

EL MUNDO COMO IMAGEN

TAN FICTICIO, TAN VERDADERO

THE WORLD AS IMAGE

So fictitious, so true

O MUNDO COMO IMAGEM

Tão fictício, tão verdadeiro

Antonio Gutiérrez Pozo

(Universidad de Sevilla, España)

agpozo@us.es

Recibido: 03/05/2022

Aprobado: 27/06/2022

RESUMEN

Este artículo estudia desde una perspectiva filosófica el papel que desempeña en nuestro mundo la imagen entendida en sentido amplio. Estamos en el mundo de la videosfera. Preferimos las imágenes a las cosas. Lo real se ha disuelto en simulacro. La realidad es ahora la imagen de la realidad, espectáculo. Nada hay ya fuera de las pantallas, de modo que el mundo se ha quedado sin misterio. El propio ser humano se ha convertido en homo aestheticus. En esta videocracia, el mundo como imagen es consecuencia de una voluntad de poder que reduce lo real a objeto. La amenaza de desaparición de lo real y del ser humano todavía no se ha consumado.

Palabras clave: imagen. realidad. simulacro. videosfera. videocracia.

ABSTRACT

This article studies from a philosophical perspective the role played in our world by the image understood in a broad sense. We are in the world of the videosphere. We prefer images to things. The real has dissolved into simulacrum. Reality is now the image of reality, spectacle. Nothing exists outside the screens, so that the world has become devoid of mystery. The human being himself has become homo aestheticus. In this videocracy, the world as image is the consequence of a will to power that reduces the real to an object. The threat of the disappearance of the real and of the human being has not yet been consummated.

Keywords: image. reality. simulacrum. videosphere. videocracy.

RESUMO

Este artigo estuda de uma perspectiva filosófica o papel desempenhado no nosso mundo pela imagem entendida num sentido amplo. Estamos no mundo da videosfera. Preferimos as imagens às coisas. O real dissolveu-se em simulacro. A realidade é agora a imagem da realidade, o espetáculo. Já não há nada fora do ecrã, por isso o mundo tornou-se desprovido

de mistério. O próprio ser humano tornou-se homo aestheticus. Nesta videocracia, o mundo como imagem é a consequência de uma vontade de poder que reduz o real a um objeto. A ameaça do desaparecimento do real e do ser humano ainda não foi consumada.

Palavras-chave: imagem. realidade. simulacro. videosfera. videocracia.

Presentación. Preferimos las imágenes.

Desde aquellos extraños prisioneros que Platón imaginó encadenados en la caverna obligados a mirar sombras, los seres humanos vivimos seducidos por las imágenes. Esta fascinación por las apariencias no ha hecho más que crecer hasta la actualidad. Decir hoy que todo es imagen, que el mundo se ha reducido a una infinidad de pantallas e imágenes, no parece descubrirnos ningún gran secreto. Ya en 1964, Fulchignoni escribió *La moderna civiltà dell'immagine*, elevando así la imagen nada menos que a la categoría de fundadora de civilización. En 1977 Sontag afirmó que “una sociedad llega a ser ‘moderna’ (*modern*) cuando una de sus actividades principales es producir y consumir imágenes, cuando las imágenes [...] se hacen indispensables para la salud de la economía, la estabilidad de la política y la búsqueda de la felicidad privada” (Sontag, 1973: 119).

Nuestra industria produce ante todo imágenes. Rara vez producimos algo que no sea una imagen. Sólo tenemos que mirar a nuestro alrededor y vemos multitud de personas absortas en las pantallas de sus dispositivos mientras caminan, esperan, viajan, comen o incluso ven la televisión. Indiferentes a la realidad que les rodea, sólo atienden al brillo sagrado de sus pantallas. Todo está lleno de pantallas e imágenes, vivimos en ellas. Es la época según Lipovetsky de “la pantalla global (*écran global*). Pantalla en todo lugar y todo momento” (Lipovetsky, Serroy, 2007: 10). Con Sontag, es evidente que estamos en una sociedad moderna. La novedad actual nada tiene que ver con la proliferación ilimitada de las imágenes, no es de naturaleza cuantitativa sino más bien cualitativa, y nos afecta tanto a nosotros como al estatus de la propia imagen. Lo *novum* es que cada vez nos interesan menos las cosas reales y a ellas preferimos sus imágenes.

Canetti (1973: 94) ha observado que “desde un determinado momento, la historia no fue real. Sin notarlo, la humanidad habría dejado repentinamente la realidad (*Wirklichkeit*)”. La fina percepción de Feuerbach le permitió ya en 1843 leer los signos de nuestro tiempo y anticipar el régimen de la imagen bajo el que vivimos: “Esta época prefiere la imagen (*Bild*) a la cosa (*Sache*), la copia al original, la representación (*Vorstellung*) a la realidad, la apariencia (*Schein*) a la esencia” (Feuerbach, 1843: 20).

Dado que, como advierte Debray (1992: 491), “toda cultura se define por lo que acuerda tener por real (*réel*)”, nuestra tesis es que, más que de *mundo*, haríamos mejor hoy si hablamos de *mundo/imagen*, puesto que el universo de la imagen o el simulacro se ha adueñado de los límites de la realidad. En efecto, añade Debray (1992: 487), “se aproxima el día en que la puesta en imágenes (*mise en images*) del mundo haga del mundo una imagen”. Comprendemos el sentido de esta tesis cuando nos percatamos de que no la alcanza el juicio de Aumont según el cual nuestra civilización sigue siendo “una civilización del lenguaje” (Aumont, 1990: 246). Aquí no se contraponen el lenguaje a las imágenes.

La declaración de Aumont presupone que lenguaje e imagen son instrumentos que empleamos para expresarnos y entendernos. Admitido este supuesto, el lenguaje sería la herramienta idónea para la comunicación. Pero nuestra tesis considera que la imagen, lejos de ser instrumento, representa realmente un *a priori* de virtualidad previo a los instrumentos, todos los cuales, incluido el lenguaje y las imágenes que podemos usar para comunicarnos, desarrollan sus funciones dentro del mundo/imagen.

La virtualización del mundo no es una consecuencia del formidable avance de las tecnologías digitales, pues no son éstas las que nos transforman sino que, más bien, ellas mismas y su colosal desarrollo son efectos de una latente sensibilidad histórica que, callada y tenuemente, domina nuestro presente para que sortee la realidad y se destine a la imagen. Esta conversión de la realidad en imagen es síntoma y consecuencia de algo más amplio, de un *mundo líquido*, donde las experiencias se han desrealizado y

trasfigurado en su propio espectro, soltando sustancia, para devenir ‘lo mismo’ pero ya ligero, banalizado, reducido a su imagen o fantasma.

Esta sensibilidad *a priori* de trivialidad que nos envuelve actualmente, que no se ve, pero de la que sabemos mediante sus efectos, ha tenido por desenlace el mundo/imagen¹. Esta es la innovación de nuestro tiempo. No discutimos si estamos en una *civilización de la imagen*. Vivimos más bien en una *imagen de civilización*, en un mundo/imagen. Un fantasma recorre el mundo, el fantasma de la virtualización. El predominio de lo ficticio es tal que Marquard (1986: 85), contra Comte, destaca que hoy “el estado positivo no es el religioso sino el ficticio (*fiktive*)”. Nos domina el principio de virtualidad y lo difícil -casi vez más- es reencontrar el camino de lo real².

El poder de la imagen

a) La ontología digital del simulacro

Llamamos ‘mundo/imagen’ a aquel mundo en el que nada se nos da directamente sino sólo a través de pantallas e imágenes, única vía de aproximación al ser. Sólo nuestro mundo merece ese nombre, pues en ninguna época las imágenes han logrado el poder de configuración y seducción que tienen actualmente. Sartori recuerda que “la realidad virtual es una irrealidad (*irrealtà*) que se crea en el video y que es realidad sólo en el video”, de manera que “lo virtual (*virtuale*), las simulaciones amplían desmesuradamente las posibilidades de lo real, pero no son realidades”, pues “lo virtual es un vacío (*vuoto*)” (Sartori, 1997: 12, 151).

Lo virtual sólo existe en la pantalla, en la imagen, pero lo nuevo que supone el mundo/imagen es que hoy todo quiere ser convertido en imagen, en virtualidad. Ya no miramos simplemente lo real mediante la ficción. Miramos y pensamos la montaña de Sainte-Victoire a través de los cuadros que de ella pintó Cézanne. Lo novedoso es que lo real es conformado por las tecnologías digitales. No vemos lo real mediante las imágenes sino que ellas mismas son ya lo real, reducido a objeto de la imagen. Las pantallas ya no son muros que nos separan de las cosas sino sus inevitables mediaciones, de modo que, escribe Baudrillard (1990: 31), “sin este vídeo perpetuo nada tiene sentido hoy”. El mundo se reduce al mundo de imágenes, que sólo existe en las pantallas. Lo real se ha disuelto en las pantallas. El lenguaje mismo forma parte de estas imágenes por cuyo medio tenemos mundo. Nuestra relación con el mundo se verifica exclusivamente mediante imágenes. Estamos tan rodeados de imágenes y podemos trasladarnos tan fácilmente de lo real a lo virtual que llegamos a sentir que todo es imagen, quebrándose así la discontinuidad tradicionalmente establecida entre realidad y ficción. Por ello puede asegurar Augé (1992: 45) que “cotidianamente se mezclan en las pantallas del planeta las imágenes de la información, de la publicidad y de la ficción (*fiction*), cuyo tratamiento y finalidad no son idénticos en principio, pero que componen ante nuestros ojos un universo relativamente homogéneo en su diversidad”.

Ya no vivimos las cosas en su ser natural, originario, esencial, sino virtualizadas: compramos en tiendas virtuales objetos virtuales y pagamos con dinero virtual. No es que no tengamos contacto inmediato con lo real, es que la propia imagen es ahora la realidad, el único ser. El mundo se nos aparece como imagen, como algo tan ficticio y al tiempo tan verdadero. Con esta estetización del ser se consume la voluntad de apariencia que define esencialmente a la vida según Nietzsche (1878: 14): “La vida quiere ficción (*Täuschung*), vive de la ficción”. La realidad es construida por las imágenes massmediáticas, que

¹ Nietzsche (1883-85: 189) enseñó que “las palabras más silenciosas son las que traen la tormenta. Pensamientos que marchan con pies de paloma (*Taubenfüssen*) dirigen el mundo”.

² Sabemos por Deleuze (1968: 269) que “lo virtual (*virtuel*) no se opone a lo real, sino a lo actual (*actuel*). Lo virtual posee una realidad plena en tanto que virtual”. Así p. e., sostiene Lévy (1995: 33), “el texto es un objeto virtual”, o sea, existe, es real, pero virtualmente y sólo se actualiza en tal edición impresa o en tal traducción. Cuando decimos ‘un saludo virtual’ significa que el saludo es real, es un saludo, pero virtual, no actual o efectivo. Lo virtual es una parte de lo real, que contiene además lo actual. A lo real se opone lo posible, que no puede identificarse con lo virtual, pues le falta existencia para devenir realidad. La separación rigurosa se establece entre virtualidad y actualidad o realidad efectiva, y en este sentido debe entenderse cuantas veces nos refiramos a la misma.

imponen aquello de que se habla, un lenguaje con el que configuran lo real. Sólo existe lo nombrado por los *mass media*.

El ser es ser massmediático. La constitución de la realidad en información y su reducción a hecho informativo es un modo de su conversión en imagen. Decir que ‘todo es imagen’ significa que no hay otro ser que el *ser digital*. Las nuevas tecnologías traen consigo una nueva *ontología estético-digital* antiplatónica. El ser está absolutamente mediado por la imagen hasta el extremo de que nada es accesible en su pureza sino sólo como imagen en una pantalla. El *ser en sí* libre de imagen es un mito. Por eso, según Deleuze (2003: 107s), “la pantalla no es una puerta-ventana (*porte-fenêtre*) (detrás de la cual ...), una puerta que nos permite entrar en la verdadera realidad; la pantalla es más bien “un tablero de información (*table d’information*) sobre el que se deslizan las imágenes como datos”. No hay ya otra realidad que ese tablero. La nueva ontología digital virtualiza el ser, lo reduce a Internet, lo disuelve en los microbytes de la red. “Internet es una tesis (*thèse*) sobre el ser”, ha comprendido Finkielkraut (2005).

El mundo/imagen es un mundo de simulacros. Un simulacro es una imitación que aparenta ser algo que no es. Los bomberos realizan simulacros de incendios. Por tanto, es una ficción, una imagen o falsificación. *Simular* es representar, imitar o fingir algo que no es; *disimular* es encubrir lo que es para que parezca diferente. La cosmética disimula las canas reales, de donde deduce Baudrillard que “el fingir (*feindre*) o disimular (*dissimuler*) deja intacto el principio de realidad”, pues enfatiza la diferencia entre lo fingido y la realidad fingida, aunque la enmascare -disimule-, mientras que “la simulación (*simulation*) cuestiona esa diferencia de lo verdadero y lo falso, de lo real y lo imaginario” (Baudrillard, 1981: 12). Contra la ontología platónica que diferencia la cosa real del simulacro y afirma la superioridad de aquélla como lo original y verdadero, entramos ahora en una ontología del simulacro que bendice las imágenes: “El simulacro (*simulacre*) es el verdadero carácter o forma de lo que es”, escribe Deleuze (1968: 92).

Para Perniola (1980: 20) “el simulacro (*simulacro*) no es una imagen pictórica que reproduce un prototipo externo sino una imagen (*immagine*) efectiva que disuelve el original”. Por esto el simulacro no tiene identidad, pues “no es idéntico a algún original externo” o referente que le sirva de modelo (Perniola, 1980: 128). Si tradicionalmente entendíamos la imagen como ‘imagen de’ algo exterior, de una identidad que ejercía de original, el simulacro debe entenderse como imagen liberada de toda referencia, como significante sin significado. Ya no hay mundo tras la imagen; no hay ‘imagen del mundo’ sino que el mundo se disuelve en imágenes. La imagen es el mundo. Los simulacros no tienen original; sólo hay imagen, simulacro.

En el mundo de los simulacros, confirma Turkle (1995: 47), “los objetos en la pantalla no tienen un referente (*referent*) físico simple”, lo que significa que “la vida en la pantalla es sin orígenes (*origins*) ni fundamento (*foundation*)”, de modo que “los signos (*signs*) tomados de la realidad sustituyen a lo real”. El simulacro no es mera apariencia que oculta lo real: él mismo es la verdad real, lo *hiperreal*, en terminología baudrillardiana. Sin fundamentos, “la simulación es la generación mediante modelos de un real sin origen ni realidad: lo hiperreal (*hyperréel*)” (Baudrillard, 1981: 10). Sigue habiendo ‘realidad’, pero ya no precede al simulacro, como mantenía el orden tradicional platónico; ahora el *hiperreal simulacro* precede a la *realidad* y se erige él mismo en modelo originario, en fuente de realidad. La ontología digital deviene ontología del simulacro. El ser es simulacro, imagen sin referencia. Lo real tiene que coincidir ahora con el simulacro, y si no lo hace deja de ser realidad. De ahí que Duque haya sostenido que la naturaleza no está fuera sino “en el folleto de la agencia de viajes o en la página Web, con los cuales se compara luego esa ‘realidad’, y se protesta si ella no se ajusta al simulacro” (Duque, 2000: 62). Esta es la novedad del mundo/imagen, que la imagen -que antes sólo existía referida a la realidad que representaba- ahora, como simulacro, deviene hiperrealidad, una nueva, dominante y desrealizada realidad. Lo real ha desaparecido y la imagen -como simulacro- ocupa su lugar: “Las imágenes se hacen cosa”, de modo que “la realidad sólida se ha disuelto, dejando espacio a fantasmas” (Colombo, 1990: 152). Esta nueva ontología del simulacro merece según Debray (1992: 499) el calificativo de “ontología fantasmal (*ontologie fantasmatique*)”.

b) Del espectáculo a la disciplina del ver

Ya no se oponen ficción y realidad. La antigua ficción es la nueva realidad. En el mundo/imagen, realidad e imagen son indisolubles. La distinción tradicional establecida entre lo real y la ficción remite crecientemente. Cuando nuestra experiencia está totalmente mediada por la imagen es imposible establecer una nítida división entre la ficción de la imagen -el *fuera* que se nos da inmediatamente con facilidad- y lo real verdadero -el *dentro* difícilmente accesible, que exige un penoso esfuerzo que solemos evitar³. Debido a la valoración positiva de la imagen la preferimos, de modo que cada vez nos resulta más difícil diferenciar lo real de lo virtual, la cosa de la imagen. Por eso Platón, que subestimaba las imágenes, las distinguía y separaba radicalmente de la verdadera realidad. Los nostálgicos metafísicos de la caverna platónica muestran que en este mundo hipervirtualizado no es que no haya ser o verdad. Lo que ha desaparecido es la capacidad de los sujetos de “reconocer lo real porque son incapaces de reconocer las imágenes” (Seel, 2000: 292s).

Como a los habitantes de la caverna, lo que nos pasa a los humanos hoy es que hemos descuidado el saludable sentido de la irrealidad, el que perdió *Don Quijote*, el que nos permitiría percibir la imagen como tal. En los *reality shows* la realidad se *espectaculariza* de tal modo que ya no sabemos si lo que presentan como verdadero lo es o es apariencia, ficción. Tan ficticio, tan verdadero. El espectáculo, enseña Debord (1967: 6), es “la afirmación de la apariencia (*apparence*)” y sólo eso es lo real: “La realidad surge en el espectáculo (*spectacle*)”. El carácter espectacular de la vida real implica que ya no vale ‘en sí’, sino como reflejo, como objeto estético ‘para’ el público. El espectáculo, clave del mundo/imagen, supone “la eliminación de los límites entre lo verdadero y lo falso (*faux*)” (Debord, 1967: 167). Al romper con la realidad, se hace independiente de cualquier referente real: el espectáculo comienza y acaba en sí mismo. En el espectáculo la imagen se ha soltado de toda realidad y se ha independizado. No tiene que ver con nada. Un mundo *espectacularizado* equivale a un mundo reducido a apariencias, sin *dentro*, a imágenes que sólo llevan a ellas mismas.

Los *realitys*, cuya misión es hacer pasar la ficción por verdadero, confunden lo real con el *show* de manera que logran que la pantalla pase de ser “ventana del mundo (*fenêtre sur monde*)” a “muro de imágenes (*mur d’images*)” (Debray, 1992: 488). Esto nos impide percibir la diferencia entre lo que es imagen y lo real. Las *fake news* y los montajes videográficos propios del mundo del espectáculo juegan con los límites entre ficción y realidad hasta el extremo de que el espectador ya no se fia de nada. Cuando todo es imagen y no hay ya realidad, ni podemos creer lo que vemos ni saber qué es lo verdadero. Se impone una filosofía popular de la sospecha, lógica consecuencia del ilusionismo dominante en el mundo de la imagen, en el que resuenan aquellas palabras de las musas según Hesíodo (2014: 55): “Las musas cuando queremos sabemos contar muchas mentiras que parecen realidad (*ψεύδεα*), pero cuando queremos también sabemos contar verdades (*ἀληθέα*)”. No poder ver esta diferencia entre la imagen y la cosa es la causa del actual *panvirtualismo*.

La pantalla total se debe entonces a una deficiencia de los sujetos, pues, asegura Seel (2000: 293), “quien puede ver imágenes está protegido”. Esta es la enseñanza platónica que sigue valiendo hoy. Necesitamos una disciplina del ver para percibir con conciencia la irrealidad de los simulacros y poder situarnos fuera del hechizo de la pantalla, libres de la esclavitud de la caverna. Sin ella estamos perdidos en el mundo/imagen y seremos víctimas de sus juegos de apariencias. Sólo aquella disciplinada conciencia puede salvarnos ejerciendo de método que nos devuelva a lo real.

El asesinato de lo real

En nuestro mundo de imágenes todo acaba siendo un simulacro. En el mundo posmoderno según Jameson (1991: 46) gobierna “una lógica del simulacro (*simulacrum*) que convierte a las antiguas

³ Maquiavelo (1532: XVIII, 179) pudo escribir que “todos ven lo que parecen (*pari*), pocos saben (*sentono*) lo que eres”. Y Gracián (1647: 130, 83) confirma que “las cosas no pasan por lo que son, sino por lo que parecen”, de manera que “hay cosas que son muy otras de lo que parecen”.

realidades en imágenes”. Se nos vende como conversación, viaje, compañía, amistad, amor o vida reales lo que realmente no dejan de ser simulacros. Ya no queda casi nada de la realidad, sólo vestigios casi olvidados. En este mundo donde las imágenes no son medios de lo representado, escribe Turkle (1995: 47), “se ha roto la línea entre las cosas y su representación porque la representación existe en ausencia de la cosa real (*real thing*)”. Las imágenes sin referentes en la época del mundo/imagen, lejos de desaparecer en las cosas representadas, valen por sí mismas⁴.

El mundo/imagen amenaza con consumir aquella terrible advertencia de Nietzsche (1883-85: 385): “El desierto crece (*Wüste wächst*): ¡ay de aquel que alberga desiertos!”. Cuando se santifica el simulacro “el ser se escapa (*l'être s'échappe*)”, sentencia Deleuze (1968: 92), es decir, se disuelve la platónica identidad originaria, la realidad muere a manos de la imagen. El realismo ingenuo enseña que hay verdad, que las cosas están ahí, sin subjetividad, sin imagen mediadora, y que luego nos hacemos imágenes de ellas. Con Kant aprendimos que el ser se nos da constituido por formas trascendentales subjetivas, que el mundo se nos presenta siempre configurado por imágenes. Contra la ingenua metafísica platónica realista que piensa que el mundo no se reduce a imágenes porque cree que hay un *fuera* (el *ὄντος ὄν*) que es lo verdaderamente real, Baudrillard (1981: 16) menciona el “poder mortífero de las imágenes, asesinas de lo real”. Este “asesinato de lo real (*murder of the real*)” supone la desaparición de todo referente en el proceso de virtualización (Baudrillard, 2000: 61).

Las imágenes matan la realidad cuando ya no representan nada y dejan de ser signos mediadores de supuestas realidades. En lugar de medios, las imágenes devienen fines, sustitutos de la realidad. Baudrillard escribe que “lo real ha desaparecido”, esto es, que “la imagen es más importante que aquello de lo que habla (*parle*)” (Baudrillard, 2007: 22, 32). Los significantes han asesinado a los significados para quedarse con el monopolio del ser. Con la *muerte de dios* (*Gott ist tot!*) (1882: 481), Nietzsche mostró que las referencias no existen puesto que todo, incluso dios, puede ser simulado, convertido en imagen.

El poder exterminador de las imágenes abre la puerta de la ontología nihilista que ha disuelto las referencias porque ha negado los hechos y sólo reconoce representaciones, imágenes. *No hay hechos* (*Tatsachen*) sólo interpretaciones (*Interpretationen*), dictaminó Nietzsche (1885-87: 315). El hecho se nos da siempre en una imagen o en un texto. Vattimo deduce que el ser, lejos de consistir en presencia metafísica al margen de las interpretaciones, existe aconteciendo en distintos horizontes históricos, en lenguajes, en imágenes (Vattimo, 2012: 125s). En esta ontología ilusionista no hay ‘en sí’; el ser, disuelto en significantes, sólo *es* encuadrado en imágenes, en apariencias.

En efecto, declara Virilio (1980: 60), esta “estética de la desaparición renueva la aventura de la apariencia”. Todo se virtualiza, todo es imagen, de modo que parafraseando la conocida afirmación derridiana *il n’y a rien hors du texte* (Derrida, 1972: 42), diríamos que *no hay nada fuera de la imagen* y, desde ese momento, “la imagen es lo real (*real*)” (Taylor, 1992: p. 181). Ni siquiera la historia, que sería el referente del documental y por tanto “lo que siempre está fuera del texto”, lo está realmente, pues “nos es inaccesible excepto en forma textual” (Jameson, 1981: 20). George (1919: 107) cantó que “ninguna cosa (*Ding*) sea donde se rompe la palabra”. No hay cosa donde no hay palabra.

Hoy diríamos que *no hay cosa donde falta la pantalla*, donde no hay imagen. Esta es la esencia del nihilismo, según Heidegger (1944-46: 338), “la historia (*Geschichte*) en la que del ser no queda nada”. En este creciente nihilismo de la realidad lo que queda, escribe Baudrillard (1981: 10), es “el desierto de lo real (*désert du réel*)”. En esta cultura de la simulación, lo virtual se ha puesto en lugar de lo real⁵. Aquella preferencia de la imagen sobre la cosa ha desembocado finalmente en el desalojo de la realidad por parte de la virtualidad. La realidad es ahora la imagen de la realidad: “El simulacro, la construcción ficticiamente sustitutiva de lo real, vale como la misma realidad” (Bettetini, 1990: 69).

⁴ Nancy (2001: 16s) interpreta la prohibición de las imágenes en el Éxodo (20, 4-5: 4) como condena no de la copia representativa sino de la imagen que vale *per se* e ignora lo representado, es decir, del ídolo que se ciñe a él mismo y olvida al dios.

⁵ Borges (1946: 847) anticipó esta sustitución de la realidad por el simulacro al hablarnos de unos cartógrafos que llegaron a hacer un mapa de su Imperio con el mismo tamaño que el Imperio y que coincidía con él en todos sus detalles.

En la época de las imágenes sólo tiene carácter probatorio lo que aparece en las pantallas, lo que tiene repercusión mediática. Lo que no es llevado a la imagen no es. No se puede hablar ya platónicamente de la imagen ‘de’ lo real porque ahora la imagen define lo real. Antes vivíamos las fantasías sabiendo que eran fantasías. En el mundo/imagen creemos que lo virtual es real. Turkle (1995: 21) confirma que cuando un individuo se masturbaba con el *Playboy* era consciente de la fantasía, mientras que ahora, al masturbarse viendo imágenes digitales, cree que no es masturbación sino sexo real.

Videosfera transparente y misterio

Contra el esquema tradicional platónico que diferencia el ‘en-sí’, lo verdadero, del ‘para-mí’, la apariencia, la imagen ya no es el *para mí* de un *en sí*. La imagen ahora es lo único que hay. Liberados de la deuda secular con el platonismo que todavía condujo a Schopenhauer a dividir el mundo en voluntad (en sí) y representación (para mí), nos queda *el mundo como imagen y sin voluntad*, puro ‘para mí’ transparente sin ‘en-sí’, sin restos oscuros impenetrables, reducido a presencia virtual. La realidad es la imagen, lo que nosotros percibimos. El *esse est percipi* berkeleyano se ha verificado finalmente en el mundo/imagen digital contemporáneo. Sólo es aquello que es reproducido en imágenes y percibido. “El mundo se ha convertido efectivamente en mi representación (*représentation*)”, sentencia Debray (1992: 417). El mundo/imagen presupone la primacía del ‘ver’. En esta videosfera ‘entender algo’ equivale a ‘verlo’. El “yo veo (*je vois*)”, concluye Debray (1992: 492), reemplaza al “yo comprendo (*je comprends*)”. No hay nada más allá de lo visible: “Lo que no es visualizable (*visualisable*) no existe” (Debray, 1992: 502). *Si no te ven, no existes*, enseña la publicidad⁶. Se quiere ver todo, se quiere transparentar todo, porque ver algo es la condición de posibilidad de su existencia.

En la neocartesiana videosfera del mundo/imagen el *ver* sustituye al *cogito*. Ya no existe lo que pensamos clara y distintamente, sino lo que se reduce a transparencia visual. El microscopio y el telescopio de hecho, como enseña Debray (1992: 504s), han permitido la expansión del ver y, con ello, la ampliación de los límites del ser. Los platónicos aseguran que lo que nos muestra el mundo, lo visible, es justamente aquello que nos imposibilita ver su verdadera realidad, oculta tras esa pantalla de apariencias que, en vez de mediar entre lo visible y lo invisible, ciega la mirada. Desligados de la antigua metafísica que cree en la verdad pura, limpia de imágenes, los posmodernos piensan que sólo hay esa pantalla y que lo visible y lo verdadero se identifican, de modo que el *fuera* de la pantalla es un mito heredado.

Esta voluntad de transparencia que comprende el ser como apariencia visual no sólo provoca que lo invisible pierda su proverbial prestigio, sino que desaparezca y, con él, el misterio. En este orbe de transparencia que es el universo de los simulacros no hay misterio. Los *reality shows*, apogeo del simulacro, se presentan engañosamente contra el misterio. Nos confunden satisfaciendo en falso nuestro secreto deseo de asistir en directo a la vida que, indócil y misteriosa, siempre se nos escapa, pero realmente lo que nos ofrecen es una imagen de la vida, un espectáculo, una vida sin dentro. Este es, insiste Debray (1992: 432), “el culmen de la ilusión mediática (*illusion médiatique*): creer que se puede tener directamente acceso a una experiencia vivida”. Esta es la farsa que representan los *realities*, una sociedad de la total transparencia, donde supuestamente se ve toda la vida según pasa.

Contra el peligro de la transparencia que, a su vez, facilita el dominio de lo real, Heidegger cree que el misterio resiste como algo que forma parte de la propia tecnología: “Cuando miramos la ambigua esencia de la técnica contemplamos el curso estelar del misterio (*Geheimnis*)” (Heidegger, 1953: 34). Heidegger reivindica la experiencia del misterio como lo que nos convierte en humanos al advertir que no sólo la “esencia del ser humano permanece oculta en su carácter misterioso”, sino que sobre todo consiste en “guardar (*hüten*) el misterio del ser (*Geheimnis des Seins*)” (Heidegger, 1935: 173; 1936-46: 97). Nos salvamos como humanos en tanto custodiamos el misterio. A la luz de la vigente ontología fantasmal, semejante reivindicación del misterio puede parecer una invocación reaccionaria de la antigua metafísica

⁶ Gracián (1647: 130, 83) ya sostuvo que “lo que no se ve es como si no fuese”.

platónica, pero no podemos olvidar que mientras haya misterio no se puede consumir el asesinato de lo real. “El crimen nunca es perfecto”, dejó escrito Baudrillard (2000: 69).

Ser en el mundo digital

a) Ser es conectarse

No solo el mundo se ha virtualizado. También nosotros. El ser humano es un ser de imágenes, de copias, e incluso él mismo se reconoce como tal, como un ser hecho a *imagen y semejanza de dios*. Lo virtual determina nuestro ser en el mundo. “Hay que entender el ciberespacio como un modo de vida”, de modo que nuestro nuevo ser es “el ser digital (*being digital*)”, declara Turkle (1995: 231). Vattimo ha explorado la vertiente optimista de la ontología estética dominante: entender el ser como “evento hermenéutico (*evento ermeneutico*)” (Vattimo, 2012: 128), afirmar que no hay ser sin imágenes, sin interpretaciones, implica abrir la puerta a la diversidad y el pluralismo y volverle la espalda al totalitarismo y la homogeneización. La estetización del ser trae consigo una nueva, hermenéutica y dialógica forma de ser humano. Aliviarse de la pesada carga metafísica de la verdad y acceder a una “realidad aligerada (*alleggerita*)” (Vattimo, 1985: 189), compuesta por multitud de imágenes libres, sin realidad fuerte a la que someterse, permite al ser humano emanciparse para -no sometido ya a ninguna ideología fundada en la supuesta verdad- “vivir otros mundos posibles” (Vattimo, 1989: 20).

Resulta problemático considerar que este mundo posmoderno de imágenes y sin verdad facilite el diálogo, pues sin horizonte de objetividad ni esperanza de consenso no cabe auténtica conversación sino sólo paralogía. Además, este optimismo hermenéutico abstrae la realidad para atender sólo a esta fértil posibilidad dialógica del mundo/imagen. Olvida que no sabemos relacionarnos con nada real si no es convirtiéndolo en imagen en nuestra pantalla. El deseo de imágenes es la gran droga universal. Consumimos incesantemente imágenes. Sontag (1973: 240) habla de una “lujuria (*lust*) que nunca se puede satisfacer”. Necesitamos continuamente las imágenes, amamos la falsificación. *Mundus vult decipi*, reza el conocido adagio latino. La voluntad de simulacro, de farsa, que constituye al ser humano le permite escapar de la realidad y descansar de su peso opresivo. Es algo incorporado al vivir natural como un mecanismo que permite una saludable economía vital, aportando la dosis necesaria de virtualidad para sobrevivir en la prosaica materia. La novedad es que esta voluntad de ficción se ha apropiado en la actualidad de toda la existencia. Siempre el ser humano ha jugado y ha evitado provisionalmente la realidad para darse unas breves vacaciones de cotidianidad. Pero ahora el juego se ha convertido en la nueva seriedad de la vida. Tal es el origen antropológico del mundo/imagen.

Nuestra vida se ha reducido casi totalmente a tratar sólo con virtualidades. Hasta tal punto que el que se ocupa de ellas también es un yo ficcional o virtual. Las pantallas que permiten que al instante imágenes de cualquier lugar del planeta invadan nuestra intimidad modelan nuestro nuevo ‘ser en el mundo’. Las imágenes no están ahí como un objeto más, tienen el poder de configurar nuestra existencia. Nos poseen. Lúcidamente ha escrito Kroker (1992: 1) que “la realidad virtual es lo que posee al individuo poseído (*possessed individual is possessed by*)”. Los actos humanos en los que vivimos ejecutivamente, desde asistir a un accidente hasta el sexo, cada vez se entienden menos sin pantallas de por medio. No sabemos vivir si no es duplicando lo vivido en representaciones. No se acaba de vivir algo cuando ya lo estamos representando en nuestros móviles. Parece como si se viviera para representar, para producir imágenes de lo vivido, lo cual, como tal realidad ejecutiva, deja de interesarnos para atender exclusivamente a su imagen. Todo es para nosotros imagen y no realidad, algo *para mí* y no algo *en sí*. El progresivo incremento del porno enseña que gusta más la imagen del sexo que el sexo. No vivo, más bien represento.

Del *cogito ergo sum* hemos pasado al *vivo quia repraesento*. Parece como si la existencia humana se decidiese en las sinapsis digitales que constituyen la red informática mundial. Por eso el nuevo *Dasein* digital, el *homo pantalicus*, se angustia por la caída de la red o por la falta de batería, porque estar conectado es nuestro nuevo *ser en el mundo*. Vacíos de *dentro*, nada somos salvo nuestro estar conectado hacia fuera. Sin conexión no somos. La ética del *Dasein* digital obedece entonces según Baudrillard (1990: 35) a este “nuevo imperativo categórico: actúa de modo que estés conectado”.

Lipovetsky (2007: 284) concluye que “existir (*être*) es estar enchufado (*branché*) a la pantalla e interconectado a las redes”. El deseo de imagen y pantalla está ligado a la necesidad de conexión. Por eso viendo la televisión atendemos al móvil. Es la pantalla al cuadrado, sólo que una de ellas nos conecta a otros.

b) Guerra a la interioridad

Nos sentimos compelidos a existir virtualmente. Lo que vale ahora no es el *hombre de carne y hueso* sino nuestra imagen. Se ha arruinado nuestra existencia integral en favor del cuidado de nuestra imagen o apariencia. Nos place vernos duplicados virtualmente. Sólo importa la imagen, nuestra principal ocupación es cuidarla, preocuparnos de nuestro *look*, aparecer más en las redes, porque así, según Echeverría (2013: 20), “pretendemos existir más, ser más vistos, más leídos, más conocidos, más personas. Ser una tecnopersona exige tener un alto índice de impacto en el subespacio electrónico”. El mundo/imagen existe hacia el exterior. El culto a la apariencia es lo propio de una época de superficies. La transformación de lo real en imagen sólo puede acabar en una cultura de superficies, que es lo que define a la posmodernidad según Jameson (1991: 12), que “la profundidad (*depth*) ha sido sustituida por la superficie (*surface*)”. La tradicional autorrealización ha devenido cultivo de una imagen de sí. No resulta extraña entonces la voluntad cosmética de nuestro tiempo⁷. El yo se reduce a su imagen, a lo que de él aparece en las llamadas redes sociales, en las cuales la subjetividad previamente vaciada de intimidad se trasparenta. Es una falsa trasparencia, una trasparencia al precio de reducirse el sujeto a lo público, a su ser en la red social. Hay una voluntad de desnudamiento y exhibición sin pudor que se debe a la falta de espesor íntimo.

Ahora bien, una subjetividad sin intimidad, sin misterio, no es verdaderamente humana. Además, el vaciamiento del sujeto tiene un efecto rebote sobre el mundo. Las imágenes que constituyen el mundo son construcciones nuestras, proyecciones de nosotros mismos. Pero nuestra intimidad es pobre porque una subjetividad sólo se temple y enriquece mediante auténticas experiencias, o sea, en relación con la resistencia y dificultad que presenta la realidad. El mundo/imagen que hemos creado es tan menesteroso, vacuo e insustancial como nuestra interioridad.

Se ha declarado la guerra a la interioridad y en lugar de practicar una agricultura intensiva de nuestro yo interno, siguiendo la metáfora kierkegaardiana, se impone una agricultura extensiva basada en las apariencias externas que no cesan de sucederse infinitamente (Kierkegaard, 1843: 246s). Kierkegaard (1844: 29n) afirma que “en nuestro tiempo se ha olvidado en general la determinación de la intimidad”. El miedo a la interioridad es lo que nos ha arrojado hacia la imagen y la exterioridad. Hemos pasado del sabio estoico como modelo antropológico, el *homo interiorius* concentrado en sí, al *homo aestheticus*, que se olvida de sí y se pierde en la barahúnda exterior, en el confuso tráfigo de las imágenes, porque ya no tiene *intus* o porque lo ha arrinconado. Lejos del senequista “recógete (*recede*) en ti mismo cuanto puedas” para examinarse, hoy se impone el estar fuera volcado hacia los otros e ignorándose a sí; cada vez más, “nos resulta preferible estar con cualquiera antes que con uno mismo” porque buscamos la salud fuera, no cultivando nuestro sí mismo (Séneca, 63-65: I-7-26, 34, 186).

Contra Agustín, que pedía *noli foras ire; in teipsum redi; in interiore homine habitat veritas* (390: c. 39, n. 72: 158), el mundo como imagen, vaciado de interioridad, reclama al sujeto contemporáneo que salga fuera, para perderse en la exterioridad de las brillantes imágenes que nos rodean. Presupuesta la identificación entre felicidad y distracción, el mundo actual nos hace felices divirtiendonos con el ajeteo exterior de apariencias e imágenes. La felicidad queda localizada en lo público y exterior, mientras que el sabio senequista considera que sólo se es feliz (*beatum*) “cuando todo goce (*gaudium*) nace para ti de tu interior” (Séneca, 63-65: III-124, 448). Dado que según Descartes (1637: 25) “nada hay que esté enteramente en nuestro poder salvo nuestros pensamientos”, o sea, nuestra interioridad, entonces, el que hace depender su alegría de lo exterior se asienta sobre una base bien frágil, pues no depende de él

⁷ Baudelaire (1863: 714ss) inauguró con su *Éloge du maquillage* esta modernidad estética que prima el artificio sobre la naturaleza.

mismo sino de la fortuna, sobre la que ningún poder puede ejercer. De ahí el aumento de la sensación moderna de ansiedad y tristeza.

Videocracia y falsa salvación de la realidad

Hemos convertido el ser en imagen porque la realidad nos parece calamitosa, dañada sin remedio. “A la catástrofe de lo real, preferimos el exilio de lo virtual (*exil du virtuel*)” (Baudrillard, 1991: 16). Lo trasmutamos en virtualidad, porque el insostenible mundo real, transfigurado en imagen, nos puede resultar incluso agradable. Convertir la realidad herida en imagen, “reducir una ciudad bombardeada al tamaño de una pantalla”, escribe Debray (1992: 487), nos hace aceptable lo que no “habríamos soportado en tamaño natural”. El mundo/imagen, que nos reconcilia con lo que no podríamos reconciliarnos en la vida real, representa la elevación a escala planetaria del poder neutralizador y transformador que tiene la imagen y que podemos rastrear desde Aristóteles hasta Goethe pasando por Boileau⁸. Pero también hemos virtualizado la indomesticable vida real porque así es más fácilmente gobernable y controlable. “La imagen, por su misma naturaleza posee menor capacidad de resistencia que la palabra” (Casetti, 1990: 141), entregándose más cómodamente al dominio. Una realidad totalmente dada ahí -para mí- en la imagen, convertida en pura transparencia, sin oscuridades, facilita su dominio y manipulación. Como la realidad es indócil y se nos resiste, la convertimos en imagen para tenerla bajo nuestro poder. Cuando todo se resuelve en mediaciones virtuales, en imágenes, información o acontecimientos digitales, deviene objeto manejable. El ser de la ontología digital es manipulable. El mundo/imagen ha dictaminado que “el ser es información, y una información disponible, maleable” (Finkielkraut, 2005).

El ser disuelto en la red digital es presa fácil de los intereses de las distintas voluntades de poder. Ya no hay sino fuerzas que manejan la información. Por esto no creemos en la verdad de nada virtual y se impone la sospecha universal. Convertir el mundo en imagen sin restos equivale a ponerlo bajo nuestro poder. Esto lo que llamó Heidegger “época de la imagen del mundo (*Zeitbildes*)”, teniendo en cuenta que aquí “el carácter de imagen (*Bildcharakter*) del mundo se entiende como la representabilidad (*Vorgestelltheit*) de lo ente” (Heidegger, 1938: 92), y no como representación o cuadro del mundo. En esta época la realidad es básicamente algo representable, o sea, algo que podemos poner ante nosotros, un objeto. Esta objetivación que pone lo real bajo nuestro dominio logra su máxima expresión en el mundo/imagen. Lo que subyace entonces a la existencia del mundo como imagen es una voluntad de dominio y violencia de lo real. Esta videocracia es el secreto que se oculta tras la virtualización o estetización del mundo. La videosfera, advierte Baudrillard (1990: 35), es un “sistema de control”. Los *reality shows* muestran precisamente como su única verdad esta voluntad de control de nuestro mundo videovigilado. Dominamos la realidad representándola en imágenes. La videocracia que es la videosfera del mundo/imagen es el culmen de esta voluntad de poder.

Esta es la forma de dominio propia de las democracias. Chomsky señala que “en un Estado totalitario no importa mucho lo que la gente piense porque tienes una porra sobre su cabeza y puedes controlar lo que hacen”, mientras que en las sociedades democráticas el Estado no puede controlar el comportamiento por la fuerza y por ello “tiene que controlar (*to control*) lo que se piensa”, pues dado que en la democracia “se escucha la voz del pueblo (*voice of the people*), es mejor controlar lo que dice esa voz, controlar lo que piensa” (Chomsky, 1992: 7; 1994: 43). Ahora bien, añade, “el modo típico de hacerlo es el recurso a lo que solía llamarse propaganda en tiempos más honestos. Fabricación de consenso (*manufacture of consent*). Creación de ilusiones necesarias” (Chomsky, 1994: 43). Este control del pensamiento mediante la manufactura del consenso producida por los mass media y las redes digitales implica según Chomsky (1992: 5) toda una “ingeniería del consenso (*engineering of consent*) o del acuerdo”. Se fabrica la opinión pública, el pensamiento dominante socialmente admitido. Insiste

⁸ Aristóteles (1974: 1448b, 136) afirmó que “hay seres cuyo aspecto real nos molesta, pero nos gusta ver su imagen ejecutada con la mayor fidelidad posible”. Dos mil años después, Boileau (1674: III, 1-4, 169) insistió en su *Poética* en que “no hay serpiente ni monstruo odioso, / que, imitado (*imité*) por el arte, no pueda agradar a los ojos; / el artificio agradable (*artifice agréable*) de un pincel delicado (*délicat*) / del más horrible objeto hace un objeto amable (*aimable*)”. Goethe (1815: 327) poetizó que “lo que en la vida nos disgusta (*verdrüßlich*), / lo disfrutamos en un cuadro (*Bild*)”.

Baudrillard (1990: 35) en que ya no se “neutraliza con la represión y el control, sino con la información y la comunicación”.

La expansión de los nuevos medios digitales permite una forma más poderosa de controlarnos y dominarnos: mediante la vigilancia absoluta de nuestra vida, que cada vez se reduce más a nuestros movimientos en las redes, el sistema de poder puede llegar a conocernos mejor que nosotros mismos, de modo que puede predecir totalmente nuestro pensamiento y nuestra voluntad. Esto es lo que Zuboff (2019, frontispiece) llama “capitalismo de la vigilancia (*Surveillance Capitalism*)”. Nuestra propia necesidad de estar conectado, la droga que nos mantiene enganchados a las pantallas, se convierte en la mejor forma de controlarnos. Nosotros mismos nos prestamos a que nos dominen. Sólo podemos ser libres si desconectamos.

Pero la misma poderosa voluntad que deshace el mundo en imágenes teme la disolución de la realidad en un juego infinito de significantes. El mundo/imagen desarticula lo real e intenta salvarlo. Así, escribe Baudrillard (1981: 39s), pretende “reinyectar por todas partes lo real y lo referencial (*referentiel*), persuadirnos de la realidad de lo social”. El poder hace esto para que sigamos creyendo en algo superior, fuerte y dominante, en dioses. En lo esencial, lo hace para que sigamos creyendo en él mismo como tal instancia suprema. Es su forma de legitimarse como tal poder y, al tiempo, el modo más sutil de manipularnos y dominarnos que emplea el mundo/imagen: renovando nuestra confianza en la realidad de lo real y haciéndonos olvidar su verdadero carácter virtual.

El mundo/imagen pretende (re)producir la realidad que él mismo deshace. El sistema de poder del mundo/imagen acomete esta rehabilitación/salvación de lo real de dos maneras. La primera, mediante el hiperrealismo creciente de las copias (Baudrillard, 1981: 41). La segunda se vale de un complejo mecanismo psicoantropológico. La liberación y autonomía de la imagen nos hace creer que representa una isla virtual al margen de la realidad en la que podemos olvidarnos de ella y descansar. Su finalidad secreta es entonces sugerirnos que hay una realidad real más allá de ella. Pero Baudrillard sostiene finamente que es “una tapadera (*couverture*) de simulación de tercer orden”, de manera que Disneyland, cima del mundo/imagen, “es presentada como imaginaria con el objetivo de hacer creer que el resto es real, mientras que cuanto la rodea, Los Ángeles y América, ya no son reales sino del orden de lo hiperreal y de la simulación” (Baudrillard, 1981: 25s). Para compensar la aspereza de la materia del mundo, Disneyland se presenta, confirma Augé (1997: 33), como “la absoluta gratuidad de un juego de imágenes (*jeu d’images*)”, como una “experiencia de pura libertad, sin objeto”, sin realidad que se resista, pero en verdad “Disneyland es el mundo de hoy”, representa “la experiencia del vacío (*vide*)” que caracteriza a la realidad actual, un mundo sin dioses, sin verdades, terriblemente libre, puro juego.

El verdadero éxito de Disneyland en particular y de los mundos imaginarios en general es que refuerzan nuestra cada vez más débil creencia en la realidad. Son antídotos contra el veneno de la muerte de dios. Pretenden encubrir que la realidad ya no es real. Se usan espacios imaginarios para que sigamos teniendo confianza en la realidad y no consideremos que todo es imagen, que dios ha muerto. Para que no pensemos la realidad como ficción y la ficción como realidad. Más aún, para que no sospechemos que, según el verso de Michaux (1937: 218), “ya no se sueña. Se es soñado (*rêvéé*)”. Tal es la sutileza de la manipulación del mundo/imagen, un falso camino para salvar la realidad.

Conclusiones. Cuidar la realidad.

La desaparición de la realidad y su conversión en imagen son fenómenos que presuponen la existencia de un mundo ingrátido, trivial, casi vacío, tal como es nuestro presente, un mundo sin dioses. En este mundo desustancializado los antiguos mitos han sido sustituidos por sus versiones ligeras, banales. Las ilusiones, experiencias y relaciones humanas están siendo reemplazadas por modos de las mismas marcados por la distancia y la inautenticidad; el hueco en el que antes estaban instaladas la religión, la filosofía y la psicología, lo ocupa ahora la autoayuda fácil y lugarcomunista; el pensamiento y el texto han sido relevados por el tuit, el cual es al pensar discursivo lo que la imagen a la realidad. El tuit es el

espectro del discurso. La desrealización de nuestro mundo trivializado, vuelto imagen, se manifiesta en múltiples formas.

La amenaza de disolución se cierne cada vez más peligrosamente sobre lo real y sobre nosotros como seres de realidades. Pero todavía no se ha consumado, estamos a tiempo de evitarlo. Depende de que impidamos que las tecnologías digitales que sustentan al mundo/imagen sean el espíritu y nos gobiernen, para que así se sometan a nuestra bella autoridad. Así lo poetizó Rilke (1922: II-10, 757): “La máquina (*Maschine*) amenaza todo lo conseguido, mientras / se envanezca de estar en el espíritu en vez de en la obediencia (*im Gehorchen*)”. Como la amenaza aún no se ha cumplido, Rilke nos recuerda en el mismo poema que “todavía el ser (*Dasein*) está encantado para nosotros; en cientos / de lugares es todavía un origen. Un juego (*Spielen*) de puras / fuerzas, que nadie toca si no se arrodilla y admira”. La realidad puede todavía salvarse como el origen que es, sin convertirse -y perderse- en imagen o interpretación nuestra. Nos necesita para salvarse como tal realidad fuerte y encantada, y sólo así podremos salvarnos nosotros, porque no somos de verdad más que en relación a ella, experimentando su cordial resistencia. La necesitamos tanto como ella a nosotros.

Paradójicamente somos los que la hacemos desaparecer con la voluntad de poder virtualizadora, pero también somos los únicos que podemos respetarla y guardarla. Tenemos que esforzarnos por integrar el poder de la imagen en un mundo con peso real, sin dejarnos espectralizar por él. Tal vez esta sea nuestra misión como seres humanos, admirarnos de lo real, ser testigos de su verdad originaria y cuidarla.

Referencias

- Agustín de Hipona (390). *De vera religione, Obras* (bilingüe). BAC. Madrid. 1956.
- Aristóteles (1974). *Poética*, ed. trilingüe de V. García Yebra. Gredos. Madrid.
- Augé, M. (1992). *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil. Paris.
- Augé, M. (1997). *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*. Payot & Rivages. Paris.
- Aumont, J. (1990). *L'image*. Nathan. Paris. 2001.
- Baudelaire, Ch. (1863). *Le peintre de la vie moderne, Œuvres complètes*, II. Gallimard. Paris. 1976.
- Baudrillard, J. (1981). La précession des simulacres, *Simulacres et simulation*. Galilée. Paris.
- Baudrillard, J. (1990). “Videosfera y sujeto fractal”. En: VV. AA. *Videoculturas de fin de siglo*. Cátedra. Madrid.
- Baudrillard, J. (1991). *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Galilée. Paris.
- Baudrillard, J. (2000). *The Murder of the Real, The Vital Illusion*. Columbia University Press. New York.
- Baudrillard, J. (2007). *Pourquoi tout n'a-t-il pas déjà disparu? L'Herne*. Paris.
- Bettetini, G. (1990). “Por un establecimiento semio-pragmático del concepto de simulación”. En: VV. AA. *Videoculturas de fin de siglo*.
- Boileau-Despréaux, N. (1674). *Art poétique, Œuvres complètes*. Gallimard. Paris. 1966.
- Borges, J. L. (1946). “Del rigor en la ciencia”, *El Hacedor, Obras completas 1923-1972*. Emecé. Buenos Aires. 1984.

- Canetti, E. (1973). *Die Provinz des Menschen: Aufzeichnungen 1942–1972*. München. Hanser.
- Casetti, F. (1990). “La imagen-valor”. En: VV. AA. *Videoculturas de fin de siglo*.
- Chomsky, N. (1992). “The Propaganda System (Interview)”. En: Barsamian, D. (ed.). *Stenographers to Power: Media & Propaganda*. Monroe, ME. Common Courage Press. 5-18.
- Chomsky, N. (1994). *Manufacturing Consent: Noam Chomsky and the Media*. En: Achbar, M. (ed.). Montréal. Black Rose Books.
- Colombo, F. (1990). “El Icono ético. La imagen de síntesis y un nuevo paradigma moral”. En: VV. AA. *Videoculturas de fin de siglo*.
- Debord, G. (1967). *La société du spectacle*. Gallimard. Paris. 1992.
- Debray, R. (1992). *Vie et mort de l'image: une histoire du regard en Occident*. Gallimard. Paris.
- Deleuze, G. (1968). *Différence et répétition*. PUF. Paris. 1993.
- Deleuze, G. (2003). *Pourparlers 1972-1990*. Minuit. Paris.
- Derrida, J. (1972). *La dissémination*. Seuil. Paris.
- Descartes, R. (1637). *Discours de la méthode*. Vrin. Paris. 1987.
- Duque, F. (2000). *Filosofía para el fin de los tiempos*. Akal. Madrid.
- Echeverría, J. (2013). *Entre cavernas: de Platón al cerebro pasando por internet*. Triacastela. Madrid.
- Feuerbach, L. (1843). “Vorwort”, *Das Wesen des Christentums, Gesammelte Werke*, Band 5. Akademie Verlag. Berlin. 2006.
- Finkielkraut, A. (2005). “Après la défaite (Entretien avec V. Roy et F. Georgescu)”. *La Revue Littéraire*, 21 [n. p.] [web].
- George, S. (1919). “Das Wort”, *Sämtliche Werke, Band 9: Das Neue Reich*. Klett-Cotta. Stuttgart. 2001.
- Goethe, J. W. (1815). *Sprüche, Gedichte und Epen I, Goethes Werke*, Band 1. München. Beck, 1996.
- Gracián, B. (1647). *Oráculo manual y arte de la prudencia*. Debate. Madrid. 2000.
- Heidegger, M. (1935). *Einführung in die Metaphysik, Gesamtausgabe*, Band 40. Klostermann. Frankfurt am Main. 1983.
- Heidegger, M. (1936-46). “Überwindung der Metaphysik”, *Vorträge und Aufsätze, Ga*. Band 7. 2000.
- Heidegger, M. (1938). “Die Zeit des Weltbildes”, *Holzwege, Ga*. Band 5. 1977.
- Heidegger, M. (1944-46). “Die Seinsgeschichtliche Bestimmung des Nihilismus”, *Nietzsche II, Ga*. Band 6.2. 1997.
- Heidegger, M. (1953). “Die Frage nach dem Technik”, *Vorträge und Aufsätze*.
- Hesíodo (2014). *Teogonía* (bilingüe). Dykinson. Madrid.
- Jameson, F. (1981). *The Political Unconscious. Narrative as a Socially Symbolic Act*. Routledge. London-New York. 2002.

- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press. Durham .1997.
- Kierkegaard, S. (1843). “La rotación de cultivos”, *La alternativa*. Guadarrama. Madrid. 1969.
- Kierkegaard, S. (1844). *El concepto de la angustia*. Espasa-Calpe. Madrid. 1979.
- Kroker, A. (1992). *The Possessed Individual. Technology and the French Postmodern*. New World Perspectives. Montréal.
- Lévy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtuel?* La Découverte. Paris.
- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2007). *L'écran global: culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*. Seuil. Paris.
- Maquiavelo, N. (1532). *Il principe*. Feltrinelli. Milano. 2008.
- Marquard, O. (1986). *Apologie des Zufälligen. Philosophische Studien*. Reclam. Stuttgart. 2001.
- Michaux, H. (1937). “La ralentie”, *L'espace du dedans: pages choisies 1927-1959*. Gallimard. Paris. 1966.
- Nancy, J-L. (2001). “La représentation interdite”, *L'art et la mémoire des camps. Représenter, exterminer*. Seuil. Paris.
- Nietzsche, F. (1878). *Menschliches, Allzumenschliches I, Kritische Studienausgabe*. Band 2. DTV/De Gruyter. München/Berlin/New York. 1980.
- Nietzsche, F. (1882). *Die fröhliche Wissenschaft. KSA*. Band 3.
- Nietzsche, F. (1883-85). *Also sprach Zarathustra. KSA*. Band 4.
- Nietzsche, F. (1885-87). *Nachgelassene Fragmente 1885-1887. KSA*. Band 12.
- Perniola, M. (1980). *La società dei simulacri*. Cappelli. Bologna.
- Rilke, R. M. (1922). *Sonette an Orpheus, Sämtliche Werke*, Band I. Frankfurt am Main. Insel. 1987.
- Sartori, G. (1997). *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Bari. Laterza. 2011.
- Seel, M. (2000). *Ästhetik des Erscheinens*. Hanser. München.
- Séneca, L. A. (63-65). *Ad Lucilium Epistulae Morales*. Cambridge MA-London. Harvard University Press-W. Heinemann. 1967.
- Sontag, S. (1973). *On Photography*, electronic ed. RossettaBooks. New York. 2005.
- Taylor, M. C. (1992). *Disfiguring: Art, Architecture, Religion*. University of Chicago Press. Chicago.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. Simon & Schuster. New York.
- Vattimo, G. (1985). *La fine della modernità*. Garzanti. Milano. 1998.
- Vattimo, G. (1989). *La società trasparente*. Garzanti. Milano.
- Vattimo, G. (2012). *Della realtà: Fini della filosofia*. Garzanti. Milano.

Virilio, P. (1980). *Esthétique de la disparition*. Galilée. Paris. 1989.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: the Fight for a Human future at a New Frontier of Power*. Public Affairs. New York.