

Sumilla: isef@pucp.pe

Título: ¿Qué diría Baudrillard sobre *Facebook*? Hiperrealidad y virtualidad

Autor: Alonso Díaz Reinaltt

Universidad: PUCP

Correo electrónico: alonso9412@hotmail.com

En la ponencia se analizará la red social *Facebook* como un cuerpo hiperreal. El primer tema para abordar en esta ponencia será qué es lo virtual, definiéndolo a través de un texto de Pierre Levy titulado “¿Qué es lo virtual?”, en el cual se explica la virtualidad a partir de su significado etimológico, *virtus*, el cual significa virtud, potencia. La contraposición de lo virtual no es lo real, sino lo actual, por lo que lo virtual implica una nueva mostración del ser de su ente, diferente de la actual. Esta se caracteriza, en términos de Levy, por su ausencia física (un no estar en ningún lado), lo que implica que lo virtual es desterritorializado, que implica un status de ecstático respecto a lo que es virtualizado (en este caso, aquello que sería sumido a la virtualidad sería la identidad del sujeto), debido a que lo virtual va más allá de sí mismo: al retornar a la potencia, su rango de posibilidades se ve aumentado respecto a los límites actuales que posee. Otra característica es el acoplamiento a nuevos espacios temporales: al no haber un ahí, tampoco hay un ahora, por lo que lo virtual expone a nuevas relaciones con el tiempo.

Por otro lado, el siguiente paso es el de analizar la identidad (que es lo que se propone es trasladado del usuario hacia lo virtual), y para esto se mencionará no qué es la identidad sino cómo se manifiesta, partiendo de que esta se construye (es decir, no es ni completamente determinada biológica o psíquicamente en una suerte de “naturaleza humana” delimitada, ni es un mero flujo existencial sin base ni arraigo algunos), buscando en esta definición un punto medio entre las posturas esencialista y existencialista. Partiendo de una definición de Nuñez, Árdevol y Vayreda, se analizará la identidad virtual como una práctica social, que se define en primer lugar por las posibilidades ofrecidas por la plataforma virtual (es decir, los medios técnicos disponibles) y por el deseo del usuario: lo que quiere realizar o lo que desea lograr a través de la performance de su propia identidad. Esta, además, se da a través de estrategias: la representación y la simulación. En la primera se busca asociar la identidad virtual a la real a través de una cierta concordancia entre ambas. En la segunda se aprovecha los vacíos que permite la plataforma virtual para generar características que no necesariamente poseen concordancia con la identidad *offline*, sin una correspondencia externa. Identidad virtual sería, entonces, una mostración a partir de estrategias de simulación y representación mediadas por los fines buscados por el usuario y por los medios técnicos de la plataforma virtual, partiendo de los cambios espaciales y temporales de la virtualización como alejamiento de la actualidad hacia lo potencial. Lo trasladado no es la total de la identidad, ya que identidad *online* y *offline* poseen una existencia sincrónica: lo trasladado son prácticas, resignificadas y amoldadas a lo virtual.

En el caso de *Facebook*, una plataforma virtual con forma de red social donde se crea una cuenta para interactuar con otros usuarios, sujetos que, por obvio que sea, son portadores de una identidad. Dicha identidad, de carácter virtual, se manifiesta en su potencialidad: *Facebook* posee la capacidad de modificar, recrear y reconfigurar las características del sujeto que crea una cuenta en dicha plataforma. La identidad toma un carácter de autoconstrucción en esta debido al control que el usuario toma sobre lo que se publica de él y lo que él publica. Por otro lado, el carácter ecstático se da a partir de la realización de la subjetividad dentro de un mayor campo de elecciones temporales (el tiempo de las publicaciones contra los sucesos en tiempo real) y espaciales (la desterritorialización de los hechos sociales virtuales); este “espacio sin ahí” ya no está mediado por las distancias, estas son desbordadas. La cuenta es un espacio de difuminación de los límites, límites entre lo que se dice uno y lo que uno dice sobre sí mismo y a la vez los límites entre lo que se simula y lo que se representa: lo intersubjetivo y la autoconstrucción se cruzan en una tendencia a crear una imagen homogénea del usuario. Asimismo, en esta construcción entra a tallar los medios técnicos ofrecidos por *Facebook* (el perfil, el muro, los estados, las publicaciones, los chats, etc.) y las intenciones performativas del propio usuario. Se conjugan representación y simulación en esta construcción a partir de, por ejemplo, las cosas que se publican, lo que se elimina y las interacciones con otros.

Una vez entendida la red social *Facebook* como una identidad virtual, el siguiente paso es entender que en esta virtualización de la identidad se da asimismo una virtualización del cuerpo de manera analógica, por lo que partiremos de la idea de que en la virtualización de la identidad del sujeto mediante la creación de una cuenta se produce una simulación de la identidad, en particular una simulación del tipo que Jean Baudrillard llamaría hiperrealidad. Dicho concepto de simulacro determina algo que no es real, sino una mera imitación de la realidad; sin embargo, la categoría posee un énfasis epistemológico más que ontológico: este devenir muy rápido de la simulación lo es en tanto se le presenta a la conciencia y hace que esta no reconozca entre lo simulado y lo “real”, por lo que se vuelve incapaz de distinguir y es en esta incapacidad en donde surge lo hiperreal. , Baudrillard habla de los simulacros actuales como “simulacros del tercer orden”. Este distingue los simulacros en tres órdenes: los de la época clásica o el primer orden, que corresponden al principio de falsificación: son meramente una representación falsa de aquello que es real (por ejemplo, una estatua de Homero frente al sujeto de carne y hueso) (Oittana 2013: 258). Por otro lado, están los simulacros de segundo orden o de producción industrial, donde la falsificación es reemplazada por la producción en serie: los simulacros producidos adquieren un valor por su relación entre sí y su funcionalidad, ya no por su relación con aquello que es simulado. Finalmente, los simulacros de tercer orden o simulacros postindustriales, cuyo sentido es producido por los modelos: “el simulacro es una reproducción al infinito de los modelos” (2013:258). Lo hiperreal, a grandes rasgos, puede ser entendido como el simulacro que suplanta a lo real y cobra, a nivel de la percepción de la conciencia, prevaencia frente a esto, lo suplanta y disimula su inexistencia hasta llegar a la pérdida de referencia posible fuera de su propio sistema.

En *Facebook* se da un hecho propio de la hiperrealidad: : lo “real” irrumpe constantemente en la simulación y, sin embargo, la simulación se basa en su propio sistema de referentes para crear su significación: lo “real”, en el sentido de signo o sentido de algo, pierde prioridad, en tanto es desplazado por la simulación que, llevada así al extremo de

“girar sobre sí misma” y atribuirse sentidos y referentes dentro de sí, genera la confusión entre lo “real” y lo simulado; en este caso, en la identidad del usuario. Se da una precesión de los simulacros, en el sentido más propio de que *Facebook* toma prevalescencia, y hasta prioridad por sobre la identidad offline, al menos en el plano de su propia interacción social.

La corporalidad es una parte inherente a la identidad, en tanto lo visible de esta siempre se manifiesta en su cuerpo, siendo capaz de manifestarse en la virtualidad, tanto a nivel analógico (fotos, videos, imágenes) como a uno más literal (observando un cuerpo mediante resonancias o ecografías, por ejemplo). Ahora, la cuestión no es la posición del cuerpo: se trata de abordar el yo como un cuerpo, un cuerpo con funciones (por ejemplo las cerebrales, a partir de las cuales es que se da la percepción) y con posibilidades que se ven amplificadas en su traspaso hacia lo virtual. *Facebook* funciona como un suplemento del cuerpo: se insinúa en-lugar-de, citando a Derrida, y colma el espacio virtual que el cuerpo debería abordar. *Facebook* es un espacio que porta significaciones y referencias, pero estas están necesariamente ancladas a la cuenta de un usuario. En este punto, el factor de la corporalidad se une a otros dos: la identidad virtual que es *Facebook* y su cualidad de hiperreal. A partir de esto podemos referirnos a *Facebook* como un *cuerpo hiperreal*. Es un cuerpo hiperreal dado que es corporal en tanto es donde el ser de su propia identidad virtual se da, no como un espacio donde la identidad está, sino que esta es inherente al cuerpo y viceversa, siendo imposible desligarlos entre sí; es simulacro de la entidad que es el cuerpo físico, que lo precede a nivel de percepción en tanto es capaz de ser confundido por lo “real”, y espacio de significados y referentes múltiples que surgen la identidad virtual que manifiesta su ser en dicho simulacro de ente..