

Centro de
Estudios
Visuales

número 2
diciembre
2018



ISSN 0719-7152

El Pathos Mediático. Emoción, Virtualidad y Repetición en la Era Digital

Jorge Fernández Gonzalo

Universidad Autónoma de Madrid

jfgvk@hotmail.com

RESUMEN: Nuestra era mediática (o *posmediática*) nos enfrenta a diario ante nuevos retos y desafíos tanto tecnológicos como filosóficos, artísticos y éticos. ¿Cómo gestionar la información, las emociones o el espíritu de disidencia en un entorno que muta constantemente? ¿Cuál es la posición del receptor, los paradigmas de recepción que se superponen y se acumulan, y cómo se producen las diferentes subjetividades espectatoriales? A través de estas páginas, tratamos de mostrar algunas de las problemáticas candentes y de sugerir respuestas, pero también preguntas, ante un contexto cada vez más fluido e indeterminado: el de la producción de imágenes a través de la pantalla y la recepción de las mismas en un marco interactivo y colectivo. Para ello, tomamos como referencia tres pequeños hitos que el lector podrá reconocer con cierta facilidad si es un usuario habitual de Internet y redes sociales. Nos referimos al mito moderno de *Slenderman* (probablemente, la primera construcción mítica originada estrictamente en Internet), a la serie *Black Mirror* y a la viralización de imágenes y secuencias, como la conocida escena pornográfica *Two girls, one cup*.

Palabras clave: Espectador, Espectro, Slenderman, Black Mirror, Goce

ABSTRACT: Our media (or *post-media*) era confront us daily with new challenges, both technological and philosophical, artistic and etical. How to manage information, emotions or the spirit of dissidence in a constantly changing environment? What is the position of the receiver, the reception paradigms that overlap and accumulate, and how are the different spectatorial subjectivities produced? Through these pages, we try to show some of the current problems and suggest answers, but also questions, in an increasingly fluid and indeterminate context: that of the production of images through the screen and the reception of them in an interactive and collective framework. For this, we take as reference three small milestones that the reader can recognize with some ease if he is a frequent user of the Internet and social networks. We refer to the modern myth of *Slenderman* (probably, the first mythical construction originated strictly on the Internet), the *Black Mirror* series and the viralization of images and sequences, such as the well-known pornographic scene *Two girls, one cup*.

Keyword: Spectator, Specter, Slenderman, Black Mirror, Enjoyment.

ESPECTROS Y ESPECTADORES. EL CASO SLENDERMAN

En su interesante texto titulado *Filosofía del terror o paradojas del corazón*, el pensador Noël Carroll (2005) proponía el concepto de Terror-Arte, con el que pretendía aludir a una emoción perfectamente controlada que se origina dentro de un marco de ficción estable o conocido por el espectador; por lo que, a pesar de tratarse de una emoción *real e intensamente vivida*, en ningún momento las reacciones del espectador llegan a trascender el mero juego fijado por la ficción. Es posible leer las obras de Lovecraft y temblar con cada página, echar una partida al videojuego *Resident Evil* (1996) y dar un salto del sofá cuando un zombi nos asalta al girar una esquina, o estremecerse mientras contemplamos las escenas más impactantes de *Psicosis* (1960), de Hitchcock. Y sin embargo, todo forma parte de un pacto ficcional previamente asumido por el lector, el jugador o el espectador.

Aristóteles, por su parte, ya había analizado en su *Poética* las reacciones del público de su tiempo: con la catarsis, el espectador purifica sus propios anhelos y conflictos internos a través de una experiencia estética como era la visualización de una obra de teatro. Parece lógico entonces que Freud retomara el concepto durante sus primeros trabajos psicoanalíticos: el “método catártico” del psicoanálisis consistía en desbloquear una emoción o un trauma reprimido a través de la rememoración del pasado, es decir, participando del “teatro del inconsciente” y tomando plena consciencia de la escena representada por y para nuestra psique. Si atacamos el origen oculto de una circunstancia psíquica adversa, podemos desanudar el hilo que mantiene en funcionamiento el cuadro sintomático y sobreponernos a su influencia perniciosa.

A simple vista, podría parecer que Carroll adapta a su propio terreno las reglas trazadas previamente por Aristóteles. En efecto, el *pathos* (“afectación”, “patetismo”, en griego) del espectador se ve alterado por las circunstancias representadas ante él, por las imágenes que le abordan: para el pensador griego, son las bajas pasiones y los castigos detallados en escena los que sirven de resortes para activar la respuesta del público. La emoción intensa que este experimenta sirve como corrector moral y dispositivo de reconocimiento ante los padecimientos y adversidades de los demás. En el caso del Terror-Arte, obtenemos dos características que se desmarcan del modelo aristotélico: por un lado, la experiencia estética se localiza en un segmento reducido del espectro de emociones posibles (el visionado o participación en obras artísticas y literarias en donde prima el miedo y la angustia); por otro, la dimensión moralista ha desaparecido por completo. Se disfruta del pacto de ficción sin mayores pretensiones éticas o doctrinales.

La cuestión que se nos plantea en nuestra actualidad hipermediática, con Internet y las redes sociales como principales canales de tránsito de información y de producción de obras visuales y/o literarias, nos permite retomar las

categorías establecidas por ambos autores y tratar de extender su aplicabilidad a otros géneros y contextos más cercanos a nuestros intereses. ¿Y si en lugar de hablar de Terror-Arte, como hace Carroll, habláramos de un repertorio mucho más amplio de emociones y sensibilidades que son movilizadas por los medios, así como de nuevas estrategias y mecanismos de viralización que acaban por transformar la recepción de las tradiciones artísticas “offline”? El *pathos* mediático de nuestros días se produce a través de *Emociones-Arte*, por continuar con la nomenclatura del autor, que (re)codifican las experiencias y los afectos producidos por las diferentes producciones visuales que surcan la Red, al mismo tiempo que otras experiencias tradicionales se ven potenciadas o alteradas gracias a las dinámicas inherentes a los medios.

En el año 2009, Internet construyó el que probablemente sea su primer mito autóctono, capaz de rivalizar con la tradición teratológica de la Grecia clásica (con centauros, sirenas, faunos, etc.) o con la más reciente tradición cinematográfica (Godzilla, King Kong, robots del futuro o alienígenas de Marte, entre otros). La Red había sido permeable a diversas tradiciones iconográficas, pero carecía de una andadura propia que sirviera como seña de identidad. El portal *Something Awful* rompió con esta barrera al dar cabida entre sus páginas y comentarios a un enigmático y original personaje: Slenderman o *El Hombre Delgado*. La técnica que permitió elaborar su identidad constituía, por otra parte, la reapropiación tecnológica de la vieja costumbre de contar historias y modificarlas en función del auditorio y de las circunstancias con el fin de producir un mayor recogimiento, un *pathos* específico, ante una audiencia dada. En jerga de la red, se trataba de un *creepypaste*, un neologismo elaborado a partir de *creepy* (horripilante) y de *copy-paste* (corta-pegar). Los usuarios compartían pequeñas historias de terror, anécdotas o ficciones que eran continuadas por otros usuarios, quienes se apropiaban del nudo inicial para transformarlo según sus intereses, o simplemente para continuar los flecos sueltos de la historia y aportar así sus propias experiencias y percepciones, en un juego interactivo a medio camino entre la realidad y la ficción. El “espectador emancipado”, del que hablaba Rancière (2010), era ahora un *espectador colaborativo*, así como un *espectador-máquina* que se acoplaba a las dinámicas abiertas por las propias funcionalidades que ponía a su disposición la Red, para acabar convirtiéndose, de este modo, en una más de las piezas de la maquinaria.

Slenderman responde a ciertas características que permitieron su rápida difusión a través de los nuevos entornos mediáticos. Se trataba de un hombre alto y delgado, sin rostro y con la cara pálida, trajeado de negro riguroso, que según diferentes testimonios había sido visto en bosques, parques y otros lugares similares. El nuevo “hombre del saco” de la cultura-red lograba con esta imprecisión descriptiva trascender las diferencias culturales en un universo globalizado y repleto de particularidades: probablemente, este atuendo masculino (un traje oscuro, con corbata) sea la prenda más reconocible y la que con mayor éxito se ha exportado a diferentes regiones como signo de distinción o elegancia; el resto de marcas (delgadez, altura...) no ofrecía un patrón especialmente rebuscado, pero sí una iconografía lo suficientemente “creepy” por la desproporción desnaturalizada de sus extremidades. Se trataba de un monstruo potencialmente reconocible, siniestro y fácil de confundir con una persona normal en una fotografía de baja definición. Por estas razones, los testimonios de avistamientos, los

vídeos *fakes* y las imágenes retocadas no tardaron en circular por la Red. Lo que en principio no era más que un juego narrativo en un portal de historias de terror acabó convirtiéndose en una construcción colectiva de alcance total. Slenderman era el primer monstruo nacido *dentro* de Internet y a partir de la imaginación colectiva de los internautas que lograba convertirse en una leyenda urbana global, una suerte de espectro aletargado, a la manera en que lo definía el filósofo argelino Jacques Derrida: “Siempre están *ahí*, aunque no existan, aunque ya no estén, aunque todavía no estén” (1995: 196).

Se decía que esta criatura sin rostro se dejaba ver cerca de los parques para asustar a los niños y llevárselos consigo a las profundidades del bosque; en las primeras fotografías retocadas que aparecieron en el portal *Something Awful*, su creador, Erik Knudsen, bajo el pseudónimo de Victor Surge, describía el testimonio de varios fotógrafos que habían llegado a captar las imágenes de esta terrorífica figura: “No queríamos irnos, no queríamos matarlo, pero su persistente silencio y sus brazos extendidos nos horrorizaban y nos confortaban al mismo tiempo...”. Varios usuarios alimentaron el mito original y ayudaron a difundirlo mediante dibujos, vídeos, relatos y *cosplays* (afición por disfrazarse como personajes icónicos de la cultura de masas). Las características psicológicas de esta criatura siniestra también fueron trazadas por los usuarios: no se trataba de un ser *exclusivamente* vengativo o malvado, incluso podía mostrar una dimensión paternal o protectora. Se trataba de un monstruo que acosaba a los niños, pero que también podía servir como un vigilante, una entidad protectora ante otros temores de la vida cotidiana.

Para Derrida, la realidad está constantemente bombardeada por lo inmaterial, por virtualidades espectrales al borde de la presencia y la no-presencia, en un margen intersticial desde el cual pueden llegar a producirse efectos sensibles. De este modo, el espectro se muestra “tan poderoso como irreal, alucinación o simulacro, y virtualmente más eficaz que lo que tranquilamente se denomina una presencia viva” (1995: 26). Frente a la *ontología* (el estudio del Ser), Derrida propone hablar de *fantología* (*hauntologie*, en el original), esto es, de la disciplina que estudia y analiza los fenómenos intersticiales entre el Ser y el No-Ser. ¿Acaso no hemos de ver a Slenderman como una criatura espectral varada entre la presencia y la no-presencia, capaz, a pesar de todo, de producir *efectos reales* en nuestra cultura globalizada? El autor español Francisco Jota-Pérez proponía en su ensayo *Homo Tenuis* (2016) llevar aún más lejos las premisas espectralógicas de Derrida y analizar la figura de Slenderman como una creación *hipersticial*, esto es, generada en el mundo real a partir del poder de la ficción. La cuestión no es solo que el arte o las creaciones audiovisuales produzcan emociones (*pathos*) en el espectador, sino que los propios espectadores pueden dotar de existencia a sus fantasías más íntimas hasta el punto de que tales elaboraciones pueden constituirse *para asaltar nuestra realidad con sus efectos*.

Esto mismo es lo que se desprende tras visualizar el documental *Beware the Slenderman* (Brodsky, 2016), la crónica de un intento de homicidio perpetrado por Morgan Geyser y Anissa Weier, quienes asestaron 19 puñaladas a otra compañera de clase en el año 2014. Se trataba de dos niñas de tan solo doce años de edad que habían urdido un laborioso plan para llevar a cabo su “sacrificio”. Según las niñas, debían mostrar una señal de sumisión ante Slenderman para asegurarse de que este no matase a sus amigos y familiares, y además poder vivir

con él en su mansión del bosque para siempre. ¿La razón de este crimen fallido? “Porque era necesario”, había señalado Morgan durante los interrogatorios.

El documental es tan escalofriante como promete su premisa inicial. Brodsky analiza la vida de las niñas, los testimonios de sus padres, indaga en su situación en la escuela (ambas era niñas poco sociables, sin apenas amigos, objeto de burla constante de sus compañeros) y las respuestas que, tras las detenciones, las niñas ofrecieron ante los psicólogos. La convicción con la que describen las historias sobre Slenderman suscita numerosas cuestiones, que la película no llega a responder: ¿hasta dónde puede llegar el impacto de las nuevas tecnologías en las futuras generaciones de usuarios? ¿Qué ocurrirá, en un futuro no muy lejano, cuando la red medie en todas nuestras relaciones afectivas y vitales? ¿Cómo se construirá una nueva sensibilidad (pero también una nueva resistencia o *red-sistencia*) ante los resortes que mueven los relatos hipermediáticos de nuestro entorno? El análisis del *pathos* mediático, de la recepción y utilización de los flujos de información y afectividad constituye el gran desafío de nuestra era. No deja de ser interesante, por ello mismo, el relato que en *Beware the Slenderman* expone la madre de Morgan. En cierta ocasión, decidió ver con ella el clásico de Disney *Bambi* (1942). “Recuerdo ver *Bambi* con ella la primera vez. Estábamos preocupados porque pensaríamos que lloraría cuando muere la madre [...]. La madre murió y Morgan dijo: «¡Corre, Bambi! ¡Sal de ahí! ¡Sálvate!». Y no estaba triste”. El *pathos* mediático puede alterar gravemente aquello que suscita nuestra sensibilidad, pero también es capaz de crear cegueras insalvables ante cuestiones que deberían suscitar un mínimo de empatía.

EL ESPEJO NEGRO. EL CASO BLACK MIRROR

Nuestras emociones están prediseñadas, participan de un marco ya constituido en el que no somos tanto creadores como beneficiarios. La Red propone determinadas lógicas basadas en flujos afectivos ya canalizados por el propio sistema. Cada “like” generado en Facebook nos recuerda que el afecto y las emociones humanas pertenecen al dominio de la producción, a los dictámenes de una economía de la visibilidad mediática, y que todos nuestros apegos colaboran y refuerzan dinámicas de poder establecidas. Escribimos, fotografiamos o sentimos por vías que han sido asfaltadas y surcadas por los dictámenes de una lógica reproductiva de información, de imágenes y de discursos que precedía a cualquier intento por desatar una emoción original o personalizada. Contra este modelo afectocapitalista destinado a ludificar y reproducir nuestra interacción con los medios, podemos situar el trabajo de Angie Waller *Myfrienemies* (2007), una red social que suplanta los modelos de transacción emocional que imperan (o imperaban) en Facebook o Twitter para imponer como criterio de sociabilidad el odio y las decepciones mutuas, en un intento por invertir la hipócrita cara amable transmitida por los medios de forma habitual. El problema que podemos percibir hoy es que ya no estamos en 2007, y que las redes ya no son el espacio de candidez e inocencia exhibitoria de entonces.

En un orden de cosas semejante, el fotógrafo y teórico Joan Fontcuberta cuestionaba ya en los años noventa los esfuerzos de los turistas por captar cierta originalidad, por perseguir un marco único de experiencias individuales en un mundo global *trillado* por la inagotable afluencia de visitas (Fontcuberta, 1997:

71):

El guía del safari fotográfico detiene el jeep en el emplazamiento exacto desde donde los turistas mejor reconocen el diorama del museo de historia natural. En nuestros primeros viajes nos sentimos inquietos cuando en nuestro descubrimiento de la torre Eiffel, el Big Ben o la estatua de la Libertad percibimos diferencias con las imágenes que nos habíamos prefigurado a través de postales y películas. En realidad no buscamos la visión sino el dejà-vu.

Estamos abocados a compartir experiencias colectivas, a menudo bajo el signo de una hipersincronización global. Un ejemplo de ello lo encontramos en la obra creada en 2009 por Jasper Elings, *Flashings in the mirror*, un vídeo en donde se aprovecha el característico destello que produce el flash de la cámara. En concreto, Elings decidió compilar varios *selfies* de usuarios de redes sociales que habían decidido inmortalizar su imagen frente a un espejo; el resultado de su obra consistía en un vídeo elaborado a partir de la acumulación de imágenes en donde este destello parecía desplazarse y trazar un arco; una especie de recorrido solar, de ciclo de creación y destrucción en donde las identidades de los usuarios emergían acompañadas de un punto ciego resplandeciente. Se intentaba reflejar así el deseo de autorrepresentación, el ansia por *brillar mediáticamente*, si bien es posible al mismo tiempo llevar a cabo una lectura lacaniana del conjunto: hay algo en el sujeto, algo más (el *objeto a*, según la terminología del psicoanálisis) que no puede ser incluido dentro del campo de representación, un “brillo” excedente que solo puede ser tomado a partir de su inconsistencia. Aquello que nos permite ver la escena y al sujeto es al mismo tiempo el punto ciego que se oculta; la hipervisibilización del yo produce, como contrapartida, *un excedente de ceguera*. Junto a estos espejos que permiten volcar nuestra identidad en la Red y convertirnos, a un mismo tiempo, en espectadores y en productos, quizá el espejo más famoso de nuestra era hipermediática sea el retratado por Charlie Brooker en su serie televisiva *Black Mirror*, una reflexión sobre el “espejo negro” de las pantallas que nos rodean a través de escenarios distópicos (o no tan distópicos), a la manera de un “oscuro espejo en el que no queremos vernos reflejados” (Brooker, 2012), como sentenciaba el autor en una entrevista.

El primer capítulo de la serie es, por varias razones, uno de los más icónicos y el que más nos interesa en nuestra exposición a la hora de entender el *pathos* mediático. En el episodio, “El himno nacional”, el Primer Ministro del Reino Unido es obligado por presión popular a practicar sexo ante las cámaras con un cerdo. La razón: un misterioso secuestrador retiene a una joven *celebrity* y exige a través de un comunicado en Youtube que el mandatario grabe esta zoofílica secuencia a cambio de la liberación de su rehén. El político se resiste, pero la presión mediática le empuja a ceder ante las demandas del secuestrador. Se prepara el plató, se trae a una cerda y se posicionan las cámaras según las directrices del comunicado, y finalmente se televisa toda la escena. Los espectadores de este singular suceso quedan con amigos, se citan en bares o en sus casas, y asisten expectantes al suceso como si se tratara del gran acontecimiento televisivo del año. Al principio, muchos jalean al ministro, ríen y se burlan de las circunstancias, pero un par de minutos después la escena se ha vuelto desagradablemente hipnótica.

Durante aproximadamente una hora, millones de personas de todo el

mundo asisten con el gesto desencajado al insólito suceso. La verdadera pantalla, pues, no es la que aparece tras enfocar a la desigual pareja del cerdo y el ministro, sino la que han formado los rostros estupefactos de los espectadores, que no pueden dejar de contemplar, con un gesto de asco y una repulsión morbosa, sus aparatos de televisión, sus teléfonos o sus computadoras.

Junto a la reacción de los espectadores, destaca también el giro final de la trama: el secuestrador era en realidad un artista que había querido tensar al límite las cuerdas de los códigos mediáticos y la repercusión que las imágenes proyectadas a través de la iconosfera producen en la política. ¿Hasta qué punto es posible manipular la imagen pública de los mandatarios y poner en jaque las redes de poder establecidas utilizando los canales hipermediáticos de las nuevas sociedades en red? El chantaje, la apelación a los sentimientos, la movilización de la opinión pública... El experimento del artista tuvo tal éxito que este no logró soportarlo: tras liberar a la joven secuestrada, decidió suicidarse en su estudio y poner punto y final a su sobrecogedora *performance*.

El análisis de la secuencia en donde el público asiste expectante al encuentro sexual es sumamente sugestivo para nuestro estudio. ¿Qué emociones se están vehiculando a través de estas imágenes? En un primer momento, como ya dijimos, tiene lugar cierto placer comunitario: todos tienen la sensación de encontrarse compartiendo un “sucio secreto”, como si pudieran mirar al interior del abismo y sobrevivir a él. La respuesta es, en un primer momento, de *jolgorio*, de *alegría desenfrenada*, cierta exaltación bajtiniana/carnavalesca de la recepción mediática. Pero más allá del principio del placer, como diría Freud, se produce una sensación compleja *erigida sobre el dolor*: Lacan la definió certeramente como goce o *jouissance*. Se trata de una sensación traumática, asfixiante, de la que no podemos desentendernos; hemos de responder a su llamado, participar enfermiamente de sus señuelos. El goce se sitúa más allá del principio del placer y se corresponde con una suerte de *placer en el dolor*, de inclinación no hacia el objeto de deseo, sino hacia el obstáculo que nos impedía acceder al mismo. En palabras del pensador Slavoj Žižek, “La paradoja básica de la *jouissance* es que es tanto imposible como inevitable: nunca se alcanza por completo, siempre se pierde, pero simultáneamente nunca nos podemos librar de él; toda renuncia al goce genera un goce en la renuncia, todo obstáculo para el deseo genera un deseo por un obstáculo, etc.” (2012: 315).

La experiencia de goce es, probablemente, *la gran experiencia de nuestros días*, la raíz fundamental del *pathos* mediático. Los espectadores que observan tortuosamente la escena del político y el pobre animal *gozan* aquello mismo que no pueden dejar de ver. El espectador actual puede dedicar horas y horas a hacer *zapping* delante del televisor o pasando de un estúpido vídeo de Youtube a otro; contemplando con desidia series que nunca verá terminar o visualizando películas que no tenía el menor interés en ver, pero que todo el mundo le había recomendado. Estamos encadenados a la pantalla y a ciertos ritos reiterativos que se han confeccionado a su alrededor. No ha de extrañarnos, pues, que el título de la serie *Black Mirror* comparta su nombre con un objeto maldito de la mitología precolombina. El dios Tezcatlipoca, literalmente “espejo negro humeante”, en náhuatl, era el señor de los cielos y la tierra y se caracterizaba por portar un espejo de obsidiana en el pecho. Según las leyendas, el brillo de su superficie oscura permitía ver todas las acciones y pensamientos de la humanidad, como

si de una especie de Aleph borgesiano se tratara. O mejor dicho: un desafiante Internet precolombino en el que todas las imágenes se aglutinaban, y en donde ningún humano podía volcar su mirada sin atenerse a las consecuencias.

PATHOS Y GOCE. EL CASO DE ONE CUP, TWO GIRLS

Internet, redes sociales, blogs y otros medios de telecomunicación han logrado emanciparse de nuestros intereses como usuarios para seguir sus propias lógicas de crecimiento y propagación. Atrás quedó el mito fundacional de Internet que veía este nuevo espacio como un marco de democratización e interactividad en donde todos y cada uno de nosotros lograría tener voz y llevar a cabo acciones que permitieran una repercusión real. Los medios nos exceden pero, al mismo tiempo, *requieren de nosotros*, nos utilizan. Pfaller hablaba en este punto de *interpasividad*: ya no se trata de utilizar los medios de comunicación a nuestro alcance, sino de *ser utilizados por ellos*. El televisor ríe por nosotros a través de sus risas enlatadas; los tutoriales de Youtube hacen realmente las cosas, superan los desafíos de los videojuegos o desempacan productos que no adquiriremos, todo ello sin tener que hacer nada, trasladando a la pantalla cualquier actividad que, como usuario, debería desempeñar yo. De este modo, son los propios medios los que actúan por sí mismos, al margen de las interacciones de los internautas y los espectadores, que únicamente pueden acoplarse a las dinámicas previamente trazadas. Un medio se emancipa, pues, cuando nuestros afectos y nuestras reacciones pasan a convertirse en *un canal para el propio medio*; cuando nosotros, que nos percibimos como un marco paratextual, acabamos *incorporados* a las inercias procedimentales de los medios audiovisuales. En ingeniería y computación se habla de “singularidad”, un punto en el que las máquinas toman conciencia de sí mismas y, según los relatos más fantásticos de la ciencia ficción, someten a los seres humanos o los utilizan para sus propias necesidades. Todo medio audiovisual logra alcanzar esta *singularidad* cuando incorpora al espectador dentro de la obra. Un caso ejemplar de esto a lo que nos referimos es el de *Las Meninas*. El gran cuadro de Velázquez supuso, en opinión de autores como Foucault (1968) o Lacan (seminarios 12 y 13), una auténtica ruptura dentro de la historia de la pintura, en la medida en que reinscribe la propia mirada del espectador dentro del marco. Aquello que estaba fuera pasa a ser percibido como un elemento más de la obra; el ornamento del marco o *párreron* se ve contenido por la obra (véase el texto de Derrida *La verdad en la pintura*, 2001) y la propia mirada del espectador *ingresa* en el cuadro para ser contenida por este. Velázquez alcanzó dicha *singularidad* a través de un juego de espejos: el artista aparece en la obra para pintarnos a nosotros, los espectadores, quienes, gracias a un espejo en el fondo de la sala, podemos identificarnos con los monarcas (Felipe IV y Mariana de Austria). “El pintor —señala Foucault— solo dirige la mirada hacia nosotros en la medida en que nos encontramos en el lugar de su objeto. Nosotros, los espectadores, somos una añadidura” (1968: 14).

La pornografía también ha logrado alcanzar este punto de no retorno en el que la propia percepción del sujeto queda incorporada a la obra y es viralizada como un elemento más del propio discurso visual pornográfico. Me refiero, en este punto, al fenómeno que hace algunos años recorrió la Red de parte a parte, el vídeo titulado *Two girls, one cup*. Se trataba de una escena pornográfica

en la que dos jóvenes mantenían una relación sexual lésbica, todo ello adornado con un ritmo sinuoso y una iluminación de tonos pálidos, como es habitual en la categoría de vídeos lésbicos destinada al consumo de usuarios masculinos. Con una particularidad: y es que ambas actrices defecaban en una copa y llevaban a cabo actos de coprofilia y coprofagia explícitos. El vídeo se hizo famoso y, al mismo tiempo, se viralizaron las reacciones ante el mismo: era común ver, incluso en series de televisión, cómo alguien le gastaba a otro la broma de ponerle el vídeo mientras grababa sus reacciones. Esto elevó el porno a la altura de un metalenguaje, al mismo tiempo que creó un extraño vínculo entre descortesos nietos y desprevenidas abuelitas que eran engañadas para ver el vídeo de marras. *Two girls, one cup* supone, a la historia del porno, lo mismo que *Las Meninas* a la historia de la pintura: una singularidad que acabó por insertar aquello que estaba fuera del marco *dentro del mismo*.

¿Qué razones tuvieron los usuarios para permanecer pegados a la pantalla mientras contemplaban el vídeo? La naturaleza del *pathos* mediático se sostiene a través de este componente de displacer que viene propiciado por la necesidad escotofílica de consumir todo tipo de imágenes, de llegar cada vez más lejos, de escudriñar todo aquello que pueda llegar a producirse en los canales hipermediáticos. Sin embargo, no debemos dejarnos engañar por la aparente búsqueda de lo tremendo, enfermizo y grotesco. El verdadero componente que pone en marcha la lógica de reproducción mediática no es la *terribilidad* de las imágenes, su condición sublime o espectacular, sino *la posibilidad de repetir infinitamente lo sucedido*. Solo nos afecta, nos toca, aquello que pasa por el filtro de la reproducción ilimitada. Frente a Baudrillard (1978) y sus tesis sobre el simulacro, la realidad no ha muerto por culpa de la repetición: *la repetición ha creado una nueva realidad*, un nuevo horizonte ontológico, el de las imágenes meméticas, las reacciones iterativas, el estupor permanente. La repetición crea realidades, configura mundos posibles, espacios compartidos que, a través de su viralización, hallan su lugar en la red. Nuestro *pathos* responde a este estímulo reiterativo y reproducible: en nuestros días, las emociones mediáticas solo son reales si podemos replicarlas a golpe de clic.

CONCLUSIONES

La estética de la panvisualización ya no busca el escapismo simulacral, sino la acumulación, la serialización, lo reiterativo. Sísifo ya no carga con una piedra: su condena es permanecer perpetuamente pegado a una pantalla. El espectador actual no reclama nuevos contenidos, sino permanecer atorado en su propio goce mediático, revivir experiencias o compartir emociones mundanas desde la cobertura de una sensibilidad globalizada. Para entender el *pathos* mediático es preciso, por tanto, atender a tres aspectos que han quedado ejemplarmente reflejados en cada uno de los episodios que hemos analizado en estas páginas.

En primer lugar, se produce un nuevo pacto ficcional entre las imágenes y los espectadores. Las imágenes no actúan como una realidad de segundo orden; vivimos enfrascados en una fantología derridiana: la reproductibilidad de las imágenes y de los signos confiere su condición de existencia a las cosas; no es necesario que algo exista previamente, basta con ser volcado a los entornos hipermediáticos para que desborde nuestro universo simbólico.

En segundo lugar, nos encontramos con cierta dimensión *interpasiva* en nuestra relación con las imágenes y los medios de comunicación de la sociedad hipermediatizada en que vivimos. Las herramientas y aplicaciones que empleamos con asiduidad ya no trabajan para nosotros, sino que nosotros trabajamos para ellas, nos ajustamos a sus exigencias, seguimos sus pautas y dinamizamos su funcionamiento. El problema no es que ya no podamos existir sin las pantallas; es que *las pantallas no podrían existir sin nosotros*. Y, decididamente, *no queremos dejar de alimentar la megamáquina que hemos creado*.

Por último, el *pathos* mediático se configura alrededor de una Emoción-Arte específica: el goce. Experimentamos una necesidad compulsiva por consumir más y más imágenes, pero también por regodearnos en las imágenes existentes, por transmitir las y ver cómo los demás las perciben igual que yo, dando por sentado que la fijación de imágenes repetitivas, meméticas, constituye la experiencia más habitual de nuestros días. Esta repetición exploratoria se congracia con lo absurdo, lo extremo, lo original incluso, pero solo si existe la posibilidad de transformar la experiencia en una reiteración constante.

En definitiva, el *pathos* mediático constituye una nueva lógica emocional que se acopla a las dinámicas existentes, a los códigos que ponen en funcionamiento la sociedad-red, con la intención de experimentar una participación colectiva, repetible, de la que todos podamos formar parte. Se ontologiza lo repetible y se deshecha lo unidireccional, lo particular, para tratar de conectar nuevas redes de sensibilidad que refuercen los códigos afectivos existentes.

BIBLIOGRAFÍA

1. ARISTÓTELES (1974). *Poética*. Madrid: Gredos. Edición de Valentín García Yebra.
2. BAUDRILLARD, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Kairós.
3. BROOKER, C. (2012). “<<Black Mirror>>, el Espejo en el que no Queremos Vernos Reflejados. Revista *Vertele!* Recuperado de: http://vertele.eldiario.es/elcazadordeseries/Black-Mirror-queremos-vern-reflejados_7_1386531335.html.
4. CARROLL, N. (2008). *Filosofía del Terror o Paradojas del Corazón*. Madrid: Antonio Machado Libros.
5. DERRIDA, J. (1995). *Espectros de Marx*. Madrid: Trotta.
6. _____ (2001). *La Verdad en Pintura*. Buenos Aires: Paidós.
7. FONTCUBERTA, J. (1997). *El Beso de Judas. Fotografía y Verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
8. FOUCAULT, M. (1968). *Las Palabras y las Cosas. Una Arqueología de las Ciencias Humanas*. Madrid: Siglo XXI Editores, S.A.
9. JOTA-PÉREZ, F. (2016). *Homo Tenuis*. Barcelona: GasMask Editores.
10. LACAN, J. (Inédito). *El Seminario: Libro 12. Problemas Cruciales para el Psicoanálisis*.
11. _____ (Inédito). *El Seminario: Libro 13. El Objeto del Psicoanálisis*.
12. PFALLER, R. (2017). *Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment*. Edim-

Jorge Fernández Gonzalo / El Pathos mediático. Emoción, virtualidad y repetición en la era digital

burgo, Reino Unido: Edinburgh University Press.

13. RANCIÈRE, J. (2010). *El Espectador Emancipado*. Castellón: Ellago.
14. ŽIŽEK, S. (2012). *Viviendo en el Final de los Tiempos*. Madrid: Ediciones Akal, S.A.

DIRECTOR
Guillermo Yáñez Tapia

CONSEJO ASESOR ACADÉMICO
REVISTA NOIMAGEN

- Dr. Jan Baetens :: University of Leuven
Dr. Cesar Baio :: Universidade Federal do Ceará
Dr. Adrián Cangi :: Universidad de Buenos Aires
Mg. Alejandro León Cannock :: Pontificia Universidad Católica del Perú
Dr. Rodrigo Cássio Oliveira :: Universidade Federal de Minas Gerais
Dr. José Antonio Castro Muñiz :: Universidad de Vigo
Dr. Alfonso Cuadrado Alvarado :: Universidad Rey Juan Carlos
Dr. Antonio Fernández Vicente :: Universidad de Castilla-La Mancha
Dr. Pablo Gobira :: Universidade Federal de Minas Gerais
Dr. Paulo Roberto Gomes Pato :: Universidade de Brasília
Dr. © Ricardo Greene :: Goldsmith College, University of London
Dra. Cláudia Maria França da Silva :: Universidade Federal de Uberlândia
Dr. Miguel Ángel Hernández Navarro :: Universidad de Murcia
Dr. Ricardo Ibarlucía :: Centro de Investigaciones Filosóficas (UA CONICET)
Dra. Pilar Irala-Hortal :: Universidad San Jorge - Zaragoza
Dr. Enric Mira Pastor :: Universitat d'Alacant
Dra. Adriana Marcela Moreno Acosta :: Red de Estudios Visuales Latinoamericanos
Dr. Jaime Munárriz Ortiz :: Universidad Complutense de Madrid
Dr. Carlos Ossa Swears :: Universidad de Chile
Dra. Denise Najmanovich :: Universidad de Buenos Aires
Dr. Eduardo Rodríguez Mérchán :: Universidad Complutense de Madrid
Dr. Umberto Luigi Roncoroni Osio :: Universidad de Lima
Dra. Elena Rosauro :: Red de Estudios Visuales Latinoamericanos
Dr. Ramón Salas :: Universidad de la Laguna de Tenerife
Dr. José Alberto Sánchez Martínez :: UAM-Xochimilco
Dr. © Alejandro Schianchi
Dra. Lorena Souyris Oportot :: Ecole Normale Supérieure
Dr. © Hans Stange Marcus :: Universidad de Chile
Dra. Marcia Tiburi :: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Dr. Adolfo Vásquez Rocca :: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Dr. © Pedro Vicente Mullor :: Universidad Politécnica de Valencia
Dr. Rodrigo Zúñiga Contreras :: Universidad de Chile
Dr. Lior Zylberman :: Universidad Nacional de Tres de Febrero

COORDINACIÓN Y REDACCIÓN
Ignacio Libretti

DIAGRAMACIÓN DIGITAL
Alex Aguayo

CONSEJO ASESOR
FUNDACIÓN IVICON

Lev Manovich :: City University of New York (CUNY)
Víctor del Río :: Universidad de Salamanca
Sergio Rojas Contreras :: Universidad de Chile
Anna Maria Guasch :: Universidad de Barcelona
Edgar Gómez Cruz :: RMIT University
Pablo Oyarzún Robles :: Universidad de Chile
Josep Maria Català Domènech :: Universidad Autónoma de Barcelona
Sergio Martínez Luna :: Universidad Carlos III de Madrid
Remedios Zafra :: Universidad de Sevilla
Marta Piñol Lloret :: Universidad de Barcelona

Esta Revista es una publicación
del Centro de Estudios Visuales NOiMAGEN
la cual forma parte del proyecto
Fundación para el Estudio de la Imagen
y la Visualidad Contemporáneas
iViCON

ivicon.net noimagen.net

ISSN 0719-7152

CONTACTO
noimagen@noimagen.net

Santiago de Chile
Diciembre, 2018