

EL NUEVO RÉGIMEN DE LA VISUALIDAD (2002)

Juan Martín Prada

(Martín Prada, J. "El nuevo régimen de la visualidad" (2002) en Gómez-Isla, José (coord.), *Cuestión de imagen: aproximaciones al universo audiovisual desde la comunicación, el arte y la ciencia*, Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 111 -120, 2013.)

Nuestro tiempo ha dejado de ser el de las sociedades de la información para convertirse en el de las sociedades de los medios de acceso a la información. En este contexto, la información, *poesía del poder*¹, circula hoy como la moneda de lo real, conformando las condiciones de todo momento de intercambio y de actividad. De esto se deriva que la vida en la cultura de las nuevas redes de telecomunicación consista cada vez más en actividades de información, que lo cotidiano sea estar en su búsqueda permanente, expuestos siempre al influjo de los medios que administran su acceso.

En todo caso, el desinterés por las relaciones entre los acontecimientos hace que el tráfico de información se oriente a la provisión exhaustiva de detalles. El fundamento de la información, que para las consignas situacionistas no podía ser sino el lenguaje que ha perdido toda referencia inmediata a la totalidad, es el paradigma de la estrategia política de nuestro tiempo. La política del detalle, de lo particular, es uno más de los resultados de la evolución de la ideología política de la propiedad privada y, seguramente, también una de las nuevas y más eficaces formas de su reforzamiento.

A su vez, nuevas necesidades de información proliferan, deseos de saber de lo mismo. La atención microscópica volcada en los acontecimientos más irrelevantes congrega a un sin fin de complementos informativos sobre los perfiles más minúsculos de lo banal. Éstos se dejan acompañar por las nuevas ansiedades de la recepción de información y de su búsqueda compulsiva. Adicciones a los nuevos medios de información que, seguramente, constituyan las nuevas formas del nihilismo contemporáneo. Ya no preocupa si lo que nos llega es lo realmente importante o no, lo perentorio es que el flujo informativo no se detenga (en su detención estaría la peor de las sospechas).

También la virtualización de las relaciones sociales y de la comunicación es creciente. Cada vez es más difícil distinguir entre validez o campo de sentido y violencia simbólica. En todo caso, el sistema no tiene tanto que ver ya, sin embargo, con la producción de simulacros como con la de falsas atribuciones que acarrearán, en todo momento, el peso de su *verdadera* desaparición. Desaparece la posibilidad de lo real como espacio de oposiciones y fricciones, estructurado en torno a una continuidad telemática que impide la percepción ya de contradicción alguna, amparado por una concepción siempre trágica del tiempo y de la historia.

La crisis, lejos de ser ámbito de revelación de lo real, aunque fuese de su más doloroso rostro, es ahora la escenografía ideal de la sociedad de los medios, que muy bien ha sabido acoger lo inesperado de la catástrofe en ningún caso como negación del espectáculo sino sólo y exclusivamente como la negación de lo real.

¹ "La información es la poesía del poder (la contrapoesía del mantenimiento del orden)", en "All the king's men", *Textos situacionistas sobre arte y urbanismo*, La Piqueta, Madrid 1977. p. 290. I

Quizá, incluso, sea cierto que ya sólo creemos en la realidad para adaptarla a los intereses particulares². No cabe duda de que cuando esto se ha conseguido o ya no es necesario se reclama el principio de la virtualidad como campo exclusivo de las acciones y de las esperas, como lugar único de los efectos del mundo. El apego a la realidad, sin embargo, paradójicamente, se intensifica, justificándose mediante el desarrollo de sus más precisas representaciones. La reproducción de lo real se ve seguida por la progresiva pérdida del valor epistemológico de su experiencia. El poder de esa tendencia a la sustitución es enorme, y es el impulso motriz de las más complejas aspiraciones técnicas y cibernéticas. Fenómenos y situaciones de la realidad, por ejemplo, son analizados hoy a través de precisas simulaciones informáticas. De los primeros simuladores, basados en la reducción de escala de los objetos reales y de los entornos y condiciones que debían ser sometidas a estudio por los científicos e ingenieros, se ha llegado a la posibilidad de la simulación digital de objetos y circunstancias. La simulación digital, un “empirismo inverso”, empirismo de lo posible, hoy es de extrema precisión. En ésta no es necesaria ya la traducción de comportamientos ni efectos materiales captados por sensores a formulaciones matemáticas, sino que la propia simulación, todo su proceso, es ya cálculo puro. Simulación y cálculo se producen simultáneamente. Producción de circunstancias, registro de efectos y conclusión matemática pertenecen al mismo momento.

Incluso podríamos afirmar que hoy la virtualidad ha sustituido a la fantasía como el último soporte de la realidad. La fantasía (de *phantasiam*, imagen) proceso de actualizar lo real aún no percibido, o lo puramente posible, de representar en la conciencia del sujeto algo que no es dado sensorialmente, yendo más allá de lo percibido hasta ahora por él, se exterioriza. El sujeto se convierte en espectador de ese proceso. Pasamos así de la ya vieja consigna del carácter irrepresentable de lo real a la ausencia positiva inherente en la anticipación virtual. Una nueva complejidad ahora convertida en argumento de muchas de las manifestaciones artísticas, afrontada no tanto desde sus bases ontológicas, sino en su experiencia, en las posibilidades de experimentación que ésta pueda ofrecer.

En realidad, poco habría cambiado la sociedad de los medios desde sus orígenes, si no fuera por los procedimientos de administración de los efectos de realidad. Su carácter hiperreal, lejos de ser un modo de controlar o conocer el mundo, no deja, sin embargo, de proyectarlo todo hacia el campo de la falsedad y de la lejanía. Todo está ahora precedido por el efecto de su presentación medial, ese estado de equilibrio artificial de una condición aparentemente segura en un “como si” mediático típicamente propio de las sociedades de alto consumo. Recordemos que, antecesora de esta táctica de los nuevos medios de comunicación visual, la fotografía explotó siempre, desde sus orígenes, un fuerte apego a la verdad, para, a través de ella, poder “imponer sus ficciones”³. La fotografía, imagen siempre vinculada al recuerdo, a lo que ya no está, o a lo que fue dejado por lo que estuvo aquí, es hoy sustituida por la imagen digital, una imagen que es la de un “siendo aquí”⁴.

² Esa venganza que Jean Baudrillard atribuye a la propia realidad contra “quienes reclaman creer en ella con el único propósito de finalmente trasformarla”, en Jean Baudrillard, *La Pensee Radicale*, Sens & Tonka, eds., Collection Morsure, Paris, 1994.

³ Roy Ascott, en “Photography at the Interface”, en *Electronic Culture: Technology & Visual Representation* T. Druckrey (ed.). Aperture, 1995, p 165.

⁴ Como plantea Bill Nichols “La simulación del computador sugiere un ‘siendo aquí’, ‘habiendo venido de ningún lugar’, de lo que representa”, en “The Work of culture in the Age of cybernetic Systems”, en John Thornton Caldwell (ed.), *Theories of the new media. A Historical Perspective*, The Athlone Press, London, 2000. p. 98

* * * *

*Vivir porque aún se sobrevive*⁵, la sentencia póstuma de una cultura no de la velocidad sino de la inercia, de ese movimiento inducido por una fuerza acumulada de fuente ya extinguida, de movimiento sin ruido, cuya detención sólo puede calcularse en términos de rozamiento o de desgaste. Se sigue tratando de una vida tempestuosa, transformada por la ilusiones.

El posicionamiento del sujeto ahora es siempre periférico, rotatorio respecto a un centro habitado tan sólo por la ansiedad y el placer. Sin embargo, no parece posible afirmar, desde la creciente y continua conexión de intereses y actividades, que los seres humanos siguen relacionándose fundamentalmente por sus objetos de deseo. En realidad, nuevas prácticas y dinámicas de deseo (y no nuevos objetos de deseo) son las que imponen nuevas formas de relacionalidad. No cabe duda, muchos se aman hoy, sin saberlo, amando a la máquina común.

Las nuevas máquinas con las que participamos de las nuevas redes de telecomunicación no son tanto nuevos objetos de deseo (al que no corresponderían en ningún caso ("objetos del deseo sin deseo"⁶) como productoras de constantes dependencias y de nuevos ensamblajes, de estrechas asociaciones. Lejos de depender su funcionamiento de los principios de la producción ahora entran en juego agregados y procesos de normalización y modulación, basados en transformaciones e intercambios de información. No olvidemos que también medios más antiguos como la televisión han sabido muy bien hacer que sus espectadores no sean ya sus consumidores o usuarios, sino el espacio de su propia existencia, engranajes exentos donde producirse. Siempre se intensifica la atención a los procesos, a las dinámicas, y no a los mensajes, o a sus contenidos⁷.

Un sentir instantáneo de la experiencia de vida, quizá, acompañado de una profunda necesidad de justificar las formas de su continuidad, pero, por supuesto, plagado de lagunas, que produce los significados y la historia como vacíos. Se trata de un mundo que se agota y reproduce a diario a través de una perpetua implicación en lo mínimo y en los detalles, en la que, cumpliendo con la premonición baudrillardiana, toda la energía de la cultura se implica en cada instante en uno sólo de sus objetos, en uno sólo de sus rasgos o detalles⁸.

Los individuos, sin embargo, recordemos, no son ya los puntos de aplicación del poder sino su vehículo⁹. En el mundo de las redes de telecomunicación, el poder no es influencia asimétrica, o ejercicio de soberanía. La ineficacia en ellas de las formas tradicionales del control centralizado, consecuencia de su crecimiento desmedido, sólo las haría susceptibles, como vaticinara Hans Magnus Enzensberger, a un tratamiento estadístico. El poder se administra en las redes como capacidad, como ilusión de control¹⁰. De ahí que la tecnología no sea ya mero instrumento de la dominación, sino la dominación misma.

⁵ Paul Virilio, *Cibermundo. ¿una política suicida?*, Dolmen Ensayo, Providencia, Santiago, 1997, p. 32.

⁶ Jean Baudrillard, "Más allá de la inteligencia artificial: Radicalidad del pensamiento" en *El Intercambio imposible*, Cátedra, Madrid 2000. p. 121.

⁷ Véase Pierren Levy, "The Art of Cyberspace", en T. Druckery, *Electronic Culture*, cit. p. 366.

⁸ Jean Baudrillard, *Las Estrategias fatales*, Anagrama, Barcelona, 1994, p. 126.

⁹ Michel Foucault, en C. Gordon (ed.), *Michel Foucault: Power/Knowledge*, Harvester Press, Brighton, 1980. p. 98.

¹⁰ Para Cynthia Cockburn "es una representación del poder como capacidad, mientras que en el mundo real el poder es a menudo experimentado como dominación" ("The circuit of Technology: Gender, Identity,

Esta misma pasividad es también punto de partida al valorar los posibles efectos de la compleja exposición a los medios. Hoy son ellos y los objetos de la tecnología que integran los que nos perciben. Tanto es así que la viabilidad económica de la televisión, por ejemplo, depende de este agenciamiento medial de la actividad de la percepción, constatada una y otra vez con aplastante obviedad en la medición de los índices de audiencia. Percepción e información aparecen, en todo momento, unificadas. La percepción del espectador, de éste como objeto de exposición a la agobiante lógica del consumo, de la cuantificación de su inmovilidad en una determinada oferta televisiva, es la condición de posibilidad del medio. Éste no es tanto emisión o transmisión de datos o informaciones como incitación a esa actividad, única, que promueve. Es decir, que esa pobreza de un mundo programado a través de una sucesión cuidadosamente elaborada garantiza un tiempo de exposición del espectador a lo más real (entendido ya sólo como actividad) que los medios contienen: su inducción al consumo. El anuncio amplía irreversiblemente su significado de dar a conocer la existencia y cualidades de artículos comerciales, industriales o servicios, incorporando cada vez con más intensidad ese sentido inherente, por otra parte, a su etimología: el de señal, indicación de cara al futuro inmediato, pronóstico de actividad.

La repetición de las imágenes de la publicidad, a la que nos exponemos día tras día, que conocemos y esperamos, conforma ya nuestro contexto, no son objetos dentro de él. Ello hace que sus intenciones resulten ya inapreciables¹¹. Se trata de esa estrategia política, que, diagnosticada por Walter Benjamin, aún hoy es eficaz, consistente en familiarizar a la humanidad con ciertas imágenes antes de que haya alguna conciencia de los propósitos para los que esas imágenes se realizaron¹², clave principal para la comprensión de porqué los sistemas de representación visual en nuestra cultura son, ciertamente, tan poderosos. Las imágenes de la publicidad acaban constituyendo nuestro origen, el ámbito inicial de nuestras filiaciones sociales. La publicidad es hoy el objeto de consumo en sí mismo, ni producto ni efecto de nada, es el destino final de una sistema de competición, propia de la agudización conflictiva del capitalismo tardío. Por ello, ver la televisión es ya consumir, el consumo de la publicidad misma, un consumo, por otra parte, cada vez más experiencial que comportamental¹³.

En este sentido, recordemos, la falsificación y explotación de necesidades reales y legítimas era, para Enzensberger, la acción contra la que debe estar dirigida la crítica, que habría de abandonar aquella consideración de que el capitalismo vive del dictado o explotación de falsas necesidades. Pretender el rechazo de éstas no sólo sería engañarnos sino impedir cualquier vía para su eliminación. La orientación más eficaz de la crítica, no puede ser ya, pues, la negación, la posición refractaria de estas necesidades, como muestrario de las falsificaciones de lo social, sino la de generalizar el convencimiento de la incompetencia de la llamada “industria de la conciencia” para satisfacerlas, la necesidad de una “revolución cultural” en su sentido más amplio, en la más ambiciosa y productiva de sus intenciones.

and Power”, en John Thornton Caldwell (ed.), *Theories of the new media. A Historical Perspective*, cit. p. 207).

¹¹ Esa familiarización con las imágenes que evita que se reflexione sobre ellas es similar a esa invisibilidad que Virilio llamara *intimidación*, entendida como la repetición de “un número limitado de signos, olores, movimientos y manías comunes que, realizadas día tras día, el otro cónyuge conoce y espera” y que hace que ambos cónyuges se “hagan invisibles el uno al otro”. Paul Virilio, *Estética de la desaparición*, Anagrama, 1988, Barcelona, p. 96.

¹² Véase Gerhard Wagner, *Walter Benjamin, Die Medien der Moderne*, cit. 1992, p. 95.

¹³ Véase Ien Ang, “New Technologies, Audience Measurement, and the Tactics of Television Consumption”, en John Thornton Caldwell (ed.), *Theories of the new media. A Historical Perspective*, cit. p. 191.

A este respecto, tengamos en cuenta que las tecnologías del presente se caracterizan no tanto por su provisión de soluciones de cara a la producción, o por ser productoras de nuevas necesidades, sino, fundamentalmente, de nuevas dependencias. Ellas hacen que el sujeto (y no sus necesidades) sea el verdadero destino del desarrollo tecnológico. Precisamente por ser así, la red Internet, lejos de ser un ámbito para complacer, es un campo de posibilidades, en su más restrictivo sentido. Lo que mueve y organiza su sistema social es, precisamente, la pasión que produce la oferta de posibilidades. En su extensión, abrumante, el mundo de la posibilidad, el estar siempre en ella, se hace capacidad. Atendemos a ese momento en el que la posibilidad de satisfacción es ya, como nos anunciara Slavoj Žižek, satisfacción real.

De todo ello, que la nueva creación artística reclame un papel más allá de la reflexión sobre los significados dañados, perdidos o improbables en la sociedad del consumo, deslizándose casi subrepticamente hacia una ambiciosa labor de análisis y crítica de los procesos de inclusión del sujeto en la sociedad de los medios, de su modificación y adaptación permanente a ella. Su principal misión, por tanto, es el descubrimiento de las operaciones latentes tras ese enaltecimiento de los detalles intensivos propios de la publicidad y el consumo, destellos de seducción y placer que ocultan los procederes de las pequeñas pero constantes operaciones que mueven los grandes funcionamientos sociales y de la producción. Las mejores prácticas artísticas se prefiguran así como una nueva forma de pensar lo social, de pensar críticamente las leyes del intercambio que determinan los usos dominantes de las redes telemáticas, y los usos de la imagen en los medios de comunicación, en base a nueva asociación del régimen técnico con una forma de discrepancia sobre él mismo. Es más, frente al impulso generalizado en la industria del espectáculo, se pretende en todo momento un trabajar críticamente en el medio, y no más (siguiendo la exigencia de McLuhan) en la manipulación de las ilusiones que aquél conlleva. La crítica lanzada lo es a los medios de producción del significado que en los medios operan, a sus políticas, a sus exclusiones, a sus contradicciones insolubles que se concilian en el acontecer de sus funcionamientos.

Su mayor responsabilidad es la de hacer reflexivo el medio, de definirlo socialmente, aceptando ya que la única vía efectiva de transformación social es la proliferación de las líneas de resistencia a las formas existentes de poder, más que buscar su imposible derrocamiento. Es más, la labor de la práctica artística no debiera ser tanto la experimentación creativa de un medio sino de nosotros mismos en él. De ahí que la mejor creación electrónica ofrezca, sobre todo, tomas de postura frente al medio constituido por ella misma¹⁴, y es en este hecho donde, probablemente, radique su verdadero potencial político. Por ello, la tarea pendiente más urgente es un necesario proceso de conversión en tema del proceso medial mismo, generando conciencia crítica de algo que es mucho más que un medio de transmisión, a través, precisamente, de constituirlo como actividad.

* * * *

La espera del acontecimiento, propio de la televisión informativa, somete al medio a constantes tiempos muertos, a los que está condenada si quiere hacer coincidir el tiempo del suceso con el de su transmisión. En el mundo del trabajo y la producción

¹⁴ Tomando la propuesta de W. Iser: "el texto literario se caracteriza, en este sentido, por el hecho de que ofrece tomas de postura frente al universo constituido por él mismo". *Die Appellstruktur der Texte*, Constanza, 1970, p. 11.

ocurre también un fenómeno similar: cada vez es mayor la importancia de esa experiencia laboral consistente en estar en previsión de que algo ocurra¹⁵.

En ningún caso, sin embargo, se permite aplazamiento alguno de la acción del medio, puesto que éste es ya el tiempo mismo, como se infiere de la consigna televisiva de “emisión 24 horas al día”. Los medios asumen ahora el papel de administrar los valores y las extensiones del tiempo y también la regulación de sus intensidades.

Sin embargo, en oposición a esa coincidencia entre tiempo y experiencia del medio, es decir, el revelarse ya medial de los acontecimientos, muchas de las propuestas artísticas han prestado especial atención a los estados de su asincronía: los desfases técnicos y los retardos. Se trata de prácticas especialmente reveladoras en la investigación social del tiempo del acontecimiento del operar de los propios medios.

Desacompañamiento medial o retardos, tan propios, por ejemplo, de las videoinstalaciones de Bruce Nauman o, especialmente, de Dan Graham, en las que el análisis de la visualización de las relaciones temporales y de los sucesos en una dimensión espacial se hacía especialmente efectiva. Implicación en ellas, recordemos, sobre todo, del monitor de video como sistema de reflexión técnica de la imagen del propio espectador. Muestras ejemplares del compromiso continuo del vídeo en el campo del arte con los principios de simultaneidad, pasado inmediato y retardo. Puntos recurrentes de la producción artística que quiere afrontar la problemática quizá más compleja de la comunicación medial. Tiempo el de la producción siempre contrapuesto al de la recepción como intransitable momento del intercambio, como en las acciones-monólogo de Vito Acconci: el artista frente a la cámara, la cámara como un espectador futuro al que el monólogo va referido, que en su ausencia permite al artista alcanzar una intimidad y aislamiento seguro intensificado por la presencia del irreflexivo ojo técnico. El encuentro con el espectador real será siempre aplazado, tendrá lugar lejos del momento de la producción. La cámara es garantía del aplazamiento. Parece demostrarse aquí, una y otra vez, aquella consideración de la conciencia como eco de nuestra existencia no en tiempo real, sino en tiempo *diferido*.

Vídeo y falsa simultaneidad del acontecimiento y la comunicación, vinculada indudablemente al generalmente engañoso y siempre pretendido principio de la transmisión en directo, y, más concretamente, a la falsificación del concepto de duración real, cuya crítica ha alcanzado matices muy efectivos de ironía política en el campo del arte. Entre ellos, cómo no recordarlos, los de las *performances* feministas vinculados a la crítica del trabajo de las mujeres en las tareas domésticas, que dramatizan una y otra vez el concepto de la duración como metáfora del mantenimiento, sometiendo a los espectadores a la “real pesadez del tiempo” al hacer coincidir el tiempo de la representación artística con el tiempo real del trabajo real.

Se procura así la negación crítica de los juegos de tiempo y de la política propia de ellos, tal y como son producidos y administrados por la televisión y la industria del espectáculo en general. La intención es revelar, hacer obvias las eliminaciones, patentes los cortes y ajustes, los recursos que disipan constantemente cualquier posibilidad de análisis político de la nueva economía del tiempo, en esa irreflexiva continuidad de discontinuidades y rupturas, cuyos efectos, ocultos en un fluir siempre convincente, progresan en múltiples vías. Por ello, la creación digital reciente juega un papel prioritario en el desvelamiento de los recursos de la administración económica y

¹⁵ Véase Lev Manovich, “The Labor of perception”, <http://www.manovich.net/text/labor.html>

política del tiempo, imprescindible de cara a la comprensión de la política inherente a la constante modificación de la experiencia temporal que desarrollan los medios.

Esto justifica que la investigación en base a la simultaneidad de eventos como eventos multi-locales sea una de las vías más fructíferas de las propuestas artísticas en Internet. En definitiva, lo que está en juego es la extracción de los aspectos positivos del tiempo globalizado, de la perspectiva del tiempo real, del sistema de *Le temps unique*, no considerándolo como herramienta de un sistema de homogenización y control, sino de la coincidencia, de la posibilidad del intercambio y del acuerdo.

Las propuestas artísticas interactivas más críticas actúan precisamente en torno a una administración diferenciada del tiempo, reflexionando sobre la sucesión temporal de estados que constituye el comportamiento respecto a la máquina. También acerca de los tiempos y momentos de reacción del espectador respecto a la obra. La interacción del ser humano con la máquina como la provisión de su ritmo de funcionamiento, lo que, por otra parte, nos permitiría hablar del ordenador como el tercer estadio de las máquinas, más cerca para Žižek, de “la herramienta que no trabaja automáticamente”¹⁶.

La idea de un antes y un después en el sucederse de la imagen tampoco existe ya, como parecen anunciar las interfaces informáticas actuales, que convierten toda sucesión temporal en un traslapamiento perceptual, de superposiciones de ventanas unas encima de otras, fácilmente intercambiables y cuya disposición espacial depende simplemente de su reactivación. Ello supone también el fin del tiempo como el orden de los fenómenos sucesivos.

Ciertamente, la experiencia informática, capaz de ofrecer en todo momento la misma experiencia en toda su exactitud, es la de un vivir con el tiempo y no en el tiempo. Consecuencia de esa cronopolítica informática¹⁷, que Virilio relacionara con el proceso de urbanización del tiempo real de las redes informáticas frente a la desurbanización creciente y generalizada del espacio real¹⁸. Una desaparición, en definitiva, del “aquí” por un “ahora” permanente, libre de dependencia alguna respecto a formas o disposiciones espaciales fijas que ya no son capaces de conformar ninguna estructura con capacidad de regular dinámicas esenciales de la vida social, y que se hace especialmente visible en la nueva organización temporal, y no tanto ya espacial, de las ciudades. Ello conlleva un inevitable proceso de espacialización dinámica del tiempo, forma simplificada de esa compleja concepción einsteiniana del espacio como espacio/tiempo, en un continuum espacio-temporal.

Recordemos que la de Internet es una experiencia del tiempo globalizado. Se haría necesario, ahora más que nunca, y siguiendo aquella propuesta de Chris Marker, transferir las regiones de la memoria en términos geográficos antes que históricos. Para ello, hoy se debe poner en marcha una nueva imaginación espacial que ha de ser capaz de comprender los intercambios simbólicos y económicos como sistema de lugares, y que vendría a sustituir al concepto y práctica de actuación social y estética basada en el tiempo. Es decir, la formación de un nuevo modelo espacial, geográfico, de procesos de subjetivación que caracterizará, probablemente, el pensamiento crítico de la cultura del futuro.

¹⁶ Slavoj Žižek, “From Virtual reality to the virtualization of reality”, en *Electronic Culture*, T. Druckrey (ed.), p. 291.

¹⁷ Según Paul Virilio, “Los siglos XIX y XX aún son el reino de la geopolítica. En el siglo XXI entramos en la cronopolítica, en el cual el elemento real prima sobre el espacio real. *Cibermundo ¿una política suicida?*, Dolmen Ensayo, Providencia, Santiago, 1997. P. 75.

¹⁸ *Ibid.* p. 47.