



Neamp

## **Is almost real real enough?**

### **“Casi real”, es lo bastante real?**

Jordi Capó Giol

Desde hace un par de años “Second Life” se ha presentado como una nueva y fulgurante promesa de realidad virtual cuyos únicos límites eran los de la propia imaginación. La crisis financiera y las sucesivas prohibiciones pueden estar demostrando - lo que por otro lado es evidente- que no hay tal cosa como una completa autonomía de lo virtual. Quizás convengamos en la importancia de investigar los vínculos entre nuestra imaginación – y sus mundos virtuales- y nuestras posibilidades de articular cambios en el mundo real.

Diríase, y estadísticamente es evidente, que el capital en la era del Imperio vive y circula fundamentalmente en un mundo virtual: de la bolsa a los mercados de futuros hay todo una virtualosfera económica que se supone autónoma respecto de los vaivenes de la economía real, o que incluso funciona mejor cuanto peor le va a la real: no en vano la bolsa atrae más inversiones especulativas cuando las inversiones productivas parecen ofrecer más riesgos...

En este sentido SL no es nada nuevo, se trata apenas de la reedición en 3d de la misma ilusión de virtualidad autónoma que ya desde el XIX ofrece la Bolsa.

Puestos a especular, un periodista del diario español “El Mundo” citaba recientemente a los responsables de SL adelantando que para 2011 el 80% de las 500 empresas más “importantes” del mundo tendrán presencia en dicho mundo virtual. Esto era suficiente para que el periodista concluyera su párrafo diciendo “Parece un juego pero es tan real como la vida misma”.

¿El 80% de las empresas más importantes y cuanta gente de verdad? Hasta este mes de abril se habían registrado unos 6 millones de personas, de los que menos de la mitad han vuelto a conectarse... claro que si vamos a los usuarios que de hecho pululan por el mundo virtual la cifra se reduce a unos 40.000 conectados en contadas ocasiones...

Parece claro que la proporción de empresas presentes es muy superior –por decir algo- a la proporción de personas, pero también resulta interesante averiguar de qué



Neamp

personas se trata: en los mundos virtuales se llevan las estructuras piramidales, como en las democracias representativas: visitar la página y aumentar sus cifras, como votar cada cuatro años, es gratis, pero no sirve para gran cosa. Hay que registrarse, pagar cuotas mensuales y comprar todo lo necesario para existir... con ello la utopía del sufragio universal, del “everyone’s invited” se va convirtiendo en una especie de sufragio restringido, o mejor censitario porque ateniéndonos al censo resulta que casi un 60% de los usuarios registrados son europeos, en torno a un 30% estadounidenses y un 10% procedentes del este de Asia... 60, 30, 10, europa, usa, japon... ¿no falta alguien? Parece un juego pero al final va a ser verdad que es tan verdad como la vida misma.

De otro artículo publicado en la prensa española: “La vida en SL es igual a la real. Todo lo que se puede hacer fuera, se hace dentro. Pasear, conocer gente, trabajar o divertirse”. Eso sí: difícilmente se conocerá a nadie que no pertenezca a ese 60-30-10... no vas a ver inmigrantes ilegales ni a nadie de ninguna de esas minorías irrelevantes que constituyen el 85% de la población mundial... y aunque en todos los reportajes se publican renders con avatares femeninos de exhuberantes pechos resulta que menos del 25% de los usuarios españoles son mujeres...

Pero no se trata de demostrar lo obvio, es decir que pese a lo que digan los periodistas: SL es una ficción mercantilmente mediada. Lo que nos interesa investigar es el estatuto que engendros como SL tienen en el esquema general del capitalismo, estatuto que quizás comparta con otros monstruos como la Bolsa, el mercado de futuros o las revistas de tendencias.

Quizá podríamos elaborar una teoría de las relaciones entre fantasma y cuerpo, una economía política de los fantasmas, es decir de las representaciones que se pretenden autónomas. Habrá que saber a qué atenerse con los fantasmas, por qué pretenden asustarnos o encantarnos. Y fundamentalmente ¿qué ha sido de su cuerpo?

Hay representaciones –fantasmas- que nos pretenden escamotear el cuerpo, que no quieren que les levantemos la sábana y les veamos en calzoncillos. Cierta postmodernidad se ha construido sobre el mito de representaciones replicantes de sí mismas, simulacros sin cuerpo, copias sin original que de tan ufanas como estaban de liquidar la apestosa tradición platónica con sus juegos de esencias ideales y existencias quizá no advertían que



estaban construyendo un nuevo platonismo sin esencias... Afirmar como Baudrillard que los simulacros no son engaño ni impostación sino lo real mismo sigue suponiendo exactamente el mismo juego que hacía el viejo Platón, sólo que habiéndole dado la baja a los modelos. Si los simulacros son lo real, entonces no son simulacros –sólo se le podría llamar simulacros en función de su relación con unos modelos... Si no hay modelos tampoco hay simulacros y nos queda lo matérico... En realidad lo que el muy francés Baudrillard intenta plantear es de hecho la paradoja de la economía especulativa y la “real” en el capitalismo contemporáneo, en el que a juzgar por los volúmenes de dinero circulante diríase que la economía especulativa –el simulacro- ya no necesita ni depende de la humilde economía real...

Ahora bien, lo que la historia de SL o la de la crisis hipotecaria más reciente nos recuerda es que el capitalismo necesita que nos creamos a pies juntillas la “realidad” de los fondos de inversión, de los valores de Bolsa y por supuesto del papel moneda: quizás la mayor operación de simulacro jamás realizada por la humanidad... Todo va bien mientras creamos en dicha realidad, cuando por el contrario alguien advierte que el traje del rey no existe y que este desfila en pelota picada, las cosas se tuercen: ha bastado que unas cuantas familias –seguramente de latinos y negros- haya dejado de pagar sus hipotecas para inducir una crisis en numerosos fondos de inversión calificados de seguros –y seguros eran en el mundo de los simulacros-

¿Qué podemos hacer nosotros? Nosotros, primitivos que creemos en la fabulación gozosa de los cuerpos que deciden jugar sus juegos y generar sus propios disfraces y mascararas como en cualquier carnaval que se precie. Se trata aquí de una mascarada en la que cada palo aguanta su vela, en la que detrás de cada mascara hay un cuerpo que a veces se ve mejor –más desnudo- precisamente mediante el arte de la mascara.

De lo que tratamos es de columbrar la posibilidad de auto-organizar la virtualidad y los juegos de representaciones, sabiendo que lo son y sacando partido precisamente de su condición virtual.

Toda vez que tenemos clara esa economía política de los fantasmas podemos empezar a jugar contra el capital con sus medios pero con nuestras reglas.



Neamp

### **La virtualidad y la agencialidad política y social de la red puede y debe articularse.**

Los Yesmen utilizan un sencillo juego de identidades y páginas web falsas para colocarse en el lugar del discurso de grandes corporaciones como la Dow Chemical o tremendas instituciones como la WTO y ejecutar lo que ellos denominan “correcciones de identidad” mediante las que los fantasmas así generados se ponen en el lugar de los cuerpos de los poderosos para hacerles decir, como si de ventrilocuos de tratara aquellas verdades como puños que sus departamentos de comunicación tratan por todos los medios de conjurar.

([www.theyesmen.org](http://www.theyesmen.org))

En Bordergames grupos autoorganizados de adolescentes, migrantes ilegales a menudo, construyen replicas virtuales de sus barrios y deciden qué historias contar y con qué fines. Se trata de una especie de video juego cuyas normas son determinadas y modificadas colectivamente con las miras puestas precisamente en la articulación de esas mismas comunidades en lo que algún anticuado platónico llamaría la realidad.

([www.bordergames.org](http://www.bordergames.org))

Con Yomango y SCCPP, se abren posibilidades de acciones de sabotaje cotidiano y gozoso que lejos del paradigma sacrificial, tan querido a la izquierda, asume cierto hedonismo de supermercado a condición de dirigirse contra la supervivencia misma del supermercado como estructura...la distribución masiva del libro rojo, los foros y las comunidades de mangantes complementando las grandes acciones.

([www.sccpp.org](http://www.sccpp.org))

Cierre

Nos atrevamos o no con una ontología radicalmente materialista que separe nítidamente los cuerpos de los signos, lo virtual de lo matérico, lo que sí está claro es que lejos de enredarnos en discusiones escolásticas podemos tener claras algunas direcciones:



1.- Que toda representación, por mucha autonomía que pueda demostrar, es susceptible de ser analizada como lo que es: como un fantasma, una entelequia que quizá efectivamente se desenvuelva autónomamente pero que muy posiblemente sirva a intereses espurios contra los que podemos decidir pronunciarnos

2.- Que eso que llamamos cuerpos –individuales, sociales, genéricos- y aquello que acotamos como representaciones pueden de hecho articularse, y que es preciso definir el orden de esa articulación o dejar que alguien lo haga por nosotros.

2.1 .- el mercado interbancario es libre y autónomo, sin duda alguna, pero las presiones especulativas pueden hacer al subir los tipos de interés y arruinar a miles familias endeudadas.

2.2.- second life es como la vida misma pero ahora mismo es un hecho constatado que está sirviendo para radiografiar qué es en realidad “la vida misma” 60-30-10 y el 80% de empresas.

3.- Hay un saber específico que consiste en organizar y desplegar las tácticas mediante las cuales determinados cuerpos sociales –fundamentalmente- son capaces de generar ciclos de representaciones con alta efectividad de orden socio-político sobre otros cuerpos sociales.

3.1.- toda vez que dicho saber se sitúa en un equilibrio de poder desfavorable y forzado a improvisar sin bases propias podríamos hablar de una “guerrilla de la comunicación”.

3.2.- si por el contrario este saber se organiza desde los poderes instituidos así sean estatales o corporativos nos encontramos con los fenómenos clásicos de propaganda y marketing

3.3 .- en ambos casos pertenece al ámbito de la ideología negar que se produzcan retroalimentaciones interesadas entre cuerpos y simulacros, de modo que ninguna economía política puede construirse sin asumir dichas interacciones ni mucho menos sosteniendo una autonomía esterilizada del orden de los simulacros virtuales