



Dra. Beatriz M. Rodríguez

Doctora en Psicología Clínica. Directora de la Licenciatura en Psicología, UdeMM.

Realidad virtual y psicoanálisis *

Resumen

A partir de los nuevos modos de organización de la comunicación se imponen dramáticas transformaciones en nuestra percepción de la realidad. La creciente interconectividad humana a escala global ha dado lugar a la ilusión tridimensional a que llamamos realidad virtual. El presente trabajo propone una especulación metapsicológica, en relación al modo en que ésta funciona y a las razones que nos inclinan a interactuar dentro de ella a despecho de la materialidad del mundo que nos rodea.

Introducción

En 1891, Freud y su familia se mudaron a la Berggasse 19 y tres años más tarde, se instaló un teléfono en la vivienda. El ruidoso aparato –comenta Martin Freud en su libro *Sigmund Freud: mi padre*– fue colocado bastante alto, en la pared de un pasillo, de modo que sólo pudiera ser alcanzado por adultos. Los niños de la casa –que de cualquier manera no tenían a quien telefonar– lo contemplaron con temerosa curiosidad y pasaría

mucho tiempo hasta que se atrevieran a usarlo. Martín Freud (1966) relata como una curiosidad en el carácter del maestro su aversión por el teléfono: *“Como en casa todo se disponía para satisfacer sus deseos, se tomaron las precauciones para evitar que lo usase”*.

Por entonces los teléfonos eran raros en Viena, si bien los médicos fueron los primeros en tenerlos, y aunque no le negaba mérito a la posibilidad de oír a *“distancias que aún los cuentos de hadas respetarían como inalcanzables”*, Freud lo detestaba; esencialmente porque él priorizaba la escritura como el lenguaje del ausente.

“...las necesidades individuales y el ansia de goces han crecido en todos los sectores; un lujo inaudito se ha extendido hasta penetrar en capas sociales a las que jamás había llegado antes; la irreligiosidad, el descontento y la ambición han aumentado en amplios sectores del pueblo; el extraordinario incremento del comercio y las redes de telégrafos y teléfonos que envuelven el mundo han modificado totalmente el ritmo de la vida; todo es prisa y agitación; la noche se aprovecha para viajar; el día, para los negocios, y hasta

los ‘viajes de recreo’ exigen un esfuerzo al sistema nervioso”. Freud, S. (1908)

Consecuente en sus ideas, aludiría a los desarrollos tecnológicos como dispositivos protésicos, afirmando décadas más tarde que el hombre ha llegado a ser un dios con prótesis, bastante magnífico cuando se coloca todos sus artefactos, aunque pueden ser ocasión de algunos sinsabores.

“...tiene derecho a consolarse con la reflexión de que este desarrollo no se detendrá en el año de gracia de 1930. Tiempos futuros traerán nuevos y quizá inconcebibles progresos en este terreno de la cultura, exaltando aún más la deificación del hombre.” Freud, S. (1930)

Realidad virtual

Tal como el maestro predijera, los dispositivos tecnológicos han devenido curiosamente parte de nuestra identidad –lo sabe hoy cualquiera que haya perdido u olvidado algún día su teléfono celular– nos completan, tienen la facultad de generar una ansiedad que ellos mismos se encargan luego de calmar: la ilusoria

* Una versión anterior del presente trabajo, sin notas ni citas bibliográficas, fue leída el 20 de octubre de 2010, en el panel *“Realidad psíquica, Realidad material. Cuestiones técnicas y clínicas”*, en ocasión del Congreso anual y XXV Symposium de la A.E.A.P.G.

convicción de “estar conectados”, suspendidos en una simultaneidad que ha abolido tiempo y espacio.

En efecto, a partir de los nuevos modos de organización de la comunicación se imponen dramáticas transformaciones en nuestra percepción de la realidad que implican, precisamente, la yuxtaposición y coexistencia de realidades diversas.

Por cierto, el psicoanálisis ya ha sido un formidable anticipador de la constitución de tales campos, al diferenciar la realidad fáctica de la realidad psíquica y reconocer la eficacia de esta última. Pero la exponencialmente creciente *interconectividad* humana generada por los medios electrónicos de comunicación a escala global¹ ha dado lugar a la ilusión tridimensional a que llamamos *realidad virtual*.

Este entorno creado con recursos multimedia, da lugar a percepciones y vivencias que se aproximan a ciertas percepciones y vivencias procuradas a partir de los objetos materiales.

La *realidad virtual* es un sistema tecnológico basado en el empleo de ordenadores y otros dispositivos, cuyo fin es producir una apariencia de materialidad, generando en el usuario la sensación de estar inmerso en ella, lo que se consigue mediante la utilización de un casco provisto de un visor especial. Algunos equipos se completan con trajes y guantes equipados con sensores que simulan estímulos, intensificando la analogía con la realidad.

La *realidad virtual* establece una nueva relación entre “lo posible” y “lo probable”, supera las barreras espaciotemporales y configura un contexto de intercambio y comunicación sin límites. Es que –precisamente– de esto se trata: la *realidad virtual* no reconoce fronteras. Puede ser

compartida con otras personas, que aunque no participen del mismo espacio-tiempo la perciben como un acto colectivo. Puede dar lugar a la creación de identidades múltiples, así como favorecer la interacción “en tiempo real” con diferentes personas o personajes irreales, en espacios y ambientes que tampoco tienen existencia material.

A diferencia de los “vínculos verdaderos”, las “relaciones virtuales” son de fácil acceso y salida; de hecho, en el mundo virtual no existen tales “verdaderas relaciones”, sino apenas *contactos*: el usuario puede conectarse o desconectarse a voluntad. Las relaciones virtuales –afirma Bauman (2005)– “*Parecen sensatas e higiénicas, fáciles de usar y amistosas con el usuario, cuando se las compara con la 'cosa real', pesada, lenta, inerte y complicada.*”

Aunque –fácticamente– inexistentes, foros de discusión, enlaces, vínculos e hipervínculos, “juegos de rol”, o sitios de la más variada naturaleza, pugnan por alcanzar la valiosa “*adictividad*” del usuario. Tengamos en cuenta además, que “la red” es el espacio en que gran parte de los niños de hoy está creciendo, ya que casi todas las horas extracurriculares se dedican a la vida *on-line*. Tan sólo estos hechos promueven curiosas conjeturas.

Procesos de pensamiento

Se da por cierto que las redes virtuales y los medios de comunicación contemporáneos ejercen un poderoso efecto en nuestras mentes, modificando la manera en que pensamos. Empero –antes que preguntarme a qué mutaciones de la subjetividad nos someten las nuevas tecnologías y hasta dónde se expresan las transformaciones que operan; antes de inquirir si derivamos hacia un pensamiento episódico, fragmentario, no hilado por la secuencia

sino por la conexión; o si en efecto cambia la percepción de la realidad a partir de la transformación que los nuevos modos de organización de la información imponen–, me propongo una deconstrucción desprejuiciada del fenómeno, dejando de lado tanto el entusiasmo maníaco como cualquier impugnación apocalíptica.

Aventuro entonces –en vez de decidir si su uso es o no beneficioso, o bien, cuál es el provecho que aporta y a quién– una especulación metapsicológica, no acerca de las consecuencias de la inmersión en la *realidad virtual*, sino en relación al modo en que ésta funciona y a las razones que nos inclinan a interactuar dentro de ella a despecho de la materialidad del mundo que nos rodea.

Y es que no se trata en absoluto de una novedad, pues sus “códigos” nos son bien conocidos, toda vez que echamos mano de ellos cuando intentamos por vía alucinatoria alcanzar una satisfacción pulsional. Nuestros sueños nocturnos y nuestra tendencia de vigilia a esquivar las impresiones penosas² por medio de ensoñaciones, no son sino vestigios de la más arcaica fase del desarrollo en que eran nuestros únicos procesos anímicos, y la *realidad virtual* evidencia el dominio de aquel principio, dando pruebas de su autoridad.

Suele afirmarse que las nuevas generaciones acceden al universo tecnológico con absoluta facilidad, que los niños “juegan de locales” mientras que los adultos, en cambio, son apenas “visitantes” de un territorio que los excluye³. Esta idea –que resulta inquietante pues supone una inversión en las relaciones de poder y de dependencia tradicionalmente instituidas entre niños y adultos– soslaya el hecho incuestionable de que no son sino adultos quienes “desarrollan” dicha tecnología,

¹ El término “Aldea Global” ha sido acuñado por el filósofo canadiense Marshall McLuhan, quien sostiene que debido a la velocidad de las comunicaciones, la humanidad habrá de transformarse, volviéndose su estilo de vida similar al de una aldea. A causa del progreso tecnológico, todos los habitantes del planeta podrían conocerse unos a otros, comunicándose de manera instantánea y directa. En su libro *Guerra y paz en la Aldea Global* (1968), McLuhan tomó como paradigma de aldea global la televisión, un medio internacional de comunicación de masas, que en aquel momento comenzaba su transmisión vía satélite.

² Freud, Sigmund. [1911] “Formulaciones sobre los dos principios del acontecer psíquico”.

³ Volnovich, Juan Carlos (9-09-2004) Entrevista por Verónica Castro.

de la que los más jóvenes apenas son "usuarios".

Supongo, sin embargo, que si en la infancia no requiere esfuerzo su aprendizaje, es debido a la familiaridad que el niño halla en este "lenguaje" que no exige de él el aplazamiento de descarga alguna. Pues –insisto– en la *realidad virtual* concurren las conocidas leyes del *proceso primario* de pensamiento.

Pero veamos: en un "videojuego" se tratará –por ejemplo– de que un tipito recorra un laberinto eludiendo precipicios y destruyendo monstruosos enemigos; cada logro representará acumulación de "energía" que –sumada– le agregará "vidas" a las que podrá recurrir para seguir jugando si es "eliminado".

Las nociones de reversibilidad y atemporalidad forman parte de los códigos en los juegos "en red", así como la omnipotencia del pensamiento.

Los usuarios pueden fingir su identidad, o construir una identidad alternativa mediante sucesivas condensaciones y desplazamientos; de hecho no sólo los accesos a "juegos de rol" pueden requerir el ocultamiento detrás de un nombre de fantasía⁴ o "alias".

En las visitas a determinados sitios y, asimismo, en la construcción de "páginas" personales⁵ participan pulsiones parciales como *voyeurismo* y exhibicionismo, y la energía fluye libremente hacia la descarga, rápida, directa, sin rodeos.

La enumeración de estos ejemplos podría ser interminable, pero lo cierto es que el usuario "tipo" se sumerge en la realidad virtual porque ella reproduce las condiciones del proceso primario de pensamiento,

accediendo a este modo de funcionamiento mental en plena vigilia.

Más aún, las comunicaciones virtuales pueden prescindir absolutamente de la representación palabra recurriendo –por ejemplo, en la alusión de estados emocionales, grados de intensidad afectiva o efusividad– a una secuencia de caracteres predeterminados que los denotan.

Originalmente signos gráficos, hoy íconos con significados diversos, los *emoticones*⁶ que se emplean más frecuentemente en mensajes de correo electrónico, foros, SMS⁷ y en los chats⁸, son caricaturas sonrientes o lagrimeantes, con gesto adusto o de asombro que, como holofrases, ahorran el esfuerzo de poner en palabras emociones complejas, simplificándolas en un código básico visual.

Freud (1911) alude a identidad de percepción e identidad de pensamiento en referencia a los dos modos de operar del aparato psíquico, destacando que "la sustitución del principio del placer por el principio de realidad es penosamente esforzada por la educación".

En este proceso adquiere protagonismo la palabra; pero sabemos que las formas de expresión y comunicación virtuales la eluden. Pues, si bien es cierto que la ubicuidad de los textos en la red y los teléfonos celulares podrían hacernos suponer que hoy se lee y escribe más que algunas décadas atrás⁹, el de hoy es un tipo de lectura superficial, fragmentaria y multidireccional, que se corresponde con idéntico pensamiento.

"No sólo somos *lo que* leemos –dice Maryanne Wolf¹⁰–, somos *como* leemos." A lo que podríamos agregar que también

somos como hablamos; y estas cuestiones se tornan de vital importancia por dos razones: en principio porque somos psicoanalistas y nuestra herramienta es la palabra, pero, fundamentalmente, porque aquellas palabras que no usamos son ideas que no pensamos.

Es el precio que imponen las nuevas tecnologías, que no son sólo canales pasivos de información, toda vez que aportan contenidos ideacionales, sino que también conforman el proceso mismo del pensamiento, socavando las capacidades reflexiva y de concentración.

Además de modificarse la relación subjetiva con la noción de tiempo, la ilación de la secuencia lógica de un pensamiento ofrece dificultades al usuario de la red digital. Un texto extenso genera nerviosismo, una larga sinfonía produce inquietud.

La lecto-escritura no es una habilidad innata del sujeto parlante; requiere esfuerzos de adaptación y aprendizaje de los que la realidad virtual puede prescindir: El estilo de lectura que promueve la Red, supone la primacía de cierta "eficiencia" e "inmediatez"; así, cuando leemos en línea, lo hacemos habitualmente en forma transversal, tendiendo a convertirnos en meros "decodificadores de información". Nuestras capacidades de interpretar textos o de hacer ricas asociaciones, no participan en gran medida en este proceso, aunque el resultado sea una atención dispersa y una concentración difusa. Buscando ganar rapidez, los usuarios navegan transversalmente por títulos, índices y resúmenes.

Pero, de nuevo, la literatura clásica –que tan cara resultara a Freud– y la lectura

⁴ El término *nick* es la abreviatura (del inglés *nickname*) utilizada en Internet como "seudónimo".

⁵ Sites o Blogs, por ejemplo.

⁶ Emoticon es una latinización del neologismo inglés que proviene de acoplar los vocablos emoción e icono (*emotion + icon = emoticon*). Aquellos que expresan alegría, u otras emociones "positivas" se clasifican como *smileys*.

⁷ Diseñado como parte del estándar de telefonía móvil digital, el servicio de mensajes cortos o SMS (del inglés: *Short Message Service*) es una prestación disponible en todos los teléfonos móviles que permite hoy el envío y recepción de mensajes cortos (conocidos como mensajes de texto o, coloquialmente, *mensajitos*) entre diversos dispositivos.

⁸ El término, proveniente del inglés, que en español equivale a *charla*, designa una comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de la red, entre dos o más personas, es decir de manera privada (cuando se comunican sólo dos personas a la vez) o pública (cuando cualquier usuario puede tener acceso a la "conversación").

⁹ Cuando la televisión era nuestro medio preferido.

¹⁰ Wolf, M. *Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain* (Proust y el calamar: La historia y la ciencia del cerebro lector).

profunda de una secuencia de páginas impresas, no sólo son valiosas por el conocimiento que adquirimos del pensamiento de su autor, sino por la suma de representaciones que esas palabras suscitan en nuestro propio psiquismo. En los espacios de calma abiertos por la lectura sostenida, sin distracción, de un libro –o, más aún, por cualquier otro acto de contemplación– realizamos asociaciones, llevamos a cabo nuestras propias inferencias y analogías, promovemos –ciertamente– nuestras propias ideas. La lectura profunda –como afirmara Wolf– es indistinguible del pensamiento profundo.

Claro está que los psicoanalistas nos hallamos habituados a la desarticulación y recomposición permanentes de la estructura temporal narrativa en las sesiones de análisis. En ellas, con legalidades distintas, modos de funcionamiento y contenidos diferentes, coexisten dos sistemas –el preconiente y el inconsciente– entre los cuales el sujeto fluctúa. Pero la realidad virtual confiere carácter atractivamente universal a la falta de linealidad, a la narrativa hipertextual, a la potenciación de lo inesperado. Ofrece una percepción de presente continuo, en la que el tiempo pasa sin deterioro, brinda al usuario la exploración de un territorio conocido¹¹, y por conocido, supuestamente amigable, genera la ilusión de una espacialidad continua, no expuesta a los hiatos de la soledad, y en todo caso, se presenta como una extensión protésica de nuestras facultades mentales y físicas, neutralizando distancias y limitaciones.

Bibliografía:

Bauman, Zigmunt. *Amor líquido*. Buenos Aires; Fondo de Cultura Económica; 2005.

Freud, Martín; *Sigmund Freud: mi padre*; Buenos Aires; Hormé; 1966.

Freud, S. [1908] “La moral sexual y la nerviosidad moderna”, en: *Obras Completas*; Buenos Aires; Amorrortu editores, Vol. IX.

Freud, Sigmund; [1911] “Formulaciones sobre los dos principios del acaecer psíquico”; en: *Obras Completas*. Buenos Aires, Amorrortu editores, Vol. XII

Freud, S. [1930] “El malestar en la cultura”, en: *Obras Completas*; Buenos Aires; Amorrortu editores, Vol. XXI

La subjetividad y la “red”

Claro está que la influencia de la red no termina en los márgenes de la pantalla del ordenador: mientras más y más sujetos se acoplan a su vertiginoso ritmo, los medios tradicionales deben adaptarse a nuevas expectativas del usuario. Los programas de televisión –por ejemplo– añaden textos que se deslizan por la pantalla y anuncios que surgen de repente; revistas y diarios acortan sus artículos, introducen resúmenes en cápsulas y rellenan sus páginas con “infografías” y fragmentos de información fáciles de rastrear. El resultado será mayor dispersión, baja concentración, atención difusa.

Pero ¿bastan estas características para afirmar que la realidad virtual cambia nuestras mentes y nuestra subjetividad; que nunca un sistema de comunicación ha desempeñado un papel tan importante en nuestras vidas, o ejercido una influencia tan amplia sobre nuestro pensamiento?

A pesar de las interminables conjeturas acerca de la Red, su ética intelectual sigue siendo oscura y poco se ha pensado en cómo exactamente nos está reprogramando, si ello en efecto es así.

Internet es un sistema diseñado para la recolección, almacenamiento, manipulación y transmisión automatizada de información. Apoyada en buscadores¹², la “navegación” –este modo saltarán de estar en todas y ninguna parte a la vez– es en sí misma una forma de distracción. Roza la superficie de las cosas y los acontecimientos, sin adentrarse demasiado en su esencia.

Pero mientras los usuarios navegan, encuentran datos y extraen significado de ellos, las empresas encargadas de “organizar la información mundial y hacerla universalmente accesible y útil” obtienen y procesan un tipo de recurso utilitario que puede extraerse y procesarse con eficiencia industrial –y por cierto comercial–: la *verdadera* información, acerca de la *genuina* mercancía que se halla en oferta en la red.

Las empresas propietarias de *Internet* comercial tienen sumo interés en rastrear los datos que dejamos atrás cada vez que saltamos de un enlace a otro. Y si a mayor cantidad de datos, mayor provecho, lejos de su interés estará el fomentar la lectura pausada o el pensamiento reflexivo. Su interés económico genuino será llevarnos a la distracción.

En efecto, mientras con mayor rapidez navegamos por la Red, mientras más enlaces¹³ podamos activar y más páginas visitar, más oportunidades obtienen las empresas de recopilar información sobre los usuarios, transformando a éstos en la *verdadera* mercancía que está en oferta en la red.

Así, devenido objeto, el usuario de la Red se convierte lenta y progresivamente en una prótesis de los medios mismos, en una extensión de las facultades y estilos de su propia creatura.

En suma, si en efecto algo cambia en nuestra mente y nuestra subjetividad con el uso de la Red, será porque nosotros (los usuarios) devenimos objeto en ella.

¹¹ El proceso primario de pensamiento.

¹² *Search engine* (motor de búsqueda, buscador, indexador de información) Servicio WWW que permite al usuario acceder a información sobre un tema determinado contenida en un servidor de información *Internet* a través de palabras de búsqueda introducidas por él.

¹³ *Hyperlink* (hiperenlace, hipervínculo, nexo) Puntero existente en un documento que enlaza el mismo a otro u otros documentos.