

FRONTERAS DE LA REALIDAD: REALIDAD AUMENTADA

POKÉMON GO: ¿EL AGOTAMIENTO DE LA REALIDAD? 19/10/2016

PETER L. BERGER Y THOMAS L. LUCKMANN. 1967. “La construcción social de la realidad”. La realidad de la vida cotidiana (pags: 36 y 37).

Reconozco a mis semejantes, con los que tengo que tratar en el curso de la vida cotidiana, como pertenecientes a una realidad muy diferente de las figuras desencarnadas que aparecen en mis sueños. Mi conciencia, pues, es capaz de moverse en diferentes esferas de realidad. Dicho de otra forma, tengo conciencia de que el mundo consiste en realidades múltiples. Cuando paso de una realidad a otra, experimento por esa transición una especie de impacto. Este impacto ha de tomarse como causado por el desplazamiento de la atención que implica dicha transición. Este desplazamiento puede observarse con suma claridad al despertarse de un sueño. Entre las múltiples realidades existe una que se presenta como la realidad por excelencia. Es la realidad de la vida cotidiana. Su ubicación privilegiada le da derecho a que se la llame suprema realidad.

La realidad de la vida cotidiana se organiza alrededor del “aquí” de mi cuerpo y el “ahora” de mi presente. Este “aquí y ahora” es el foco de la atención que presto a la realidad de la vida cotidiana. Lo que “aquí y ahora” se me presenta en la vida cotidiana es lo *realissimum* de mi conciencia. Sin embargo, la realidad de la vida cotidiana no se agota por estas presencias inmediatas, sino que abarca fenómenos que no están presentes “aquí y ahora”.

DANIEL BELL. 1976. “Las contradicciones culturales del capitalismo”. La revolución de las sensibilidades (pag: 95).

La idea de realidad, sociológicamente, es bastante simple. La realidad es una confirmación por “otras personas significativas”. Tradicionalmente, la *bar mitzvah* es una confirmación por la comunidad judía, la indicación de un nuevo estatus en un acto ceremonial. La graduación en la escuela es una confirmación de un nuevo rol y un nuevo estatus. Cuando una persona es confirmada por otras, debe de haber algún signo de reconocimiento.

La realidad se derrumba cuando los otros que confirman pierden su significado para la persona que trata de ubicarse o hallar un lugar en la sociedad. El problema sociológico de la realidad en nuestro tiempo se plantea porque los individuos han soltado viejas amarras, ya no siguen pautas heredadas, y deben enfrentarse constantemente con problemas de elección (la capacidad de elegir carreras, estilos de vida, amigos o representantes políticos es, para la masa del pueblo, algo nuevo en la historia social) y ya no encuentran normas o críticos autorizados que los guíen.

UMBERTO ECO. 1999. “La estrategia de la ilusión”. Viaje a la hiperrealidad (pag: 17).

Existe, pues, un Estados Unidos de la hiperrealidad desaforada, que no es siquiera ni la del pop, de Mickey o de la cinematografía hollywoodiense, sino otra más secreta. En cierto modo, esa hiperrealidad forma una red de remisiones e influencias que se extienden al final incluso a los productos de la cultura culta y de la industria del entretenimiento. De lo que se trata es de encontrarla. Podemos identificarlo en dos eslóganes típicos que invaden muchas publicidades. El primero, difundido por la Coca-Cola es *the real thing* (el máximo, lo mejor, «la cosa verdadera»); el segundo, que se lee y se oye en la TV, es *more*, que es una manera de decir «otra vez», pero en forma de «más»...más de lo que estamos habituados a tener, más de lo que jamás podríamos desear, que habrá hasta para tirar: ahí radica el bienestar. He aquí la razón de nuestro viaje a la hiperrealidad en busca de los casos en los que la imaginación estadounidense quiere la cosa verdadera y para ello debe realizar lo falso absoluto; y donde los límites entre el juego y la ilusión se confunden, donde el museo de arte se contamina de la barraca de feria y donde la mentira se goza en una situación de «pleno», de horror vacui.

JOHN GRAY. 2002. “Perros de paja: reflexiones sobre los humanos y otros animales”. Dentro del fantomatón (pags: 147 y 148).

La realidad virtual es una simulación tecnológica de las técnicas de sueño lúcido practicadas por los chamanes durante milenios. Empleando el ayuno, la música, la danza y las plantas psicotrópicas, el chamán abandona el mundo cotidiano para entrar en otro distinto y cuando regresa encuentra transformada la realidad. Al igual que la tecnología de la realidad virtual, las técnicas chamánicas trastocan la alucinación consensuada de la vida cotidiana. Pero con una diferencia crucial: los chamanes saben que ni el mundo normal ni los mundos alternativos que exploran cuando entran en trance son obra suya.

El poder del fantomatón proviene del realismo impecable de sus ilusiones. Una vez dentro, podemos tener sólo aquellas experiencias que queramos tener. Podemos escapar no sólo a nuestras limitaciones personales, sino también a las que se derivan del hecho de ser humanos. Podemos nadar y escalar aunque no sepamos hacerlo; podemos volar como un ave y experimentar épocas históricas diferentes en una misma vida. Es como si trascendiéramos los límites de nuestro mundo cotidiano. Nuestras vidas están determinadas por actos de los que no podemos dar marcha atrás y hechos inmodificables; pero en el fantomatón, esta vida, la única que tenemos, no es más que una de las muchas que podemos vivir dentro de una serie interminable de nacimientos, muertes y renacimientos que se repiten una y otra vez...Al protegernos de la mortalidad elimina todo posible freno a nuestros deseos. Nuestras experiencias pasan a ser creaciones de esos deseos y dejan de conectarnos con cualquier otra cosa: la fantomática supone la creación de una situación en la que no hay salidas desde la ficción creada hacia el mundo real.