

**LIBRO: LA INVESTIGACIÓN SOCIAL EN MÉXICO, 2012**

**COORDINA: TOMÁS SERRANO AVILÉS**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO**

**2012**

**ISBN: 978-607-482-280-9**

**Construcción de la realidad a través de la ¿fantasía o manipulación?  
virtual: *Vocaloid*.**

Dra. Sandra Flores Guevara\*

Dra. Josefina Hernández Téllez\*\*

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH)

Las nuevas tecnologías y las prácticas comunicativas que se vienen generando a partir de éstas son hoy urgente motivo de reflexión y análisis.

En este siglo XXI se habla de una sociedad de la información y el conocimiento, de las bondades del mundo globalizado a partir de este hecho, pero lo cierto es que las transformaciones de lo técnico-tecnológico van más allá del acceso a las bondades en la vida cotidiana de la “modernidad”, las sombras de este fenómeno se perfilan en cambios en la sociedad inusitados: lejos de la verdadera comunicación se presentan rasgos de aislamiento, desvinculación con la realidad y pérdida del sentido de pertenencia social.

Ante este hecho las preguntas que rigen esta presentación son: ¿es real la realidad? ¿o la realidad cada vez es más irreal?

Este cuestionamiento surge ante las nuevas prácticas comunicativas que genera la hiper tecnologización que vivimos hoy y que viaja a la velocidad luz por las redes sociales, generando aceptación, encantamiento pero también obnubilación de lo que es real y con efectos devastadores como puede ser la deshumanización ante la identificación con la virtualidad.<sup>1</sup>

Este paulatino proceso de la percepción de la realidad desde estos nuevos escenarios son llamados de alarma sobre la formación de los jóvenes y su empatía con androides, con imaginarios que no tienen relación con lo real de la realidad ni con lo humano (Watzlawick: 1981).

El fenómeno se da a partir de los conciertos musicales masivos en Japón con hologramas virtuales como los centros de atención y diversión, y que generan en el público juvenil gusto y furor como si se tratara de una cantante real.

---

\*Doctorante en Ciencias de la Comunicación (Universidad Autónoma Metropolitana). Especialista en nuevas tecnologías; ponente y autora de diversos artículos sobre medios de comunicación y nuevas tecnologías. Correo: [black\\_fogs@hotmail.com](mailto:black_fogs@hotmail.com)

\*\*Dra. en Ciencias Políticas y Sociales, orientación en Comunicación (Universidad Nacional Autónoma de México). Especialista en Estudios de la Mujer (Colegio de México). Ponente y autora de diversos artículos sobre medios de comunicación, periodismo y género. Correo: [josefinatellez@hotmail.com](mailto:josefinatellez@hotmail.com)

<sup>1</sup> Lucien Sfez. *Crítica de la comunicación*. Amorrortu Editores. Buenos Aires, Argentina. 1995.

De aquí su importancia para observar, analizar y reflexionar sobre esta nueva sociedad y sus productos, de las reacciones humanas frente a lo no real y que a final de cuentas afecta la identidad humana y su percepción de lo real. Si bien es un fenómeno de la vida de Japón, en la llamada aldea global esto será una realidad compartida muy pronto en países como el nuestro.

***Los antecedentes. Vocaloid: Hatsune Miku, software japonés de la segunda generación, creada por Crypton Future Media.***<sup>2</sup>

*Vocaloid* es un programa sintetizador de voz que permite desarrollar un diálogo o canción, y fue creado por la corporación *Yamaha* y comercializado desde marzo de 2004. Fue hasta la emisión de la segunda generación de *Vocaloid*, en agosto de 2007, que se convirtió en un fenómeno musical a través de los conciertos de *Miku Hatsune* (cuyo nombre significa *Primer sonido del futuro*): un holograma virtual que mezcla visualmente parte de la cultura del entretenimiento nipona: animé y manga (historieta).

La singularidad de este software tiene dos ingredientes a analizar: los personajes u hologramas virtuales son femeninos y esto conlleva un mensaje sobre el uso de las mujeres todavía como objeto<sup>3</sup> y el involucramiento del público<sup>4</sup> con el holograma como si se tratara de una cantante real, lo cual implica una necesaria reflexión sobre la paulatina deshumanización que implica este fenómeno tecnológico.

La historia de este boom inició en 2007 con la posibilidad de los usuarios de este software no sólo crear canciones sino de utilizarlo en la creación de contenido multimedia. Las primeras versiones subidas en red crearon un efecto multiplicador porque se volvió un lugar de contenido colectivo y empezaron a

---

<sup>2</sup> Vocaloid Wikia. Hatsune Miku. [http://es.vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune\\_Miku](http://es.vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune_Miku), junio, 2012.

<sup>3</sup> Judith Butler. "Sujetos de sexo/género/deseo", en *Gender trouble, feminism and the subversion of identity*. Routledge. Nueva York, USA. 1990.

<sup>4</sup> Jean Marc Ferry, Dominique Wolton y otros. *El nuevo espacio público*. Gedisa. España. 1992.

crear colectivamente no sólo sonidos sino también animación en segunda y tercera dimensión.

En dos años el fenómeno y gusto de los nipones se consolidó hasta crear productos paralelos como videojuegos de los *vocaloid*, *voicebank* en Facebook y animé. En 2009, los usuarios y partidarios de este software solicitaron incluir la imagen de *Hatsune Miku* en un explorador espacial de su país. Fueron 14 mil firmas las que signaban esta petición.

El antecedente de *Hatsune Miku* es la combinación de “una diva androide”, con características de los colores de la segunda generación de estos sintetizadores (gris, negro y verde azulado), así que su falda y botas conceptualmente representan un sintetizador y las barras de sus mangas representan la firma corporativa de su empresa, *Crypton*. Su cabello está sujeto en



coletas y su carácter está sustentado en el manga creada sobre ella: “amable, gentil, inocente, caprichosa y terca, e incluso abusiva.

Su tono de voz es alto, aunque con tono tierno, ideado para cantar J-pop pero puede utilizarse en varios estilos y géneros musicales”.

***Nuevas tecnologías de la comunicación y la información: el contexto.***

Incontables son los escenarios que hoy ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, el multifacético universo de los nuevos medios se caracteriza por diferencias y analogías y por los diversos elementos que lo componen, al respecto Bettetini (2001) señala “en un mundo en el que la evolución de las distintas partes está vinculada a la de todo el sistema en el que están integradas [...] afrontamos el universo de los nuevos media que en los últimos años han modificado sensiblemente nuestro modo de comunicarnos y de desarrollar numerosas actividades creativas, lúdicas y profesionales”.

Las nuevas tecnologías de la comunicación son hoy el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas, donde al final se facilitan y se vuelven más sencillos diversos procesos, podemos advertir la modificación de distintas capacidades inventivas de la humanidad con la finalidad de simplificar tanto actividades como creaciones del ser humano.

Sin embargo, estas virtudes tienen su contraparte en actitudes y pensamientos, que van de la adhesión dependiente a estas formas simplificadas y cómodas de vivir, con la consecuente pérdida de capacidades de adaptación, a la idea imaginaria de existir, convivir y sentir desde lo virtual, hecho que crea desapego con el igual, con lo humano, hasta cierto punto insensibilizándonos e inmunizándonos frente al dolor, la esperanza o diferentes sensaciones y emociones del otro, del igual real.

Ya autores como Daniel Bell, Manuel Castells, Bunch o Howard Rheingold, entre otros, han definido y explicado que cuando hablamos de nuevas tecnologías de la comunicación, nos referimos a esa amalgama entre avances tecnológicos y los nuevos conceptos que nos impactan, replantean e influyen en nuestras visiones y percepción del mundo que nos circunda.

Una característica distintiva de este momento actual es la vertiginosidad con que las nuevas tecnologías se desarrollan, nos permean, generando una volatilidad en conductas y pensamiento como nunca antes en la historia de la humanidad. Julio Cabero (1990) señala de las nuevas tecnologías que “estos

medios electrónicos crean, almacenan, recuperan y transmiten la información de forma rápida y en gran cantidad”, y en ese mismo sentido los seres humanos generamos sentido y pensamiento al grado de identificarnos con los instrumentos tecnológicos, a final de cuentas con lo perenne y no con lo permanente.

***Convergencia tecnológica: realidad virtual frente a sujetos e identidades alternas.***

En este sentido, las tecnologías, refiere Jones (2003), siguen convergiendo y suministran más escenarios para la comunicación y la interacción; y el escenario creado por éstas son el lugar favorito donde se pone en juego una serie de nuevos dispositivos que representan el cambio, que nos ubican frente a las nuevas maneras de ver e interactuar: la realidad virtual, es el ejemplo ideal porque es un espacio donde se modifican nuestros reflejos y nuestros quehaceres cotidianos.

El mundo virtual nos cautiva, sobre todo con la inteligencia de las interacciones que nos ofrece. Quéau (1995) habla de la posibilidad de situarnos, física e intelectualmente, en estados nuevos. Representan una *terra incognita* propicia para la superación de los lugares comunes.

La realidad virtual es un concepto que resulta antagónico, sobre todo si se pone en contexto del lenguaje científico; basta considerar, como señala Rheingold (2002), que la existencia de una contraposición entre imágenes reales y virtuales, establece un contrasentido porque la tecnología de vanguardia hoy nos habla de una realidad casi palpable pero no real.

Es la vertiginosidad de los avances tecnológicos que nos desenvuelven dentro de un multifacético orden de dicotomías que relacionan la temporalidad y los espacios, los movimientos y los sosiegos, nuestro cuerpo y nuestra mente.

Nuevas nociones de nosotros mismos alternan nuestras realidades y van formulando nuevos caminos de reconocimiento de nuevos modos del hacer y del pensar.

Esta afirmación la confirman hechos asociados a conductas de jóvenes que refieren inspiración en videojuegos y han atacado a grupos, a personas. Sin embargo, poco se ha estudiado esta relación o desconexión de la realidad y conexión con la virtualidad y la mente humana, el impacto en la identidad y subjetividad humana, en suma.

En acuerdo con Jones (2003), dada la mutabilidad tecnológica, el “entrenamiento” del contacto virtual modifica la forma de vernos, de concebirnos, de crearnos y de rediseñarnos.

Se crean y recrean en este proceso identidades y subjetividades “alternas”, ya que hacemos uso de un escenario preminente para la interacción a tiempo real con la posibilidad de crear mundos virtuales y compartir simultáneamente con quienes se encuentran tan distanciados físicamente, con naturalidad nuestros entornos son concebidos con la espontaneidad que necesitamos para los aconteceres virtuales, logrando el establecimiento de un sistema dialógico.

Existe entonces una sensación de “realismo” producida por la realidad que se crea en la red web y, de manera aparente, no debería suscitar dudas, quienes hacemos uso de los dispositivos que ofrece Internet, generamos fuertes vínculos entre nuestras actividades y nuestro sentir, ya sea al leer un correo electrónico, al conversar, al escribir, al interactuar.

Este simple hecho cotidiano y cada vez más asimilado es lo que hace posible que un concierto de un personaje “irreal” convoque en un espacio público y común, reuna e identifique frente a una “ilusión”, todo esto al grado de manifestarse emocionados, alterados, “tocados” por música electrónica mediada por un holograma.

El “entrenamiento” previo para consolidar una respuesta como la de los conciertos de *Hatsune Miko*, es previo, ha sido paulatino y efectivo. Al contar con diferentes y fáciles maneras de intervenir en la red web desde muy temprana edad, dice Jones, va educando a la percepción humana en la primacía de lo visual, hacia la imagen. Si a esto agregamos que se están desarrollando cada día muchas más tecnologías de realidad virtual, el círculo se va cerrando.

Puede resultar desconcertante, incluso, el hecho de tener a la mano una realidad virtual donde el contacto con los otros es, por llamarlo de alguna manera, eficiente y en el cual existen métodos de control social casi paralelos a lo real vivido, ahí socializamos, organizamos, planificamos y estamos presentes.

Existe en el ciberespacio “la estructuración espacio-temporal de la vida social” la definida cómo la acción social y las relaciones (incluyendo las relaciones de clase) que son constituidas materialmente y concretadas en la virtualidad.

La nueva realidad no es algo que está ahí fuera, tampoco en la pantalla, sino algo que construimos y experimentamos de una forma mediada. La interconectividad genera contextos de interacción a partir de acciones simuladas que pueden ser compartidas por los distintos usuarios. Máscaras, modelos de síntesis, clones o alias sustituyen la experiencia directa del usuario con el resto de la comunidad (Alberich, 2002).

Ejemplo fiel de esta afirmación y situación es la propuesta de *Vocaloid* y la respuesta ante el personaje virtual de *Hatsune Miku*, quien concentra adhesión masiva de fantasía: simpatía, algarabía, identificación, reacción colectiva, pero abstracta, no concreta, efímera, sin expectativas porque no hay realidad de que asirse. Reacción lejana a lo tangible, a lo mortal, a lo humano. No hay empatía con un par, real, “de carne y hueso”, con quien podamos identificarnos, solidarizarnos, oponernos. Al contrario, recrea el no compromiso, la no responsabilidad. El proceso inicia con un dispositivo mecánico y termina (o nunca se desarrolla) con la comunicación. No obstante, de forma paradójica y contradictoria, lo que vincula visualmente esta experiencia musical virtual es la personificación, la asociación



con una persona real, pero que recrea un personaje social, con un significante y un significado: una joven mujer, anclada o diseñada desde los valores más fuertes y convencionales como es el uso de lo “femenino”. Y aquí termina la ilusión o imaginario de estar más allá de lo arcaico con el uso de las nuevas tecnologías.

A *Hatsune Miku* se le presenta como una “diva androide”, recreación objeto de una joven, con cabello largo y figura atractiva; con una personalidad cliché sobre las mujeres (sustentado en el manga creada sobre ella): “amable, gentil, inocente, caprichosa y terca, pero también abusiva. Su voz, acorde con el imaginario patriarcal, tiene tonos adecuados para la interpretación de varios géneros, sin dejar de ubicar lo que es la voz de la mujer (otro estereotipo): suave y dulce, aunque potente”.

Lo humano se reinventa no para trascender imaginarios o actitudes sociales sino para despersonalizar, desvincular y no comprometer. Muchas ha sido las alertas que ha provocado la vida virtual, pero hasta hoy poco se han estudiado: jóvenes que recrean juegos virtuales y acometen contra multitudes asesinandolas, niños que se han lastimado e incluso muerto porque se sienten personajes de series, hombres y mujeres que pierden el sentido de la sobrevivencia ante situaciones peligrosas, similares a las de sus héroes virtuales.

El fenómeno de *Vocaloid* resume a gran escala la cultura mediático-cultural-global que se ha ido acuñando de manera subrepticia, contundente y sintomática de este nuevo siglo hasta superar la ciencia ficción respecto de la alta tecnologización y el desarrollo de la contraparte oscura de las bondades del conocimiento como es la deshumanización y la confusión. Representa un contrasentido de la lucha y reconocimiento de las mujeres en esta época por ser consideradas humanas antes que objeto o sólo complemento de la humanidad.

Todos estos elementos nos obligan a replantear y reflexionar sobre los retos de este siglo XXI. Lo irreal de la realidad aquí esta ya.

## Bibliografía

Alberich, Jordi. (2002) "En trànsit 7.0, apunts per a una estètica dels entorns digitals", en <http://www.uoc.edu/artnodes/cat/art/jalberich1002/jalberich1002.html>

Butler, Judith. (1990). "Sujetos de sexo/género/deseo", en *Gender trouble, feminism and the subversion of identity*. Routledge. Nueva York, USA.

Cabero, J. (1990). "El vídeo en el aula I. El vídeo como mediador del aprendizaje", en REVISTA DE EDUCACIÓN, 291, pp.351-370.

Bettetini, Gianfranco y Fumagalli, Armando (2001): *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. Eunsa: Barañáin (Navarra), España.

Ferry, Jean Marc, Dominique Wolton y otros. (1992). *El nuevo espacio público*. Gedisa. España.

Quéau, Philippe. (1995) *Lo virtual. Virtudes y Vértigos*. Paidós. Hipermedia 1. Barcelona, España.

Rheingold, Howard. (2002) *Realidad Virtual: los mundos artificiales generados por ordenador que modificarán nuestras vidas*. Colección Límites de la Ciencia, volumen 24. Ed. Gedisa. Barcelona, España.

Sfez, Lucien. (1995). *Crítica de la comunicación*. Amorrortu Editores. Buenos Aires, Argentina.

Vocaloid                      Wikia.                      Hatsune                      Miku.  
[http://es.vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune\\_Miku](http://es.vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune_Miku), junio, 2012.

Wolton, Dominique (2000). *Internet ¿Y después?* Editorial Gedisa. Barce