

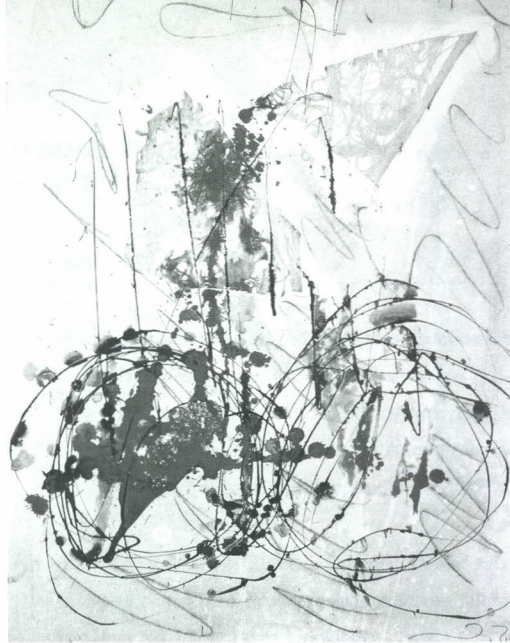
Avatar vs. arquetipo: ¿la batalla final?

Las razones más profundas sobre la pervivencia de las religiones son vastas y complejas. En medio del mar de explicaciones, Habermas propone una que ayuda a dar razón de ello: la necesidad de la religión radica en el consuelo. Pero ese consuelo debe ser expresado y entendido; los imaginarios simbólicos serían las grandes frases por medio de las cuales, las religiones y su virtual consuelo se dan a entender, no a través de la razón, sino convirtiéndose en cultura, en lenguaje, en representación. Durante mucho tiempo creímos que la definición aristotélica de hombre como «animal racional» (*animal rationale*) hacía referencia literal al *logos* como racionalidad formal. Gadamer nos desengaña: la verdadera traducción se refiere a la de «hombre que tiene lenguaje». La esencia humana entonces, para Aristóteles, no se reduce a la lógica conceptual del lenguaje, sino que se amplía al poder de su expresividad sobre aquellas realidades incluso incomprensibles para la razón. De esta forma, si la religión o los sistemas que se le asemejan han sido los medios más exitosos de consolación del espíritu, y las imágenes simbólicas sus instrumentos culturales y lingüísticos de expresión, el estudio de dichas imágenes se justifica como prioritario, no sólo para el mundo antiguo, sino igualmente para el contemporáneo.

Los investigadores de los esquemas simbólicos de las antiguas religiones, encuentran coincidencias fascinantes a lo largo del tiempo y de la geografía de los pueblos. Dumézil nos hizo evidentes las similitudes

■ José Antonio Alvear*

*Académico del
Departamento de Ciencias
Sociales y Humanidades,
UIA León
antonio.alvear@leon.uia.mx



Boceto de esperanza V

comparativas entre las grandes deidades, las eternas vírgenes o los héroes invencibles de relatos de míticos. La explicación de esta universalidad radica en la similar naturaleza de la toda la humanidad. Los seres humanos somos prácticamente los mismos, en tanto que estamos inscritos a una misma naturaleza biológica y a un inconsciente colectivo. Para Carl Jung, esta naturaleza humana es expresada a través de imágenes arquetipales como la de la gran madre, por poner un ejemplo clásico, y representada en las diversas culturas a través de múltiples formas, pero esencialmente significando el mismo valor. Una vez más, el lenguaje y la cultura es el puente significativo hacia los dioses y hacia el consuelo.

El las épocas numinosas de la humanidad, los arquetipos tomaban formas en sistemas religiosos de representación de su origen, su linaje, o su cosmovisión. Actualmente, las sociedades no son numinosas y las religiones se encuentran en reconfiguraciones, algunas hasta en fuertes cuestionamientos de credibilidad. De esas conmociones culturales y religiosas debemos preguntarnos qué formas, nombres o apariciones está creando nuestra cultura hoy para actualizar las imágenes de lo profundo. Por lo pronto, en las llamadas ciberculturas y tecnoculturas comienzan a resonar manifestaciones que cumplen con las características gene-

rales de codificación o de aglutinamiento de valores en imágenes de gran poder, ayudadas además, por medios tecnológicos de impresionante sofisticación.

El concepto de avatar es una de esas imágenes que debiéramos estudiar con detenimiento, puntualizar sus características y medir sus resultados en su impacto cultural. No es la hipótesis de este trabajo, pero sería sorprendente que a través del avatar acabáramos por desentrañar nuevas representaciones de arquetipos ocultos. Los estudios que al día de hoy se han ocupado de la tecnocultura no han llegado a tanto —ni lo pretende este pequeño texto— pero no está de más discutir las verdaderas fronteras entre arquetipo y avatar, puesto que en la vida cotidiana, cabe preguntar qué tan lejos está el avatar de encarnar rasgos arquetípicos de nuestros nuevos consuelos.

Los bits del arquetipo

Si buscamos una definición clásica de arquetipo, nos encontramos nuevamente con Jung (1998), quien afirma lo siguiente:

Los arquetipos son [...] factores y motivos que combinan elementos psíquicos para construir ciertas imágenes (llamadas arquetípicas), y de tal forma y manera que siempre son reconocidas por su efecto. Existen en forma preconsciente y constituyen probablemente las denominantes estructurales de la psique, comparables a la presencia invisible y potencial de la red cristalina en las aguas madres.

Llamemos la atención sobre varios elementos de este enunciado. En primer lugar, el arquetipo no es la imagen en sí, sino *factores* y *motivos* que les preceden. Así como he-

mos aludido al consuelo como motivación religiosa y espiritual, existen muchas otras motivaciones profundas y universales: el ciclo vital de vida y muerte, la procuración de la subsistencia, el gobierno del cosmos; todos ellos, factores capaces de motivar grandes imaginarios simbólicos. El segundo aspecto por señalar de nuestra definición es la propia *imagen arquetípica*. Se trata de imágenes muchas veces antropomorfas (aunque no exclusivamente) que hacen posible la «aparición» o «representación» del arquetipo. Si quisiéramos denominarla de alguna manera contemporánea, la imagen arquetipal sería el «dispositivo» por medio del cual, la información del arquetipo es decodificada. Estas imágenes, dice la definición junguiana, son vehículo de un efecto, el del consuelo, por ejemplo.

Finalmente, cabe subrayar el carácter *estructural* y *preconsciente* del arquetipo al que alude Jung. Estructural, en la medida en que conforma y ordena nuestra psique; preconsciente, en tanto que su carácter es *a priori* a la racionalidad, aunque se organice en el *logos* cultural. Al término de su definición, Jung nos presta una imagen para entender mejor el concepto: «la presencia invisible y potencial de la red cristalina en las aguas madres». Pareciera una imagen traída de la antigüedad, pero tiene una actualidad pasmosa, máxime si la hacemos análoga con la cibercultura.¹

¿Qué es esa red cristalina en las aguas madres? Es la universalidad del arquetipo. Las aguas madres son la aguas originarias, las prístinas y fundamentales. Aguas de donde todo y todos hemos nacido, pero también donde nos encontramos reunidos en una red universal. Las aguas madres están, han estado y estarán. Recorren todos los tiempos y todos los cuerpos, pero trascienden a todo ello, y son una red, puesto que

entrelazan significados y los trasportan a través del tiempo y las tierras. Tierras pues, hechas de agua vital.

Cabría entonces preguntarse si en la versión actual de lo que entendemos por avatar, así como en los sistemas en red en donde perviven estos contenidos y formas, son posibles, eficientes y universales como imagen arquetípica.

Los nodos del avatar

Podemos encontrar el significado de esta palabra en referencias cercanas de la cultura pop, como: película singapurense de 2004; película estadounidense de 2009; serie de televisión de Nickelodeon; episodio de la 8ª temporada de la serie «Stargate SG-1». Todas ellas, lejanas acepciones del significado original. Avatar es un concepto muy anterior a las computadoras y las pantallas. Proviene del sánscrito *avatâra*, que significa descenso o encarnación de un dios. Se dice por ejemplo, en la tradición hinduista que Shivá es el octavo avatar de Vishnú, es decir, una encarnación o reencarnación divina en un cuerpo humano. En ciertas tradiciones hinduistas, también se utiliza este término para referirse a encarnaciones divinas en maestros muy influyentes como Cristo. Desde esta tradición parecería lejano hablar de avatar cuando lo relacionamos con fenómenos actuales de la cultura cibernética, sean personajes de Second Live, fotos de usuarios de redes sociales, «caritas felices», o hasta imágenes con las que se identifican los alumnos en programas de educación a distancia. Pero sea a través de la tradición milenaria o de la acepción contemporánea relacionada con la cibercultura queda claro que el avatar es una representación de un ser que trasciende a la imagen misma, sea un dios o un usuario detrás de la pantalla.

¹ Algunos intentos por analogar las imágenes arquetípicas y las redes cibernéticas han comparado los recursos de internet con arquetipos clásicos: el e-mail, por ejemplo, con el arquetipo de los mensajeros míticos. Véase Smith (1997: 769).

² Second Life (abreviado como SL) es un metaverso lanzado el 23 de junio de 2003, desarrollado por Linden Research Inc. Su gran atractivo radica en que los usuarios o «residentes» pueden crear su propio personajes en 3D con las características que deseen, e interactuar en un mundo con sistemas de relación parecidos; se maneja incluso un tipo de moneda, Linden Dólar (L\$), que permite adquirir las cosas y los prestigios que el dinero real permite.

Sujetos a través del avatar pueden estar impregnadas de valores profundos y universales

En Second Live² por ejemplo, el avatar es un personaje residente ubicado en un ambiente virtual, capaz de cumplir fantasías de acción y representación de su usuario. En diversos estudios sobre el fenómeno se han detectado figuras frecuentes del avatar que podrían dar pistas sobre los valores que se le atribuyen. Es recurrente que los residentes de Second Live sean personajes jóvenes con características físicas adscritas a los cánones de belleza occidental, pero muchas veces exagerados en sus atributos: hombres y mujeres prototípicos, altos, de largas piernas, de cuerpos atléticos y atractivos sexualmen-

te. Tienen el valor añadido además, de no estar atados a las preconstrucciones del cuerpo físico, sino que, valiéndose de los ambientes y recursos virtuales, permiten una interacción y una sociabilidad renovada. Se valen pues, no del tipo al que pertenece un cuerpo, sino del estereotipo que busca representar.

Esa misma tendencia a la exageración prototípica en la figura virtual es la misma que potencializa el aprovechamiento en los espacios de aprendizaje vía internet. En los llamados *Virtual Learning Environments* (VLE), el avatar es cada vez más frecuente como recurso de aprendizaje. Se ha comprobado que el avatar permite —además de «estar presente» en donde al cuerpo le es imposible— interrelacionarse para un conocimiento significativo. Por ejemplo, las emociones de un usuario expresadas en rostros electrónicos que aparecen en la pantalla han permitido una apropiación y cognición mayores entre el educador, el educando y el material mismo de trabajo. En la medida en que el avatar es más claramente identificable en su apariencia como

en su expresión —aunque llegue incluso a la exageración— la comunicación se facilita y el conocimiento se apropia.

El concepto avatar se utiliza también como personaje en juegos de rol o hasta como disfraz de seres extraordinarios en representaciones preformativas diversas. En cualquier caso, se trata de un renovado significado de representación que extiende las facultades de su usuario, así como la revelación y extensión de fantasías personales en estereotipos cada vez más universales.

La batalla final

A partir del recuento de características entre ambos conceptos, y por la brevedad de este espacio, nos limitaremos a extraer dos dimensiones neurálgicas tanto del arquetipo como del avatar contemporáneo para esbozar algunas delimitaciones mutuas. Concentrémonos en su naturaleza representativa y en la construcción colectiva para su realización.

La imagen arquetípica es, como ya se ha dicho, una representación de valores profundos del espíritu humano. El avatar por su parte representa a individuos concretos; sin embargo, estas representaciones identitarias de los sujetos a través del avatar pueden estar impregnadas de valores profundos y universales con los cuales el individuo en cuestión se siente identificado. Por ejemplo, si el usuario de alguna red social usa como su avatar la imagen de un rey sabio, está evocando al arquetipo de «el padre» y sus valores (conocimiento, hegemonía, provisión) para identificarse frente a sus compañeros de red, pero el susodicho usuario no es el arquetipo en sí. El arquetipo del padre es parte del imaginario colectivo y representa «algo», no a «alguien». El usuario

en cuestión por tanto, no es un usurpador de la identidad del padre, sino un *afiliado* a los valores que representa.

El primer punto neurálgico a discutir, como se ve, radica en las diferencias sustanciales entre *encarnación*, *representación* e *identificación*; todos ellos, términos ontológicos cuyas fronteras no son siempre tan claras, mucho menos cuando un individuo y su representación se identifican encarnadamente como una y la misma cosa. Un mesías, por ejemplo, sería un caso de ello.

El segundo aspecto neurálgico por desenrañar es aquel que se refiere a los valores implicados en la representación. No todo individuo que se represente a través de imágenes simbólicas está necesariamente representando valores profundos. Un sujeto representado, o más aún, vestido como Bob Esponja, puede estar plenamente identificado con el personaje y su carácter, pero es claro que esto estaría muy lejos de denominarse como la encarnación de un valor arquetípico.

En cuanto a la construcción de las imágenes simbólicas es importante subrayar el factor del tiempo. La tradición colectiva de larga duración no puede sustituirse por la intensidad sublime —diría Lyotard—, de la imagen extraída de los medios masivos. Existen graves diferencias entre tradición colectiva y masificación mediática. Nunca

será lo mismo, por poner un ejemplo, la figura de un padre de la patria a quien generaciones enteras han reconocido (o construido) como símbolo de su origen, a la figura de un mandatario que, por buen estadista que sea, pretende ser reconocido a fuerza de aparecer en todos los medios de comunicación. Las imágenes arquetípicas tienden a ser reconocidas como tales cuando una legitimación simbólica y una tradición cultural avalan su lugar. Y eso lleva tiempo.

Hasta lo que este breve repaso de conceptos permite, podríamos sospechar que toda imagen arquetípica es un avatar, en tanto que es representación o mediación de algo que trasciende a la imagen misma; pero no todo avatar es una imagen arquetípica, en tanto que no siempre representa universalmente un valor profundo. Queda aún en el aire la dimensión de la encarnación. Siempre el cuerpo acaba dando la nota álgida. En la antigüedad, no era difícil concebir la idea de que un ser, por terrestre y corpóreo que fuera, pudiera ser «habitado» sustancialmente por un dios y transformarse en su avatar. En los tiempos que corren, «habitar» y «dios», son dos palabras en ebullición epistemológica. Más que esperar nuevos tiempos para aclarar las aristas de todos estos conceptos, la tarea que se abre como un gran camino de nuestra época, es la de encontrarles sus nuevos significarlos. Al final, para saber en dónde depositamos nuestros consuelos, hay que averiguar cómo los nombramos. ■

■ REFERENCIAS

Dumézil, Geroges (1973) *Del mito a la novela*. México: FCE.

Fabri, Marc; David Moore y Dave Hobbs (1999) «The emotional avatar: non verbal

communication between inhabitants of collaborative virtual environments». En Annelies Braffort, Rachid Gherbi, Sylvie Gibert, James Richardson y Daniel Teil (eds.) *Gesture-Based communication in human-computer*



- interaction*. Springer Lecture Notes in Artificial Intelligence. Berlín: Springer.
- Gadamer, Hans-George (1999) *Mito y razón*. México: Paidós.
- Joseph Campbell (1977) *El héroe de las mil caras: psicoanálisis del mito*. México: FCE.
- Jung, Carl Gustav (1988) *Simbología del espíritu*. México: FCE.
- Lyotarde, Jean-Francois (1991) *La posmodernidad (explicada a los niños)*. México: Gedisa.
- Mardones, José María (2005) *La transformación de la religión*. Madrid: Bocadilla del Monte.
- Misoch, Sabina (2008) «Avatars as user visualization and their social function in virtual environments». En *Studies in Communication Sciences*, 8, Vol. I. Pp. 51-65.
- Poupard, Paul (1987) *Diccionario de las religiones*. Barcelona: Herder.
- Smith, Martha Montague (1997) «(Reseña del libro) *Internet dreams: archetypes, myths, and metaphors for inventing the net*, by mark Stefik». En *Journal of the American Society for Information Science*, 8, Vol. 8. Agosto.
- Yehya, Naief (2008) *Tecnocultura. El espacio íntimo transformado en tiempos de paz y guerra*. México: Tusquets.
- Wikipedia. «Second Life». Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Second_Life
- «Avatar». Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(Internet\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Avatar_(Internet))