica y cuasi-analógica ya están contados: muchos dispositivos electrónicos funcionan ya con contraseñas biométricas (el escáner de huellas dactilares, del iris, y quizá en el futuro, un escáner genético: *por favor, lamer aquí*). Una contraseña biométrica no solo es más segura, también es más idiosincrática que su contraseña analógica-psicológica.

La conclusión es entonces que tu unicidad no es psicológica, es bioneurológica. Paradójicamente, tú no tienes acceso a lo que verdaderamente eres tú: no se puede conocer directamente, se necesita la mediación tecnológico-neurológica, que consiste precisamente en visualizar lo que eres tú, o mejor dicho, lo que es *en* ti más que tú. Formulado en estos últimos términos, ya se asoma algo del orden del *surplus*, pero, por el momento, la observación primera es que cuando la cultura iconográfica culmina en la esfera virtual, se puede notar, en el seno de esta dinámica, un desplazamiento desde el paradigma psicológico al paradigma neurológico. Dado que en el ámbito neuropsicológico, la muerte de la psique está a punto de ser proclamada, es hora de desentrañar la genealogía de este proceso.

El avatar psico-neurológico

¿No es una anomalía que actualmente, en el preciso momento en que se reduce el ser humano a su materialidad (su química, su biología e incluso su mecánica cuántica), la subjetividad se haya convertido de forma concomitante en una cuestión *inmaterial*, ya que ésta se mueve ahora primordialmente en el mundo virtual de Facebook, Twitter, los juegos en línea y las e-comunidades?

Pero, es importante entender que la existencia humana, como una cuestión cultural, discursiva y social, siempre ha pasado de un modo u otro a través de lo virtual. Basta pensar en la multiplicidad de las construcciones históricas (religiosas u otras) de un espacio o un tiempo imaginario, sea la imaginación de un pre-mundo, un universo más allá o un mundo paralelo.

También se podría decir que ya en *la vieja psicología*, la dimensión de lo virtual era a su vez central. Y esto era así porque a través del paradigma principal de la psicología, la interpelación de “mira, eso es lo que eres”, se le mostraba al sujeto interpelado una imagen, un *homo psychologicus*, un *homúnculo psicológico*, o en otras palabras, un ‘yo’ virtual o avatar que duplicaba su vida o incluso se hacía cargo de la misma. Aquí se revela una brecha epistemológica y ontológica: el así llamado sujeto *psicologizado* está separado de sí mismo o, en la terminología derrideana (Derrida et al., 2002), “tele” (alejado) del *homo (neuro)psychologicus* que se dice que es. *Mira, eso es lo que eres* confronta el sujeto con su otro virtual. Por supuesto, esta virtualidad no debe ser asociada únicamente a las ciencias psi, pues está, en un sentido más amplio, conectada al hecho de que la existencia del ser humano es fundamentalmente discursiva. Vivimos en el lenguaje y, como afirma Marc De Kesel, el ser que habla siempre se elude a sí mismo; el ser discursivo es así siempre “tele” de sí mismo (De Kesel, 2010). Esta lógica es una tendencia subyacente mayor en las ciencias psi, y sin embargo no es reconocida como tal.

Por lo tanto no es de extrañar que con el giro neurológico, la dimensión de lo virtual dé otra vuelta de tuerca. Considérese por ejemplo el experimento mental de Robert Nozick:

Supongamos que existiera una máquina de experiencias que proporcionara cualquier experiencia que usted deseara. Neuropsicólogos fabulosos podrían estimular nuestro cerebro de tal modo que pensáramos y sintiéramos que estábamos escribiendo una gran novela, haciendo amigos o leyendo un libro interesante. Estaríamos todo el tiempo flotando dentro de un tan-

que, con electrodos conectados al cerebro. ¿Debemos permanecer encadenados a esta máquina para toda la vida, preprogramando las experiencias vitales?

(Nozick, 1988)

Aquí se muestra que el nivel cerebral, casi naturalmente, abre el espacio virtual. Cuando lo que se experimenta, se piensa o se siente no es nada más que impulsos eléctricos y reacciones químicas, lo que se llama “la realidad” recibe otro estatuto, o incluso podríamos decir que se duplica. Pero, por supuesto, si aquel tanque nos recuerda las cunas llenas de líquido de la película *The Matrix*,¹⁰ a continuación, una referencia más obvia serían quizás los experimentos psicológicos concernientes a la privación sensorial, en los que los sujetos a prueba eran privados de estimulación sensorial por medio de, entre otras cosas, sumergirlos en tanques llenos de agua de temperatura a nivel corporal. Nótese que aquí, donde la psicología es el proveedor oculto del imaginario de las neurociencias, la disciplina funcionó como un “mediador evanescente” (*vanishing mediator*, un concepto utilizado por teóricos hegelianos como Frederic Jameson y Slavoj Žižek). Es decir, como principio organizador de lo neurológico y lo virtual, la *psique* está condenada a desaparecer en el vórtice materialista-virtual.

De esta manera, cuando, como se ha mencionado más arriba, la realidad analógica, fundada por el Logos, ya era siempre virtual, se puede decir que las neurociencias establecen *una segunda virtualización*, quizá precisamente para enfrentar y contener la primera. Una manera de comprender esto es por medio de la esfera económico-política: las neurociencias, se podría decir, sirven como una pseudo-concretización que intenta hacer más tangible y gestionable la ya virtualizada realidad económico-política actual. Es decir, en la primera virtualización se trata de la vida precaria en el mundo post-moderno y post-fordista, donde tener un trabajo o vivir en una casa son cosas que pueden desaparecer de hoy para mañana, donde por fin se realizarán las palabras de Karl Marx, “todo lo sólido se desvanece en el aire”. Esta virtualización es enfrentada por una pseudo-concretización que en efecto resulta a su vez en una nueva virtualización. Es su cerebro, nos dicen, el que define sus pensamientos, sus capacidades, sus éxitos, sus fracasos, y por eso, su posición en la sociedad. Pero, la buena noticia es que su cerebro se puede entrenar: con ejercicios, juegos, aparatos y con sustancias químicas... Cuando

¹⁰ Esta película muestra además que nunca se puede estar seguro de donde –de la realidad o de lo virtual mismo– viene la pregunta sobre si quieres o no permanecer encadenado para toda la vida a la máquina.

en estos tiempos globalizados, la economía post-fordista viene sobre todo propulsada por un principio inmaterial y virtual, los discursos sobre el cerebro nos traen aparentemente de nuevo una realidad concreta y palpable pero, en efecto, virtualizada.

Así, el giro neurológico y el giro virtual tienen en común la búsqueda de “lo *real más que real*”. Aquí uso otra vez las palabras de Jean Baudrillard con las que describe la obsesión por lo real en nuestra sociedad ultra-mediatizada:

Esta mitología se afianza en la exigencia cada vez más voraz de realidad, de «verdad», de «objetividad». En todas partes se impone el cine-verdad, el reportaje en directo, el flash, el photo shock, el documento testimonial, etc. En todas partes, lo que se busca es «el corazón del acontecimiento», el «centro del alboroto», «en vivo», el «cara a cara» —el vértigo de la presencia total en el lugar donde ocurren los hechos, el Gran Escalofrío de lo Vivido—, o sea, una vez más el MILAGRO, porque la verdad de lo visto, lo televisado, lo registrado en una cinta, es precisamente *que yo no estaba en el lugar*. Pero lo que cuenta es lo más verdadero que lo verdadero, en otras palabras, el hecho de estar allí sin estar allí, o, para decirlo aún de otro modo, la *fantasía*.

(Baudrillard, 2009).

Aquí podemos volver al tema de la telerrealidad: literalmente, la telerrealidad (lo ‘tele’ de la realidad, lo más allá de la realidad) intenta tocar a lo real de la realidad, mostrando que, paradójicamente, lo real necesita la representación y la mediación de la televisión. También en la Realidad Virtual (RV) lo que se busca no es lo real de las cosas (de las personas o del mundo en sí) sino lo real de lo real. Déjenme ilustrar esto con una anécdota: en cierta ocasión, en un acontecimiento social, conocí a una mujer, hablamos sobre lo que cada uno hacía en la vida y, al final, me preguntó cómo se escribía mi nombre porque iba a “googlearme” en internet. Para utilizar el chiste de Sherry Turkle,¹¹ no me tomó en “face value” sino en “interface value”:¹² lo

¹¹ Turkle escribe que en la actitud posmoderna “se toma las cosas por su valor de interfaz” (we “take things at their interface value”) TURKLE, S. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York, Simon and Schuster..

¹² El chiste es de difícil traducción: “face value” es “valor nominal” (en inglés “to take something or someone on face value” —tomar algo o alguien en valor nominal— quiere decir tomar algo como se presenta en sí), y “interface value” es literalmente “valor interfaz”.

real de mi presencia (cara a cara, frente a frente), no le bastó, internet iba a revelarle lo real más allá de lo real.

Visto de modo más general, el ciber mundo parece abrir una puerta hacia el interior de las cosas. A través de internet se entra ahora por ejemplo al interior de muchos espacios que antes no eran fácilmente accesibles: se pueden visitar sitios web de gobiernos, de instituciones, de empresas y sobre todo de grandes tiendas. Por supuesto, el acceso a estos sitios web está en realidad generalmente controlado, pero, potencialmente, por medio del hackeo por ejemplo, se puede tener acceso al *centro nervioso* de casi todo.

Y aquí volvemos a la lógica de las ciencias neuropsicológicas. Las imágenes escaneadas del cerebro también ofrecen una mirada hacia adentro, hacia lo más allá de lo real. Lo que el lego entiende, supuestamente en un sentido ingenuo, como amor, libre albedrío o altruismo, las neurociencias lo relacionan a su verdadera base orgánico-material. El “adentro” reduce de esta manera estos fenómenos a meras ilusiones o trucos de la mente y nos muestra lo que está realmente en juego. Parece que al ser humano se le debe decir quién es realmente, se le debe *mostrar* quién es, se le debe mostrar la imagen de su avatar neuropsicológico: *mira, eso es lo que eres realmente*.

Sin embargo, volviendo a Baudrillard, se puede decir que esta fascinación con lo real nos lleva hasta la obscenidad:

Todos los media y la información tienen como tarea hoy en día producir (entrevistas, en directo, cine, TV-verité, etc.) ese real, ese añadido de real. Hay demasiado, se cae en lo obsceno y el porno. Una especie de zoom en el porno nos aproxima demasiado de lo real, que nunca existió, no tuvo nunca sentido más que a una cierta distancia.

(Baudrillard, 1978).

¿No está eso en juego en el campo de las neurociencias? Las imágenes del cerebro y la hélice de ADN son las imágenes que producen un “yo” objetivado que se puede ver de cerca, un “yo” que se multiplica casi infinitamente en una serie de imágenes multicolor. Para demostrar las obscenidades potenciales de este esquema, permítanme relatar otra anécdota. En una conferencia reciente di una ponencia sobre psicoanálisis y mencioné (muy de pasada) algo sobre las emociones. Durante la discusión alguien me respondió de manera muy exaltada: “Yo no sé

de qué está hablando, emociones no son ni más ni menos que actividad cerebral, el resto son sólo cuentos.” Esa misma es precisamente, a mi entender, la esencia de los enfoques neuropsicológicos actuales: la idea de que *tenemos que* deshacernos de las historias innecesarias. Hoy, creemos, podemos enfrentar lo real sin mediación. Eso se puede llamar psico-porno, o porno cerebral: no nos moleste con las escenas introductorias, vayamos directamente a las escenas carnales. Piénsese por ejemplo en la tesis según la cual las psicoterapias deben partir de la llamada “investigación basada en la evidencia”. Esto último deberíamos entenderlo de la siguiente manera: las estadísticas son los árbitros finales que deciden qué programas terapéuticos funcionan. Ya no es más importante entender cómo o por qué, las cifras desnudas son suficientes: ni cuentos ni coñazos, por favor. Estos enfoques se conectan además sin problemas a las corrientes gerenciales y neoliberales de la política de hoy en día: nada de debates ideológicos ni discusiones sobre izquierda o derecha por favor: hacemos lo que tenemos que hacer.

Parece ser entonces que en la condición postmoderna estamos más allá de la historia, de los cuentos, de la dimensión discursiva en sí. En la esfera virtual existe un fenómeno que se llama ASMR (“autonomous sensory meridian response” o respuesta sensorial meridiana autónoma). En este sentido se pueden ver varios videos en YouTube donde personas ojean un libro,¹³ rasguñan un cuaderno de dibujo,¹⁴ representan una pequeña escena cotidiana,¹⁵ o susurran algo en japonés.¹⁶ Es evidente que estos videos, que están destinados a generar un efecto relajante en los espectadores —se habla de “orgasmos cerebrales”—no tienen la intención de contar una historia. Un joven que me habló de su inmersión profunda en los mismos me dijo que actualmente el contenido no es importante. Todo lo cual parece muy diferente de lo que pasa cuando se ve una película: en este caso uno se sumerge en la historia, se identifica con los personajes y así, como se dice, se suspende la incredulidad. Se podría decir que el paradigma de la película conecta con las teorías psicológicas y sobre todo con las teorías psicodinámicas: piénsese por ejemplo en Sigmund Freud y sus concepciones de la identificación y del inconsciente. Sin embargo, parece que el marco explicativo del ASMR es otro: aquí tenemos que referirnos por ejemplo a la teoría de los múltiples personajes o historias de dispersión de Gilles

¹³ http://www.youtube.com/watch?v=_ldkFNtGv1M

¹⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=slpDYhVI14E>

¹⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=DMCGW7JH0rw>

¹⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=WpOFQosAdo>

Deleuze y sobre todo a las neurociencias para explicar el efecto placentero (descrito por ciertas personas como un hormigueo en el cuero cabelludo, expandiéndose a veces por la espalda, los hombros e incluso hasta las rodillas). Pero, lo más importante que tenemos que retener aquí no es sólo que lo virtual parece estar más allá de la dimensión discursiva, sino también que la idea hegemónica a día de hoy es que, para entender el mundo –o quizás mejor dicho *para analizarlo*, porque suponemos que hoy no hay nada más para entender— los medios discursivos se han convertido en algo redundante.

Tal vez esto inspiró al escritor portugués José Saramago al describir esta situación en términos más controvertidos: “Sabremos cada vez menos qué es un ser humano” – un juicio en marcado contraste con la promesa del Proyecto Cerebro Humano (véase más arriba) de “obtener conocimientos profundos sobre lo que nos hace humanos” (Saramago, 2010). En otras palabras, ya que ahora sabemos que el amor, el libre albedrío y el altruismo no son nada más que trucos y espejismos virtuales del cerebro y el gnomo, nuestro saber en sí sobre lo humano se ha disminuido en verdad actualmente. Cuando se sabe que en el amor uno está propulsado por sustancias químicas e impulsos eléctricos, ¿no es esto un saber que corre el riesgo de neutralizar o incluso destruir el amor? Además, en el campo social tal saber tiene también efectos paralizantes: discusiones sobre el libre albedrío por ejemplo se resuelven finalmente afirmando que la ética se convierte en un ámbito muy problemático. Piénsese sin ir más lejos en el caso de los homicidios, se ha vuelto casi imposible mantener cualquier concepción jurídica de la responsabilidad. Entonces, ¿no tendremos que duplicar el dictamen de Saramago de esta forma: *sabremos cada vez menos qué es una sociedad humana*? Por lo tanto, ¿no es el ciberespacio justamente una sociedad *ersatz*, una esfera sucedánea, que tiene que ocultar sobre todo nuestro interbloqueo contemporáneo postmoderno con respecto a nuestro saber sobre el ser humano y su sociedad?

La ciberágora

En nuestra era post-moderna parece que hemos ido más allá de las historias discursivas, estamos en el plano rizomático de lo virtual, en donde las imágenes ya no son parte de una estructura discursiva comprensible (traducible) a través de otra estructura discursiva (como el psicoanálisis) sino que son imágenes e iconos que se suceden, se multiplican y así efectúan, en el plano corporal mismo, supuestamente, una conciencia y una identidad fugaz.

Pero aquí, donde nos encontramos tácitamente más allá de Freud, ¿no estamos también más allá de la sexualidad? Algunos psicoanalistas han incluso afirmado que en la fenomenología de los síntomas se observa un retiro de lo sexual o por lo menos un cambio con respecto a la sexualidad. Considérese este informe sobre los llamados “nuevos síntomas”:

En vez de fobias, nos encontramos con trastornos de pánico. En lugar de síntomas de conversión, nos encontramos con el trastorno de somatización [...] el paciente dócil neurótico de antaño que soñaba con actividades sexuales prohibidas manifestadas en una infinidad de sentimientos de culpa y que conducían a síntomas fóbicos y obsesivos [...] ha casi desaparecido. En lugar de eso, nos enfrentamos al promiscuo paciente borderline, agresivo, que combina trastornos de alimentación con adicciones y automutilación (Verhaeghe, 2007, traducción propia).¹⁷

Tal vez, esta desexualización en el campo clínico se duplica en la esfera de lo público. Piénsese, como escribe Baudrillard, que en la sociedad de consumo el centro comercial efectúa una homogeneización completa: diferentes aspectos de la vida (trabajo, ocio, naturaleza, cultura), antes desgarrados y más o menos irreductibles el uno al otro, finalmente están mezclados, amasados y homogeneizados: “¡todo queda finalmente asexuado en el mismo ambiente hermafrodita de la moda!” (Baudrillard, 2009). O como canta Del Amitri, en el centro comercial

¹⁷ Cita original en inglés: “... instead of phobias, we meet with panic disorders. Instead of conversion symptoms, we find somatization disorder. (...) yesterday’s docile psychoneurotic patient who dreamt of forbidden sexual activities resulting in massive feelings of guilt that lead to phobic and obsessional symptoms, (...) has almost disappeared. Instead of that, we are confronted with the promiscuous, aggressive borderline patient who combines eating disorders with addictions and self mutilation.”

“sólo los compradores son seducidos.”¹⁸ Esta desexualización, a mi parecer, está desafiada únicamente por los jóvenes considerados “vagos”, al pasear por los centros comerciales intentando flirtear con las chicas que están de compras.

Baudrillard describe además cómo la antigua diferencia entre la calle y los escaparates de las tiendas desaparece en el centro comercial: la calle en un centro comercial es una calle falsa y artificial, es sólo el limbo y el proscenio de la tienda. En lugar de ser un lugar público la calle se vuelve un espacio ficticio y virtual, parte de la hegemonía de lo comercial. Esto, por supuesto, podría haber sido también la definición de internet: no es un espacio público o compartido, es un espacio que está ya desde siempre, o potencialmente, comercializado.

Sin embargo, ¿no vamos demasiado rápido? ¿No es la esfera virtual todo menos desexualizada, no hay una verdadera *pornificación* en internet? Esto parece imposible de refutar. Pero por otro lado, como ya se ha argumentado, esta pornificación efectúa precisamente una desexualización: el acceso fácil a material pornográfico y la gratificación instantánea correspondiente conduce a una desexualización de la vida real. Pero, además, en el propio ciber mundo se puede notar también junto a la pornificación una tendencia desexualizante. Recordemos que en el fenómeno de la ASMR se hablaba de orgasmo *cerebral*. Muchos testimonios en internet, lo dicen claramente:

[...] Que no son orgasmos. De hecho, confundir la ASMR con algo remotamente sexual arruina toda la experiencia. Si alguien fuera a tocarte, o a decir algo sexual, o incluso a hacer sugerencias sexuales durante una sesión de ASMR, te sacaría de tu trance por completo (Fagan, 2012, traducción propia).¹⁹

Por supuesto, cuando uno es freudiano (para decirlo claramente, yo lo soy), es fácil reconocer aquí una negación freudiana. Basta ver en los videos de ASMR los primeros planos de uñas pintadas manipulando cosas, o bocas (también pintadas) susurrando sugestivamente para en-

¹⁸ “And the riverside where we first kissed has now been reduced/To a phoney old world market where only shoppers get seduces” de la canción “Surface Of The Moon” de Del Amitri

¹⁹ Cita original en inglés: “... they are not orgasms. In fact, to confuse ASMR with something even remotely sexual ruins the entire experience. If someone were to touch you, or say something sexual, or even make sexual implications during an ASMR session, it would jerk you out of your trance completely.”

tender que la dimensión fetiche²⁰ está muy presente. Además, se puede decir que desde la perspectiva del psicoanálisis sexualización y desexualización siempre han sido dos caras de la misma moneda: en el freudismo lo sexual se desexualiza y, viceversa, lo no-sexual se sexualiza. Esto es exactamente lo que el fenómeno de la ASMR muestra: atestiguando una preocupación por el cuerpo (algo muy presente en internet) en la ASMR la desexualización depende de una negación de lo sexual. En general, se puede decir con Burgoyne y Leader que el giro temático hacia el cuerpo ha servido siempre a la desexualización:

Tanto en la época de Freud como en la nuestra, la presión sobre los problemas del cuerpo en detrimento de la consideración de las relaciones entre el cuerpo y la mente ha tenido paradójicamente el efecto de desexualizar los motivos del psicoanálisis: tal como Freud informa en su *Lecturas Introdutorias*, el descubrimiento triunfal del tema del parto como un hilo conductor subyacente en muchos casos de histeria brindó a las autoridades que estaban buscándolo la apariencia de una refutación de la teoría general de Freud sobre el sexo.

(Burgoyne and Leader, 2009, mi traducción).²¹

¿No se puede entender de esta manera que el giro hacia el cerebro es un discurso anti-freudiano que intenta rechazar el paradigma de la sexualidad del psicoanálisis? Aparentemente para las neurociencias, desde sus versiones académicas hasta sus popularizaciones, el cerebro no tiene sexo. En el discurso del cerebro, hablando de neuronas, sinapsis y zonas del cerebro, la idea de la sexualidad como factor causal en los trastornos mentales ha desaparecido. Cathérine Malabou, una filósofa francesa, sostiene que ya es hora de reemplazar la sexualidad freudiana (como principio organizador tanto de la psique como de la sociedad) por la “cerebralidad”. Además, según Malabou “la gran enseñanza metafísica de la neurobiología actual” ha sido considerar el daño cerebral no como una posibilidad aislada, cosas raras que ocurren en los hospitales, sino como una posibilidad constante (Malabou y Vahanian, 2008, p. 9). Aquí el

²⁰ Como ya ha comentado Joshua Hudelson HUDELSON, J. 2012. *Listening to Whisperers: Performance, ASMR Community and Fetish on YouTube*. Available from: <http://soundstudiesblog.com/2012/12/10/whisper-community/2013>].

²¹ Cita original en inglés: “Both in Freud’s time and in ours, the stress on problems of the body at the expense of consideration of relations between the body and the mind has paradoxically had the effect of desexualizing the motives of psychoanalysis: as Freud reports in his *Introductory Lectures*, the triumphant discovery of the theme of childbirth as an underlying leitmotif in many cases of hysteria provided those authorities who were looking for it with the semblance of a refutation of Freud’s general theory of sex.”

cerebro parece un objeto de un *mysterium tremendum et fascinans*. Considérese por ejemplo que el cerebro se ha convertido en las últimas décadas en objeto de una extraña adoración, sino incluso de culto. Si la teoría de Freud sobre la sexualidad condujo a un movimiento entusiasta por la liberación de la sexualidad (que es de por sí contrario a la teoría de Freud en sí misma), ahora somos testigos de la celebración de la liberación del cerebro (puesto al descubierto). Basta con contemplar la estetización del cerebro (*el hermoso cerebro*) y las posturas optimistas de *desarrolla tu cerebro*, *viaja a tu cerebro*, *pon en forma tu cerebro*, e incluso, *disfruta tu cerebro*.

Aquí estamos otra vez de vuelta con Baudrillard, que explícitamente conectó el cerebro al espectáculo:

Todo lo que nos fascina, es el espectáculo del cerebro y de su funcionamiento. Quisiéramos que nos fuese permitido contemplar el proceder de nuestros pensamientos —y esto es una superstición.

(Baudrillard, 1990).

Queremos vernos a nosotros mismos, nos fascina vernos pensar, querer, desear. Tal vez es por eso que decimos que no hay un agente unificador del pensamiento, que no hay libre albedrío y que no hay tal cosa como el amor: porque cuando estamos observando todo esto, ya estamos afuera de, más allá del pensamiento, de la voluntad, del deseo. El hecho de mirar el espectáculo del cerebro engendra un *surplus*, una agencia paradójica, aparentemente afuera del pensamiento, la voluntad, el deseo. Por supuesto, podemos conectar esto otra vez con el hecho de que el ser humano, viviendo en Logos, siempre está “tele” de sí mismo: en el momento en el que el ser humano habló, surgió un *extra yo* que se contemplaba (y se miraba) a sí mismo. Se puede decir que en la modernidad esta agencia sobrante, este *en el sujeto, más que el sujeto*, resurgió de una manera específica, que aparece redefinida en el cartesianismo como el *Cogito*, resultando esto último en el mismo movimiento en la fundación de las ciencias modernas.

Entonces, ¿no es el ciber mundo el último hogar, el hábitat contemporáneo de esta intervención supra-humana, o mejor dicho, de su avatar: el *homunculus* neurológico vestido con su colorido traje en los escáneres cerebrales? Pero, cuando el ciber mundo está siendo celebrado por muchos como lugar de posibilidades infinitas y potencialmente emancipadoras (las cuales

podrían abrir al fin una vía hacia la democracia directa), no me parece sin embargo claro que en dicho ciber mundo aquel núcleo supra-humano propio de cada ser hablante sea universalizado. La existencia de una ciberágora como una esfera común y social es problemática, aunque sólo sea porque el imaginario del ser humano como portador de su cerebro rápidamente evoca una virtualidad estrictamente solipsista. Basta pensar en el experimento imaginario, comparable con el de Nozick antes mencionado, del *cerebro-en-una-cubeta* y su premisa de un cerebro sin cuerpo introducido en una cubeta llena de líquido y conectado a una supercomputadora: como el ordenador proporciona impulsos eléctricos "tú" crees que estás encarnado y viviendo en un mundo real (véase a Putnam, 1981, Dennett, 1978). Esta dinámica solipsista parece estar en vigor en el ciber mundo: piénsese que internet se ha convertido cada vez más en un espacio estrictamente individual. Con la Web 2.0, internet se reconstruye constantemente para cada usuario: algoritmos basados en tu perfil personal determinan no sólo la vista y el diseño de las páginas, sino también los contenidos. Cada vez que visitas una página, la información sobre en qué haces clic (dime en qué haces clic...), cuánto tiempo pasas en una página, si vuelves o no... todo esto es utilizado en las siguientes veces que accedes. Los motivos, por supuesto, son sobre todo comerciales: el internet adaptivo tiene como objetivo principal llevarte lo antes posible a una gama específica de productos o servicios. De esta manera, internet no es una comunidad, no es un sucedáneo de lo social, no es un foro público; se arriesga a ser sobre todo un espacio solipsista diseñado con un enfoque comercial. *Lo que ves es lo que obtienes* (WYSIWYG, o, *What You See Is What You Get*) aquí obtiene un nuevo significado: incluso Google te da los resultados de búsqueda que coincidan con tu perfil.

Por otra parte, al mismo tiempo que la esfera virtual, como esfera pseudo-pública, está ganando importancia y alcance, hay que observar que en la vida real los espacios colectivos están en peligro. En estos tiempos de expropiación de los bienes comunes, urbanizaciones cerradas y cierre del espacio público, internet nos ofrece sobre todo un simulacro de lo común. Como dice Baudrillard, internet simula simplemente un espacio mental libre (Baudrillard, 2002). En otro lugar, el filósofo francés añade:

Por lo tanto, existo en un universo paralelo, el ciberespacio. Al menos en 250 sitios web estoy siendo avistado. Internet piensa acerca de mí. Los sitios web me hacen pensar irresistiblemente en yacimientos prehistóricos y arqueológicos - mi doble fosilizado deambula por la

red, o mi superego electrónico, aquél que nunca encontraré (Baudrillard and Gingeras, 2005, traducción propia).²²

Por supuesto, cuando el “yo” virtual parece un zombi en Pompeya es fundamental recordar que el ser hablante estaba ya desde siempre muerto, pero no lo sabía. Pero hoy, con las nuevas técnicas de digitalización, por primera vez, podemos ver a nuestro doble, nuestro muerto viviente, como un icono. En el capitalismo 2.0, que logra realizar la economía de la cultura iconográfica como nunca antes, este doble vuelve a ser el punto focal del espectáculo de una ciberágora solipsista.

Conclusión

La crítica obvia y expresada repetidas veces sobre la IRMf (imagen por resonancia magnética funcional) –el método más popular para visualizar el cerebro— es que representa la actividad de las personas que yacen en una máquina, que no están envueltos en verdad en una situación real, sino que sólo la imaginan (véase por ejemplo Álvarez, 2011). Sin embargo, esto puede estar pasando por alto el hecho de que la persona en el tubo IRMf –observando una pantalla, poniéndose auriculares, manipulando un teclado en una tarea similar a un juego de ordenador en red— se corresponde en realidad con un enfoque muy realista sobre el sujeto posmoderno, sumergido en una u otra forma de ciber-realidad. Piénsese otra vez en Zimbardo, en su sala de control escudriñando una docena de pantallas, y en como él está prefigurando el sujeto posmoderno conectado al mundo (virtual) por medio de múltiples pantallas.

Un ejemplo del gran alcance de esto es que ya se pueden ver niños pequeños que intentan usar los movimientos *swipe* frente a un escaparate: deslizando sus dedos para intentar agrandar o desplazar un objeto particular, y cuando no lo logran le dicen a sus padres: “papá, haz clic en este por favor”.²³

Pero, a pesar de que hoy la pantalla forma todavía parte del *hardware*, la evolución hacia pantallas virtuales no parece en verdad muy lejana. Recientemente Google presentó sus *gafas*

²² Cita original en inglés: “Thus I exist in a parallel universe, the cyberspace. At least on 250 sites I am being sighted. The Internet thinks about me. Internet sites irresistibly make me think of prehistoric or archeological sites – my fossilized double wanders along the net, or my electronic superego, the one I will never meet.”

²³ Tomo prestado este ejemplo a Jan Slaby, que experimentó esa situación (comunicación personal).

de realidad aumentada (*Project Glass*). Las lentes de estas gafas sirven como una pantalla translúcida que da acceso a internet mediante órdenes de voz. De esta manera las gafas permiten integrar información de una manera discreta en la visión o incluso mezclar sutilmente información con la imagen analógica (proyectando por ejemplo mapas de ruta en su visión). En una presentación, Timothy Jordan de Google explicó que hoy la tecnología es en muchas ocasiones un obstáculo. Jordan dio el ejemplo de gente que durante actuaciones toman fotos con sus *tablets* y sus móviles: “están viendo las pantallas en lugar del evento”. Según Jordan, Google Glass no es un obstáculo de la experiencia: “no te saca del momento.”²⁴ La tecnología aspira a ser una mediación sin mediación.

Pero, por supuesto, las gafas solo pueden ser un paso intermedio, el sueño de una tecnología directa y más allá de la mediación sólo se logrará cuando se pueda acceder directamente al cerebro por vía del nervio óptico (y para una experiencia total, también por el nervio auditivo, el nervio olfativo, el nervio del gusto y los nervios táctiles). Solo entonces se realizará la pantalla virtual que trascienda toda mediación posible. Pero, sobre todo cuando los cinco sentidos estén implicados, uno podría preguntarse si de esta manera la ausencia de toda mediación no resultará en que la experiencia misma de la pantalla se desvanezca. ¿No se entraría aquí en la confusión total? Es decir, en esta situación toda diferencia entre un afuera y un adentro, entre vida real e información, entre realidad y sueño se perdería, y realidad y pantalla coincidirían completamente. Esta idea de que no habrá ninguna mediación —ni siquiera con los dedos— parece, al menos para nosotros, una pesadilla. Pero quizá venga otra generación, para quienes tal vez no sea un problema escribir en su ordenador simplemente por medio del acto de pensar, para quienes baste idear una canción para escucharla o concentrarse en una película para verla. Para nosotros, sin embargo, esto sólo puede conducir a una cabeza inmersa en un caos total, con diferentes impulsos y múltiples imágenes y sonidos en movimiento y en competición. Aquí seguramente se recuerde el imaginario de Daniel C. Dennett: contra la idea de un teatro cartesiano, con una instancia mirando una pantalla, él mantiene que ser consciente de algo es el resultado de una competición entre diferentes contenidos, cada uno buscando “fama en el cerebro” (Dennett, 1991). Pero, como he argumentado en otro lugar, en este imaginario Dennett es superado por sus metáforas, pues sus conceptos de “fama en el cerebro” y “cele-

²⁴ Véase el fragmento <http://youtu.be/JpWmGX55a40>. La ironía es que en ese momento Jordan quiso poner un video que mostraba la experiencia de Google Glass, pero por razones técnicas el público tuvo que esperar: ¡hasta ahí la fantasía de evitar toda mediación!

bridad cerebral” todavía presuponen una pantalla y un público y siguen en deuda con la lógica de la representación y de la mediación (De Vos, 2009). ¿No es la conclusión entonces que una mediación u otra, una pantalla u otra, siempre será reinstalada a pesar de que la tecnología las elimine aparentemente a todas?

Una vez que la tecnología supere todas las vías de intermediación para alcanzar el cerebro, sistemas internos de mediación me siguen pareciendo necesarios, aunque sólo sea para evitar las obscenidades y las perversidades que de seguro surgirían y que serían bastante inapropiadas, sobre todo cuando otras personas tengan acceso a estos contenidos (el síndrome de Gilles de la Tourette generalizado). ¿No habrá, de esta manera, una restauración de un sujeto cartesiano, una intervención central que funcione gracias a su distancia de la pantalla interna?

Cuál sería el diseño, la ergonomía de estas interfaces de mediación y sobre todo qué forma de intervención se instauraría en este caso, está todavía por verse. Y en lo que se refiere a la intervención que resultará, la pregunta principal sería ¿qué ropaje *psicológico* le encajaría mejor – quizás un sujeto freudiano, capaz de reprimir? Seguro que hoy el cerebro –el cerebro iconográfico que nos observa desde los tabloncillos de los anuncios académicos, los periódicos, las revistas y el resto de pantallas— es el interfaz, el mediador entre nosotros, sujetos vaciados y meros espectadores, y el ciber mundo que es aún más material de lo que suponemos. Este cerebro, ahora, es *iconografiado*, naturalizado, materializado y socialmente aislado por las ciencias psiconeurológicas para ser útil a los modos de producción y de consumo del capitalismo tardío.

Pero cuando (y si) lográsemos sobrepasar el acceso mediado y analógico al ciber mundo, cuando (y si) lográramos conectarnos directamente a una esfera virtual desmaterializada y descentrada, me parece que el interfaz necesario (es decir, que será necesario en mi opinión) resultará ser una intervención sin ninguna dimensión material (en el sentido clásico de la biología o la neurología) ya que tendrá que ser pura función de la interfaz de mediación. Quedaría por ver si esta intervención tendría un potencial social y político emancipador que por el momento sigue ausente en el cerebro iconográfico.

Bibliografía

- ALTHUSSER, L. (1971). *Ideology and Ideological State Apparatuses* (Notes towards an investigation). Lenin and Philosophy and Other Essays. London: New Left Books.
- ÁLVAREZ, M. P. (2011). The magnetism of neuroimaging: fashion, myth and ideology of the brain. *Papeles del Psicólogo*, 32, 98-112.
- BAUDRILLARD, J. (1978). *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Editorial Kairós.
- BAUDRILLARD, J. (1990). Videoesfera y sujeto fractal. In: Talens, J. (ed.) *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- BAUDRILLARD, J. (2002). *Screened out*, London, Verso Books.
- BAUDRILLARD, J. (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*, Madrid, Siglo XXI de España Editores.
- BAUDRILLARD, J. & GINGERAS, A. (2005). From Radical Incertitude, or Thought as Impostor. *International Journal of Baudrillard Studies*, 2.
- BURGOYNE, B. & LEADER, D. (2009). *A Problem of Scientific Influence*. The Symptom, 10.
- DE KESEL, M. (2010). *Goden breken. Essays over monotheïsme*, Amsterdam, Boom.
- DE VOS, J. (2009). On cerebral celebrity and reality TV. Subjectivity in times of brain-scans and psychotainment. *Configurations*, 17, 259-293.
- DE VOS, J. (2013). The universality of the virtual absence of Critical Psychology in Flanders. Some personal remarks. *Annual Review of Critical Psychology*, 10, 391-407.
- DENNETT, D. (1978). Brainstorms. *Philosophical essays on mind and psychology* Hassocks, Harvester press.
- DENNETT, D. C. (1991). *Consciousness explained*, Boston, MA, Little Brown.
- DERRIDA, J., STIEGLER, B. & BAJOREK, J. (2002). *Echographies of television*, Cambridge, Polity press.
- DUMIT, J. (2004). *Picturing personhood: Brain scans and biomedical identity*, Princeton, Princeton University Press.
- FAGAN, C. (2012). *I Have ASMR, Do You?* . Available from:
<http://thoughtcatalog.com/2012/i-have-asmr-do-you/> 2013
- FOGEL, J. F. & PATINO, B. (2013). *La condition numérique*, Paris, Grasset.

- GUNES, H. & PANTIC, M. (2010). Automatic, dimensional and continuous emotion recognition. *International Journal of Synthetic Emotions*, 1, 68-99.
- HUDELSON, J. (2012). Listening to Whisperers: Performance, *ASMR Community and Fetish* on YouTube. Available from:
<http://soundstudiesblog.com/2012/12/10/whisper-community/> [2013].
- NOZICK, R. (1988). *Anarquía, Estado y utopía*, México DF, Fondo de Cultura Económica México.
- LARSON, C. (2011). Mark Zuckerberg speaks at BYU. *Deseret News* [Online]. Available:
<http://www.deseretnews.com/article/print/700121651/Mark-Zuckerberg-speaks-at-BYU-calls-Facebook-as-much-psychology-and-sociology-as-it-is-technology.html> [Accessed Feb. 15, 2012].
- PUTNAM, H. (1981). *Reason, truth and history*, Cambridge, Cambridge University Press.
- SARAMAGO, J. (2010). *Las intermitencias de la muerte*, Madrid, Alfaguara.
- SARRIERA FIGUEROA, H. J. (2013). Tecnologías de visualización en la investigación neuropsicológica: un estudio de caso sobre imaginario corporal Visualization technology in neuropsychological research: A case study on corporal imaginary. *Athenea Digital*, 13, 3-20.
- TURKLE, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York, Simon and Schuster.
- VERHAEGHE, P. "Chronicle of a death foretold": the end of psychotherapy. *Health4Life Conference 2007*. Thinking, Feeling, Being: Critical Perspectives and Creative Engagement in Psychosocial Health, 2007 Dublin City University.
- WALKER, R. (2012). *The Human Brain Project: A report to the European Commission*. Lausanne: The HBP-PS Consortium.

