

## REFLEXIÓ

**E** *l ser e internet.***José Navarro Juan***Psicólogo Clínico**C/ Sueca, 17 - pta 16***RESUMEN**

**Un anuncio de un servidor de Internet que utiliza el "Ser" como motivo, lo vendible, con el equivoco y posibles riesgos que comporta.**

Una muchacha joven, hermosa, de aspecto lánguido e insinuante al tiempo, mirando al que es captado por el anuncio, con un enunciado a la altura de su cintura: "Soy tu amiga". Al pie del cartel donde se muestra su figura hasta los muslos, de tamaño natural, aparece la siguiente leyenda: "El lugar donde eres más, donde vas a ser". En otros carteles en vez de una muchacha aparece un hombre joven igualmente atractivo. Los carteles están puestos en mamparas grandes de las paradas de autobús. Publicita un servidor de Internet.

La reflexión sobre ese anuncio, me ha hecho tomar conciencia la existencia del mismo anuncio en la televisión, donde la misma joven y otros muchos personajes te ofrecen el mismo mensaje, modificado con cada enunciación, todos ellos apuntando a lo que son, pero con la peculiaridad de que muchos de los que aparecen dicen ser algo que no guarda relación con las convencionalidades de la imagen (libertad), o que en su decir, modifican y ofrecen algo nuevo o diferente, del concepto y la imagen aparente.

Aunque el anuncio televisivo es muy sugerente, lo que me capturó fue la imagen fija de la joven en el cartel, con su leyenda. Seguí andando con mis pasos perdidos sin rumbo por las aceras

de calles semi desiertas, volviéndome a encontrar la imagen de la bella joven en otras paradas.

Pensé en las hermosas amigas que iba a encontrar si me conectaba a la red, cuando por la calle además de algunos coches rápidos, pasaban señoras maduras con el carro de la compra, algunos ancianos sentados en los bancos del parque, leyendo al sol el periódico; repartidores de comestibles, oficinistas ajetreados de movimientos rápidos

*Todos los humanos sufrimos en diferentes grados y medidas de esa "falta en ser", es consustancial a nuestra conciencia, al hecho de que pensamos, y tenemos una imagen psíquica de un "otro" completo.*

hacia los despachos, alguna bella culona o tetona, rubias y morenas, de mofletes sonrosados, ojos grises, negros, azules, castaños claros, miradas esquivas sin tiempo que perder, pero ninguna tan hermosa. ¿Cual de esas sería mi amiga?

Recordé el enunciado del anuncio, "soy tu amiga", "el lugar donde eres más,

donde vas a ser", si te conectas a ese servidor de la red; el mensaje, me llevó a reflexionar tras mis pasos perdidos hasta casi tropezar con una anciana que caminaba achacosa con una malla de naranjas en una mano y una bolsa de la compra en la otra, el anuncio tenía una decantación muy específica que apunta tanto al objeto motivo del negocio como al potencial consumidor.

En cuanto a la naturaleza del objeto que se vende, éste apunta a la amistad, a la comunicación a lo hermoso en lo virtual, al ser de tu deseo conectado, lo virtual suplanta a lo real, ya no hay interrelación sin mediador y sin embargo apunta al amor.

Internet es una celestina, un atracador, un ilusionista. El amor y la amistad en cuanto engañosos en lo real, pasan por una especie de ecuación más menos, a sin engaño en lo virtual, ahí es donde encontrarás la verdadera comunicación donde vas a ser; pues el "medio" marca la relación de objeto. Estar conectado en una relación interpersonal en un marco virtual hace verdadero el engaño.

En cuanto al enunciado, apunta directamente al ser. Aunque la primera parte de la frase lleve ese "más" que se relaciona con el tener, lleva también el "eres", pero es en la conclusión de la frase "donde vas a ser" donde se insiste en "el ser".

Tal vez porque el objeto que te venden sólo es el mediador apuntan tan directo al ser. Usar el mediador es pagar por la comunicación. Pagar porque si por medio de ellos "vas a ser", es que tienes una falta de ser; y si te conectas a la red, entonces sí que podrás ser. Conectado tapparás tu falta de ser. Ten-

drás a tu alcance los objetos virtuales de los que careces en realidad.

Sólo en lo virtual podrás completarte, ya que en lo real, la soledad, el aislamiento, el temor a comunicar con los vecinos y amigos, los no tan hermosos, la fealdad, la deformidad, la enfermedad y decrepitud..., no son, no te dan el ser.

Todos los humanos sufrimos en diferentes grados y medidas de esa "falta en ser", es consustancial a nuestra conciencia, al hecho de que pensamos, y tenemos una imagen psíquica de un "otro" completo.

Esa falta de ser, cada uno la cubrimos, la negamos, la disfrazamos, o nos evadimos como podemos. Trabajo, ocio, ideales, aficiones pasiones y drogas, o cualquier mecanismo neurótico del que echemos mano. Pero la falta no desaparece, tapada o descubierta, en un juego metonímico se va transformando y persiste en nuestro interior con presentificaciones diversas.

Hasta ahora los anuncios nos ofrecían a una joven bella acompañándonos al comprar tal coche, pero el objeto que comprábamos era material.

Y fuera un coche, ropa, lentejas, el detergente más blanco, el alimento más maternal; aunque cualquier anuncio apela en cierta medida a la falta de ser de los consumidores, ninguno hasta éste lo hace de manera tan descarada; los demás siempre te dejan algo, siempre te quedas con un coche, un detergente, unas legumbres, siempre hay un objeto como efecto del intercambio de una relativa utilidad.

Internet te vende el medio, crea el vehículo, canal de comunicación pagando el tiempo. Es el mayor negocio de la historia hasta que lo desbanque otro. En mi infancia oía a mi abuelo "rene-gar" quejándose de los que tenían el poder: "si pudieran, nos harían pagar hasta por el aire que respiramos". No sabía el hombre que no estaba muy lejano ese tiempo. Ya el agua que necesitamos es cada vez más cara y motivo

de fricciones, del aire ya pagamos los efectos de nuestros actos, y los estados ponen tasas para poder contaminar.

El agua ya se vende, y el aire se venderá de aquí a no mucho; no están lejanos los anuncios que ofrecerán embotellado una hora de aire puro del Himalaya, de los Andes o de la Sierra de Gredos, para uso individual de ejecutivos y operarios que puedan pagarlo.

Podemos decir que el agua y el aire son elementos indispensables para la existencia de vida en el planeta; pero lo que nos vende este anuncio de un servidor de Internet tiene que ver con

---

***Pero tal vez la red solo sea eso, el espejismo de dominar puede llevarnos a "donde vas a ser" dominado***

---

la "falta en ser", y ello guarda relación con un efecto del sentido, y éste en cuanto a excedente. Porque hay un exceso de sentido se nota su falta. (Si nos falta ser, acumulamos sentidos, y esa misma acumulación es tapadera, denuncia lo que hay debajo, que es la falta)

Podemos encontrar un nuevo demonio, aquí, teistas y ateos tendrían un punto en común; frente al anuncio "vas a ser", podrían gritar: "No me tientes Satanás". Para el creyente, esa falta de ser, sólo se colmará ante la presencia de Dios, ante su encuentro con Él. Si Marx levantara la cabeza, no solo diría: "La Religión es el opio del pueblo", sino también: "Internet es como el crack y la heroína juntos". Para el ateo, la falta de ser es irresoluble, va con el hecho de ser animal pensante, lo que nos hace productores de excedente de sentido.

Esa misma producción es la que más nos aleja del objeto perdido, de la llamada "media naranja" que nos falta para completarnos. En tanto que producimos sentido, se crea distancia del objeto, pues el sentido necesita de un espacio virtual donde desarrollarse.

El sentido delimita el perfil del objeto fantasmático, pero la cercanía lo hace desvanecerse.

Solo cierta lejanía, cierto artificio puede soportar consistente el fantasma del objeto, esa consistencia la da lo virtual (ya lo dice la palabra, tienen la virtud) que es un apaño entre lo ideal y lo simbólico, dejando fuera lo real.

Al ser imagen, al no entrar en contacto la permanencia del objeto de deseo del sujeto, aquel se hace más consistente, adquiere la virtualidad de la permanencia, permite la repetición y causa el síntoma.

¿Es esa virtualidad donde hemos de quedar atrapados? ¿Es la nueva droga cuyos efectos retardados y equívocos aún no conocemos? ¿Es nuestro destino?

Internet es todo un éxito, producto de la tecnología de la guerra fría, no se hasta que punto quien nos gobierna tiene conciencia, ¿o la tiene toda?, el caso es que todos los gobernantes de derechas e izquierdas, si es que esos conceptos aún representan algo, apuestan por la nueva tecnología, el nuevo Dios, apuntémonos todos a Internet, predicando sin cesar; y lanzan cánticos a la aldea global, y al fantasma de la comunicación sin barreras, todos los que mandan ofrecen facilidades para que sus súbditos "dominen el manejo de la red", para que la masa nos adentremos en el manejo de la red. Entrad en la red, pececitos, ahí encontraréis la libertad de la auténtica comunicación planetaria, el destino está en vuestras manos.

Pero tal vez la red solo sea eso, el espejismo de dominar puede llevarnos a "donde vas a ser" dominado