

COMUNICACIÓ

Pompeu Casanovas (IDT-UAB): *Justícia hiperreal i diàleg en xarxa*

I. Deixeu-me divagar una mica abans d'anar al punt que avui ens interessa. El judici estètic té una venerable tradició en dret. Sigui des de la dialèctica i el concepte de *poiesis*, tan car als llatins, humanistes i alguns il·lustrats¹. O sigui des de la regla que guia l'art superior del jurista —i que Rudolf von Jhering anomenava justament «lleï de la bellesa jurídica»²—, les lleis, les decisions judicials i l'actuació dels governs i de les administracions no són titllades només de bones o de justes, sinó que també poden ser belles, ajustades o horroroses.

Darrerament han proliferat les perspectives estètiques sobre el dret, els valors i la regulació. Es tracta ara de desenvolupar-ne les matrius o les condicions de possibilitat històriques, però, sobretot, es tracta de traduir-ne les imatges, buscant la semàntica amagada i el valor d'icones regulatives i constructores d'identitat³.

En aquest sentit, una de les perspectives més interessants és la que identifica com a dret popular o *dret pop* les creences

1. Per tots, vegeu Gianbattista VICO, *De constantia jurisprudentiae* (1721).

2. La «lleï de la bellesa jurídica» era per a Jhering un principi regulatori de la denominada «teoria del dret» o «jurisprudència superior» de la tècnica jurídica. Vid. R. V. JHERING, «Theorie der juristischen Technik», *Geist des römischen Rechts auf den verschiedenen Stufen seiner Entwicklung*, vol. 2.2. (1858), Scientia verlag, aalen, 1968, pp. 322-389, trad. cast. a P. Casanovas, J.J. Moreso (eds.), *El ámbito de lo jurídico. Lecturas de pensamiento jurídico contemporáneo*, Barcelona: Crítica, p. 60-123.

3. Cf. C. DOUZINAS, L. NEAD (eds.), *Law and the Image. The Authority of Art and the Aesthetics of Law*, Chicago: The University of Chicago Press, 1999; D. MANDERSON, *Songs without Music: Aesthetics Dimensions of Law and Justice*, Berkeley: University of California Press, 2000.

sobre qüestions ètiques o jurídiques que es difonen en els mitjans de comunicació, en el cinema o a la xarxa⁴. En una cultura sobresaturada d'imatges com la nostra, és una *imatge* dels drets, obligacions o deures la que substitueix als drets, obligacions o deures pròpiament dits (amb fonament legal o ètic). No es tracta, doncs, de coneixement, sinó d'imatges que poden prendre diverses formes en diversos suports —gràfics, discursius, pictòrics o filmics— amb un temps molt curt de difusió, comprensió i impacte.

Així, proposicions manifestament falses poden ser causants d'emocions vertaderes, amb una forta incidència social. Hom pot plorar algú que no ha conegut mai (com Lady Di), enamorar-se dels astres de la pantalla o fins i tot construir i oferir a *Facebook* una realitat fictícia de si mateix que esdevé real precisament per la seva presència irreal. Baudrillard, entre d'altres filòsofs, ha proposat qualificar com a *hiperreal* aquesta realitat sobrevinguda. I la denominada Web 2.0 no ha fet sinó potenciar-ne l'abast i els efectes.

Per la meua banda, denominaré *justícia hiperreal* la dinàmica de projecció d'aquestes imatges, que tenen una forta presència en xarxa i que hom ha de desactivar necessàriament si és que vol entrar en una interacció mínimament fecunda amb els altres.

II. Posaré un parell d'exemples de com funciona aquesta mena de justícia: d'adscripció d'obligacions inexistentes, l'un; de deshumanització, l'altre.

Començaré per aquest darrer, perquè en tots els relats de les atrocitats bèl·liques del darrer segle es repeteix de manera insistent, per part dels botxins, la necessitat d'actuar sobre la pròpia percepció per tal de poder dur a terme accions que repugnen a la consciència. Per matar amb malícia, cal deshumanitzar primer la víctima. Cito a un soldat japonès després de la massacre civil de Nanking (1937): «Hauria estat

4. Cf. R. K. SHERWIN, *When Law Goes Pop. The Vanishing Line between Law and Popular Culture*, Chicago & London: The University of Chicago Press, 2000.

bé si només les haguéssim violat, però sempre les matàvem. Les apunyalàvem amb baionetes o ganivets, perquè els cossos morts no parlen. Potser quan les violàvem les veiem com a dones, però en matar-les, *les veiem com a porcs* o alguna cosa així»⁵.

Naturalment l'efecte hiperreal no prové només del relat originari, de la transformació imaginària de les víctimes, sinó de l'ús posterior que se'n fa, amb qualsevol valor instrumental afegit a llur dolor: publicitari, documental o –com en el meu cas– simplement il·lustratiu. Les imatges de cossos anorèxics de Benetton, o l'apropiació de l'Holocaust per part del món de la moda són altres exemples d'hiperrealisme, on el referent originari o el referent real queda absorbit i transformat per l'objecte que s'ofereix a la mirada reflexa del públic en un judici estètic de segon grau. Ofereixen així una transgressió de l'íntim, del sagrat, prèviament buidada de contingut. Quan els estats o els organismes oficials demanen perdó per les atrocitats comeses en el passat (no és el cas del Japó amb la Xina, en l'exemple que he posat) poden quedar entrampats en els efectes hiperreals. Si no distingeixen entre la responsabilitat política de reconeixement i reparació de les víctimes i el propi acte de sol·licitar i atorgar el perdó, poden arrogar-se una posició en la qual s'atribueixen capacitats que només les persones individuals concretes, les víctimes i botxins, poden tenir⁶. No hi ha representació política possible del dolor. I al mercat –que ho sap– li basta amb l'exhibició de les llagues per posar a l'espectador en conflicte, perquè contraposa hàbilment el judici estètic amb un judici ètic que queda del tot solapat quan és l'Estat o algun organisme oficial o partit polític qui se l'arroga. Malgrat la desaprovació, disgust o horror que provoquen les imatges, no podem deixar de mirar-les.

El segon exemple prové també d'un conflicte. Un dia d'agost del 2006 Angelo Frammartino, un jove cooperant italià, va ser

5. Iris CHANG, *The Rape of Nanking*, p. 49-50. http://www.gendercide.org/case_nanking.html

6. Cf. M. POBLET, «Política del perdó», *Col·loquis de Vic. La Modernitat*, Barcelona: Societat Catalana de Filosofia, 2009.

acoltellat fins a la mort per un jove palestí a Jerusalem. En efecte, Ashraf Abdel Hamaisha, de vint-i-quatre anys, s'havia proposat matar un israelià, fos qui fos, en venjança per la seva família. Es va confondre de víctima. Tot l'afer era penós i tràgic.

Tanmateix, la reacció del pare no fou la que esperaven els polítics i la premsa italianes. El pare d'Angelo, Michelangelo, perdonava l'assassí del seu fill⁷, la qual cosa provocà una primera reacció d'incomprensió i de rebuig per part de l'opinió pública: el pare *no podia* perdonar, *havia de condemnar* el terrorisme i l'assassinat del fill. Un polític el va arribar a acusar de fer comentaris polítics «literalment vergonyosos»⁸. I els *blogs* no van ser gaire més pietosos. Una imatge hiperreal de justícia va substituir, almenys per alguns dies, la realitat d'un perdó íntim excessivament personal per ser políticament acceptable.

III. Entraré ara en la darrera part de la meua comunicació, en la qual vincularé la justícia hiperreal amb l'estructura cognitiva dels usuaris de la xarxa. Hi ha dos fets importants en la Web 2.0 i 3.0: (i) les imatges encara no poden ser degudament descodificades i computades mitjançant ontologies semàntiques; (ii) i, a l'ensem, l'estètica és massa important en el comportament i preferències dels usuaris com per ser ignorada.

És a dir: no tenim encara una forma fiable d'interpretar informació que no sigui text i que pugui guiar les cerques. Són les anotacions textuais d'imatges o de vídeo les que actuen com a classificadors. Però interpretar una imatge o una seqüència d'imatges és una operació semàntica sintètica que correspon encara a l'usuari, no a un llenguatge d'anotació, i es

7. «Non ho rancore verso chi ha ucciso mio figlio - ha detto in un'intervista tv Michelangelo Frammartino, il padre di Angelo - Sono sorpreso anche io per questa assenza di rancore nei confronti di colui che ha ucciso mio figlio. Sono felice però di essere in linea con il pensiero di Angelo che era in favore della pace. La morte di Angelo è colpa della guerra» *La Stampa*, 20/08/06.

8. «'Un errore, colpa della guerra'. Polemica sul padre» *Il Corriere della Sera* 20/08/2006.

fa sense automatismes⁹. No és possible, e.g., discriminar automàticament entre anorèxia o holocaust només a partir del cos. Les imatges són les que són: el sentit el posa l'usuari.

La qual cosa contrasta amb el que la majoria d'estudis empírics ens indiquen sobre la conformació de les preferències: en pocs mil·lisegons, en una operació d'abducció visual que no té un clar referent en el neocòrtex, l'usuari estableix si li agrada o no una pàgina web¹⁰. Després, aquesta primera impressió de la imatge és la que guiarà les operacions posteriors de consolidació de les preferències. És el que es coneix com a «biaix de confirmació» (*confirmation bias*).

No és clar com opera aquesta avaluació. Els investigadors han assolit la identificació de set a tretze dimensions que

9. A l'IDT tenim certa experiència en multimèdia i llenguatges d'anotació. Vegeu, per una introducció al problema del denominat «semàntic gap» entre les imatges i la descripció de llur contingut, Jacco van OSSENBRUGEN, Frank NACK, Lynda HARDMAN, «That Obscure Object of Desire: Multimedia Metadata on the Web». Part I. *IEEE Multimedia*, October-December 2004, p.p. 38-48; part II, ibid. January-March, 2005, p. 54-63. Vegeu el nostre treball amb processos i imatges jurídiques a P. CASANOVAS et al. «The e-Sentencias Prototype: A Procedural Ontology for Legal Multimedia Applications in the Spanish Civil Courts», a J. Breuker et al. (Eds.), *Law, Ontologies and the Semantic Web. Channelling the Legal Information Flood*, Amsterdam: IOS Press, Frontiers in Artificial Intelligence and Applications, 2009, p. 199-219.

10. G. LINDGAARD, G. FERNÁNDEZ, C. DUDEK, J. BROWN, «Attention web designers: you have 50 milliseconds to make a good first impression!», *Behaviour & Information Technology*, 25, 2, 2006, p. 115-126; N. TRACTINSKY, A. COKHAUVI, M. KIRSHENBAUM, «Using Ratings and Response Latencies to Evaluate the Consistency of Immediate Aesthetic Perceptions of Web Pages», a *Proceedings of the Third Annual Workshop on HCI Research in MIS*, December 10-11, 2004, p. 40-44; N. TRACTINSKY, A. COKHAVI, M. KIRSHENBAUM, T. SHARFI, «Evaluating the consistency of immediate aesthetic perceptions of web pages», *International Journal of Human-Computer Studies*, 64, 2006, p. 1071-1083; R. H. HALL, P. HANNAH, «The impact of web page text-background colour combinations on readability, retention, aesthetics and behavioural intention», *Behaviour & Information Technology*, 23, 3, 2004, p. 183-195.

s'avaluen ràpidament en un procés que «dispara» un seguit d'emocions secundàries que duen a terme el judici estètic¹¹. Però, si això és així, el judici que identifica els objectes com a *bonics, bells* o *atractius* constitueix una realitat objectiva prèvia a qualsevol acte reflexiu i té un efecte important en el comportament. Un cop a la xarxa, la retina literalment jutja per nosaltres.

Per què aquest efecte atractiu és important? Perquè *potencia de forma inconscient i subliminal els valors que consolidem en la interfície amb la xarxa, de manera que no solament les preferències d'objectes, sinó també les tries de principis, valors i normes poden ser produïdes i llegides a través de la ràpida seqüència de patrons dels quals no som totalment conscients*.

La interacció en xarxa ens transforma i, paradoxalment, com més canviem més risc hi ha que els factors hiperreals actuïn en nom nostre sense adonar-nos-en. És el preu que paguem pel do virtual de la ubiqüitat i l'agilitat mental.

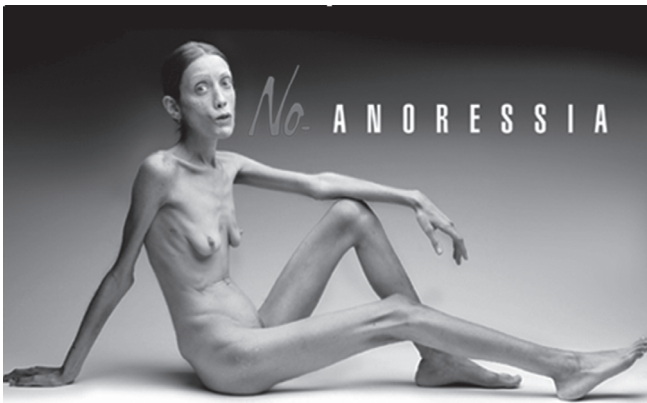
Pel mateix principi, en la nostra cultura sobresaturada, mirem de fit a fit l'horror perquè ja ens hi hem acostumat i, en certa manera, necessitem les imatges quotidianes que ens proporciona per a sentir-nos bé en el nostre propi context. Paradoxalment, podríem dir que és el nostre judici consolidat de bellesa el que ens reclama l'horror per reconèixer-nos en el nostre món. No ens agradarien les notícies sense les corresponents i devastadores imatges.

Només la crítica i la reflexió poden canviar aquesta perspectiva. L'humanisme s'aprèn i hom no pot donar-lo per descomptat. El diàleg i la comunicació, és a dir, la valorització i el reconeixement de la humanitat de l'altre, tenen, doncs, aquest requisit previ: desarticlar críticament les paradoxes estètiques en què cada cop més es cou la nostra identitat. No fer-ho equival a una nova forma de solitud, sobresaturada, aquest cop, d'informació.

11. Cf. S. PARK, D. CHOI, J. KIM, «Critical factors for the aesthetic fidelity of web pages: empirical studies with professional web designers and users», *Interacting with Computers* 16, 2004, p. 351-376.



Nens soldats jugant. Font:
http://osocio.org/category/war_conflicts/P35/



Font: Campaña contra l'anorèxia (2007), finalment prohibida a Itàlia. Fotografia d'Oliverio Toscani.
<http://elperro1970.wordpress.com/2007/09/24/%C2%ABla-foto-da-mas-miedo-que-la-verdad-es-el-unico-arte-censurable%C2%BB/>