

En Sanabria, Fabián, *Vínculos virtuales*. Bogotá (Colombia): Universidad Nacional de Colombia.

Cam4Cam, la práctica del erotismo frustrado.

Castro-Borras, F y Uribe, Cristhian.

Cita:

Castro-Borras, F y Uribe, Cristhian (2011). *Cam4Cam, la práctica del erotismo frustrado*. En Sanabria, Fabián *Vínculos virtuales*. Bogotá (Colombia): Universidad Nacional de Colombia.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/cristhian.uribe.mendoza/5>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ppF1/usv>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. *Acta Académica* fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Vínculos virtuales

Colección CES

Vínculos virtuales

Fabián Sanabria

EDITOR Y COMPILADOR

Con postfacio de Michel Maffesoli



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

SEDE BOGOTÁ

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES

GRUPO DE ESTUDIOS DE LAS SUBJETIVIDADES Y

CREENCIAS CONTEMPORÁNEAS-GESCO

Catalogación en la publicación Universidad Nacional de Colombia

Vínculos virtuales / ed. Fabián Sanabria Sánchez – Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas, Centro de Estudios Sociales, ces, 2011. 266 pp.

Incluye referencias bibliográficas

ISBN: 978-958-719-835-5

1. Redes sociales 2. Internet – aspectos sociales 3. Tecnología de la información – aspectos sociales 4. Comunicación y cultura
I. Tít. II. Serie

CDD-21 302.35

Vínculos virtuales

© Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas,

Centro de Estudios Sociales (CES)

© Fabián Sanabria, editor y compilador

© Varios autores

ISBN: 978-958-719-835-5

Impreso y hecho en Bogotá, Colombia, Mayo de 2011

Jorge Enrique Gonzalez Rojas

Director

Astrid Verónica Bermúdez Díaz

Coordinadora editorial

Olga Lucía Riaño

Corrección de estilo

Índice analítico

Julián Ricardo Hernández Reyes

Composición gráfica

Fabián Sanabria & Javier De La Cuadra

Concepto e ilustraciones fotográficas

D' Vinni S.A.

Impresión

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Contenido

Querer – creer – vislumbrar lo virtual hoy <i>Fabián Sanabria</i>	9
<i>Surround me with your love...</i> Facebook, amor y máscaras: construcción de sentido en el mundo virtual <i>Sebastián Cuellar</i>	29
Irrupciones de lo virtual en lo real. Reflexiones en torno a Facebook y las marchas del 4 de febrero de 2008 <i>Nicolás Jiménez</i>	47
La intimidad del miedo en Internet <i>Julián Sepúlveda</i>	65
Vínculos virtuales y melómanos digitales: un acercamiento al portal Last.fm <i>Manuel Lozano</i>	75
Dislocación de la gramática conversacional en la telefonía móvil <i>Hernando Salcedo-Fidalgo</i>	91
Microblogging: consumos y lenguajes <i>Adriana Fernández</i>	109
Foros virtuales y nuevas formas de “afinidades electivas” en la red <i>Benjamín de la Pava</i>	123

Apuntes sobre el autor digital	141
<i>Sergio Pérez</i>	
Otros negados: los comentarios a noticias en las web de los periódicos	159
<i>Diego Osorio</i>	
La cibereconomía: ¿espacio de la ciudadanía global o de una nueva jerarquización social?	171
<i>Jorge-iván Bula</i>	
Turismo virtual o el viaje im-posible a través de Google Earth	189
<i>Camilo Zambrano</i>	
<i>It's not easy to be me</i>: las angustias del Supermán contemporáneo	201
<i>David Díez-Gómez</i>	
YouTube: instantáneas en circulación de modernidades desbordadas	217
<i>Javier De La Cuadra</i>	
Cam4Cam, la práctica del erotismo frustrado	231
<i>Felipe Castro-Borràs & Cristhian Uribe</i>	
Ciberespacio y masturbación: una “comunidad postmoderna de los santos”	247
<i>Michel Maffesoli</i>	
Índice analítico	261



Querer – crear – vislumbrar
lo virtual hoy

Querer – crear – vislumbrar lo virtual hoy

FABIÁN SANABRIA *

Enfin le chemin en avant d'une peinture qui se soucie aussi peu d'une convention périmée que des hiératismes et préciosités des enquêtes superflues, peinture d'acceptation, entrevoyant dans l'absence de rapport et dans l'absence d'objet le nouveau rapport et le nouvel objet¹.

Samuel Beckett (1970)

¿Qué está pasando?

En las sociedades contemporáneas asistimos a un fenómeno que los demógrafos pueden comparar con el paso a la agricultura. En el universo global tenemos que enfrentarnos con la urbanización del mundo —complejo que resulta cada vez más problemático e inédito. Por un lado, porque presenta una desestabilización general del entorno (al relacionarse con los aspectos más dinámicos de la economía) y, por otro, porque genera enormes posibilidades de conectividad que, al extender las ciudades, nos obliga a replantear las relaciones entre interioridad y exterioridad, identidad y alteridad hoy. Si se quiere, el universo que

* Antropólogo y doctor en sociología de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París. Profesor asociado de la Universidad Nacional de Colombia donde dirige el Grupo de Estudios de las Subjetividades y Creencias Contemporáneas, GESCCO.

¹ Por fin el camino hacia una pintura a la que le importa poco el convenio caduco de hieratismos y afectaciones de investigaciones innecesarias, pintura de aceptación, vislumbrando en la ausencia de relación y en la ausencia de objeto, la nueva relación y el nuevo objeto (traducción personal).

habitamos ya no tendría como metáfora primordial del lazo social lo que Georg Simmel llamó a principios del siglo xx *El puente y la puerta*, sino que se establecería por medio de un “juego de ventanas”.

En efecto, la ciudad se alarga y disloca para generar nuevos laberintos: “los centros históricos, habilitados para seducir tanto a los visitantes que vienen desde lejos, como a los telespectadores, sólo están habitados por una élite internacional. A su vez, la densidad de la población de las afueras es cada vez mayor y aparecen ciudades satélite” (Augé, 2007: 36). Dicho de otro modo, dos ciudades coexisten en una misma: la ciudad mundial y la ciudad mundo. Por una parte se vislumbran todas las promesas ligadas al progreso virtual y tecnológico desde donde supuestamente se puede controlar al mundo sin movilizarse y, por otro lado, se multiplican las contradicciones de miles de habitantes que conforman enormes cinturones de miseria, obligados a instalarse en condiciones precarias, tras ser forzados a desplazarse por culpa de la inequidad social, de las barbaries de hoy o de la guerra (Augé, 2007: 41-42 y ss.).

Ocuparse de las cosas de los otros, de sus normas, de sus símbolos, de sus sentidos, de sus modos de pensar y actuar ha sido tarea preponderante de la antropología. Durante muchos años, numerosos etnólogos han viajado a los rincones más apartados del planeta para documentarnos sobre culturas legendarias, para describirnos otros hombres y mujeres hasta que hoy, paradójicamente nos preguntamos: ¿podemos llegar a conocernos? ¿Tiene sentido esa pregunta? ¿Realmente podremos llegar a conocer a quienes nos rodean?

La crítica enunciada por el filósofo lituano Emmanuel Lévinas (1961), en su célebre libro *Totalité et infini. Essai sur l'extériorité*, no sólo es aplicable al campo de la filosofía sino al de las Ciencias Humanas mismas en sus relaciones con los demás: en un primer momento al Otro se le ha conquistado, colonizado, satanizado... En un segundo momento, se le ha asimilado al Mismo (a manera de propiedad privada: mi hijo, mi hermano, mi amigo)... Y, en un tercer momento, bastante cercano a nosotros, al otro se le ha tratado con la “violencia simbólica”

del utilitarismo (ha habido “relación” con el otro en la medida en que nos ha prestado algún servicio).

Explicitar esos tres momentos —que pueden ser simultáneos— resulta bastante desconcertante para una disciplina que ha tenido la pretensión de “salir de sí para dar cuenta del prójimo”. Es como si el “viajar” de la antropología y el “itinerario aventurero” de los antropólogos careciera de sentido, como si investigar al otro fuera sólo una nostalgia, por lo demás ya expresada en un diario de campo: “Después de tanto divagar, odio los viajes y detesto a los exploradores”². ¿Acaso viajar ya no es posible? ¿Es que antes se viajaba? La pregunta por el viaje es central en la comprensión del otro y, en el mundo actual, en el que supuestamente se han acortado las distancias, pareciera inapropiado formular semejante inquietud.

Aún, ¿es posible viajar?

En uno de sus escritos, el antropólogo francés Marc Augé (2000) nos recuerda la importancia concedida a la narración por los viajeros del siglo XIX: valía la pena viajar solamente para contar después a dónde se había ido. Siguiendo esa pista, nosotros podríamos afirmar la diferencia entre el viajero y el turista, subrayando que mientras el primero no sabe cuándo retorna, el segundo ya tiene comprado su tiquete de regreso. La trayectoria de un “cineasta viajero” como Win Wenders, bien puede ilustrarnos al respecto: después de sus películas clásicas (*Alicia en las ciudades*, *París Texas*, *El amigo americano* y *Al filo del tiempo*), pasando por las cintas intermedias (*Ángeles sobre Berlín* y *¡Tan lejos, tan cerca!*), hasta llegar a los “filmes turísticos” del célebre cineasta alemán, cargados de lugares comunes y derroche de “nuevas tecnologías”, en los cuales la condescendencia está mezclada con el “pluralismo comercial” (*Tokio-Ga*, *Lisboa Story* y *Buena Vista Social Club*)... Esas películas proyectan de modo ejemplar las dificultades, por no decir las imposibilidades de viajar hoy.

Ahora bien, hay una idea que de algún modo en la época contemporánea se liga con el momento de los grandes descubrimientos,

² Paráfrasis de *Tristes tropiques* que ilustraría un cierto “sin-alivio” de la antropología.

con el sueño de los viajeros y exploradores de finales del siglo XVIII y principios del XIX, incluso con la ambición de los conquistadores que llegaron a América en el siglo XVI: la idea de *circunnavegación*. Porque hoy día la navegación no se da montando en carabelas y atravesando el Atlántico. Se trata más bien de una navegación virtual, desde un sitio cualquiera, encerrado en un cuarto, metido en un mundo, ya no de puentes ni puertas sino de ventanas. A partir de nuestro ingreso a Internet algo cambió: adquirimos el tiquete de un viaje sin retorno hacia un nuevo mundo, ahora no físico sino virtual. Y en ese mundo, de la misma manera que los navegantes del pasado se enfrentaban a cientos de peligros, también se asumen numerosos riesgos.

¿Establecer nexos, recrear lazos? Lo que revela el viaje virtual es una profunda soledad: entre más nos hacemos señas desde una ventana, más solos estamos. Eso sí, a la caza de nuevos enlaces que, a través de distintos links, nos ligan todo el tiempo. Hay una búsqueda religiosa del más acá en cada *homepage* o sitio web que frecuentamos: mitos antiquísimos podemos rastrear en Harry Potter e incontables juegos de rol podrían reemplazar a cientos de bestiarios y panteones devorados. Hoy día el “no puedo vivir sin ti” consiste en haber sido expulsado del ciberespacio, todo es tan efímero y el cosmos se ha vuelto líquido, nuestras relaciones son demasiado frágiles y nadie nos garantiza “amor eterno”. No obstante seguimos buscando príncipes azules, continuamos surfeando aunque sepamos que “tanta belleza no puede ser verdad”, entre otras cosas porque frente a la pantalla nos entregamos a las banalidades que impregnan la vida cotidiana.

Mundos del medio. Algo muy importante en los viajes virtuales son las intermediaciones. Nos perdemos. Vivimos errando porque hoy más que nunca necesitamos mediaciones, inventarnos relaciones con otros desconocidos, distintos, artificiales que están construyendo otras sociabilidades. Al sentirnos inconformes con el cuerpo, con las identidades asignadas, encontramos cibernautas que en Internet cambian de sexo y, al chatear, no sabemos si estamos hablando con un hombre o con una mujer: el ciberespacio también es un nuevo continente para travestirse.

Eso también descompone la noción de identidad, entendida como algo *per se* y “hasta que la muerte nos separe”. Ya no hay una sola identidad sino identificaciones: se improvisa, se inventa, se reinventa, se cambia, se intercambia, todo el tiempo transformamos nuestras identidades. De la misma manera que usted era católico, ahora se vuelve mormón, luego protestante y después agnóstico, bisexual, emo, punkero, rapero, se pone tenis marca Adidas y más tarde usa zapatillas Nike... Son increíbles las mutaciones y metamorfosis que están dándose en la virtualidad, donde cada vez se requieren más medios y mediaciones.

De la misma manera que el otro huye y se escapa cuando queremos alcanzarlo, el yo también se pierde, se diluye... Allí la fórmula de Rimbaud (*yo es otro*) nos hace contemporáneos en la soledad de múltiples reflejos, donde el lazo social ingresa cada vez más al reino del *como si...* En las ambivalencias y ambigüedades conquistadoras de la ficción. ¿Será entonces posible re-emprender la *Búsqueda del tiempo perdido*? Esa pregunta nos sugiere un camino entre lo lejano y lo cercano, y nos puede proporcionar algunos elementos para una antropología de lo virtual: es necesario investigar con los mismos métodos de la “antropología tradicional” (que estudiaba las relaciones de parentesco o la economía de bienes simbólicos en una aldea lejana) un sitio de Internet o leer un *blog* en el ciberespacio. Puede hacerse simplemente a través del abordaje de nuevos objetos rigurosamente establecidos como “hechos sociales”, a fin de mantener la máxima metodológica de uno de los padres fundadores de nuestra disciplina, según la cual “sólo lo concreto es completo” (Mauss, 1966).

Empero, toda presentación del individuo es necesariamente una representación del lazo social que le es consustancial, y las identidades individuales sólo expresan la totalidad parcialmente. Este hecho nos obliga a pensar en una antropología relacional, capaz de constituirse en un saber crítico sobre el saber práctico, que renueva su reflexión epistemológica a partir de una figura paradójica de la virtualidad en las sociedades contemporáneas: el exceso. Exceso de tiempos, exceso de espacios, y exceso de referencias individuales (Augé, 1992).

La movilización del sentido social hoy

Para abordar lo virtual es oportuno evocar la estructura mítica de la *Torre de Babel*. Más allá de las contingencias específicas en las cuales es citada, evocada o recreada, su vigencia reside ya no en un significado exclusivamente moral —como el que suelen asignarle quienes pertenecen a la institución eclesiástica— sino en términos de su función metafórica, al ilustrar la dislocación ocurrida en múltiples espacios sociales de hoy. Por oposición al *Arca de Noé*, lugar de confluencia o epicentro de “todas las especies”, Babel es el campo de la confusión y dispersión de las lenguas, de la sobreabundancia y el derroche y, por tanto, del malentendido o del desentendimiento. El relato bíblico de la Torre de Babel nos recuerda tres condiciones que se recomponen en el ciberespacio: hay sitios de confluencia, lugares protegidos y ámbitos de sentido.

Lo que se pone en entredicho al señalar esta triple recomposición, es la noción misma de *topos*, de lugar específico. En la medida que el movimiento amplifica su velocidad en el mundo virtual, es difícil que los lugares se consoliden y que las relaciones entre identidad, alteridad e historia se queden quietas en el mismo espacio-tiempo. Existen “medianas identidades”, “medianas alteridades” y “medianas historias”, y esa *medianía* con la que esta época construye su semblante hace improbable la aparición de espacios cerrados de sentido, es decir, de lugares que sean completamente identitarios, relacionales e históricos. La dislocación, entendida como des-localización, consiste en una pérdida de lugar y en una ganancia de ámbito que fractura las relaciones tradicionales entre nosotros mismos (reflexión), con respecto al otro (simetría), y en referencia al Gran Otro (transitividad).

¿Qué ocurre con lo que se ha dado en llamar “ciberculturas”? Son expresiones del poder de la imagen y del goce inútil. Si nos diéramos cuenta del tiempo que gastamos en *Facebook*, en *Twitter*, en *MSN*, respondiendo correos electrónicos, concluiríamos que abrazamos la inutilidad. Hay gente que cierra sus ventanas porque supuestamente pierde mucho tiempo. ¿Qué hay en eso? Nuevas religiones del imaginario, *blogs*, *homepages*, juegos de roles, enlaces, rumores, datos falsos

y verdaderos. Si ojeamos los comentarios de las noticias en Internet ¡cuánta insolencia! Nuestra intolerancia respecto a opiniones ajenas se multiplica, enfrentamos realidades fantasiosas que ya nadie controla. La gente vive feliz recortando perfiles, alterando recuerdos, encuadrando fotos, entregándose en cuerpo y alma para que la vean, publicando su vida privada... *Flashmob*, movilizaciones instantáneas, *Wikipedia* con sus errores mayúsculos y prejuicios bien conocidos, es lo que de algún modo se ha llamado “cultura indisciplinada”: siguiendo unos protocolos medianamente rigurosos, es posible alterar la información, calumniar a un autor, asignarle obras que no le pertenecen.

El mundo virtual le ha dicho adiós al “mito del progreso”, y a las nostalgias del “todo tiempo pasado fue mejor”. La concepción lineal o evolutiva de la historia ha sido revaluada junto con los “grandes relatos” de la humanidad. Algunos afirman que es el fin de la historia ante las crisis de la memoria y las migajas de recuerdos que contribuyen a instrumentalizar políticamente muchos olvidos y a transformar el mundo en espectáculo (Por ejemplo, se borra de algunos manuales de historia el episodio nazi, se justifican las invasiones y colonizaciones de todo tipo, o se declara guerra abierta a otras naciones en nombre de la “libertad” de someter al otro). En todo caso, si de fin es necesario hablar, es mejor referirse a la culminación de un “sentido único” de la historia, a una clausura de otro momento envuelto en la sobre-abundancia de acontecimientos, desde los más globales hasta los más locales, presentados desordenadamente, agrandados o empequeñecidos según las conveniencias establecidas por los nuevos órdenes de los medios de comunicación.

Paralelamente, el espacio de lo virtual se abre cerrándose. Los emporios más poderosos se unifican y las fronteras se cierran para los excluidos del nuevo orden tecnológico. Múltiples imágenes y múltiples voces se proyectan y retumban a diestra y siniestra, con sus efectos perversos, ignorados por la mayoría que, ciegamente, es incapaz de determinar quién dice qué entre tanta información conocida y reconocida, pero al mismo tiempo desconocida. Habitamos el mundo del simulacro, caracterizado por excesivas representaciones y dramatizaciones que envuelven al campo de las decisiones políticas en un

ambiente tragicómico —a veces circense—, generalmente reproductor del orden establecido. Y todo parece ser un signo: la sociedad estalla en sus creencias y las creencias estallan en la sociedad a través de un desbordamiento que genera, en el mejor de los casos, una circulación mercantil del creer y del sentido.

En la virtualidad se multiplican y desdoblan falsos procedimientos de autonomía que crean la ilusión de un sujeto libre y transparente, capaz de optar y de decidir, aunque su único campo de decisión sea simplemente el consumo. Algunos autores reivindicaban la abstracción de la “cultura como texto” y olvidan que al hacer ese ejercicio, típicamente escolástico, hablan más de ellos mismos que de los otros que pretenden interpretar. Cada quien va por su lado sin contar esta vez con un Dios para todos, en el inmenso maremágnum de producción y reproducción individual de sentidos donde se multiplican biografías, autobiografías, historias de vida y relatos estereotipados de conversiones, envueltos en retóricas especulativas y nuevas publicidades. No obstante, ante la parafernalia dominante de las industrias y nuevas tecnologías culturales, las invenciones y astucias de lo cotidiano generan *bricolajes* y *braconajes*, mestizajes y sincretismos que repugnan al orden dominante, incluidas allí las categorías científicas de clasificación del mundo, por considerar esas mezclas como indignas del pensamiento y contrarias al orden establecido (véase Certeau, 1990). En medio de esa enorme huída hacia el porvenir, ¿cómo reintegrar la subjetividad? ¿Es posible nuevamente la heterotopía (en sentido foucaultiano) del sujeto? ¿Cómo inventar una tradición e inscribirse en una “línea creyente” de continuidad hacia el futuro? Si globalmente se ha pasado del lugar organizador al no-lugar movilizador del sentido, saturado de identidades y alteridades que apenas se rozan en su rechazo de la historia, ¿es aún posible recrear el lazo social en contextos de pérdida progresiva de la memoria?

El hombre desplazado y la multitud errante constituyen el emblema más significativo de nuestras sociedades y —aunque las identidades nunca han sido unívocas ni fijas y siempre ha sido necesario pensar las diferencias constitutivas de lo social, sin olvidar la pluralidad interna

de los individuos— cuando se indaga por el sentido de los otros, ellos ya han construido sus sentidos, sus normas y reglas de organización social, sus mitos y ritos reproductores del orden, por lo que resulta ingenuo para el investigador hablar de lo ya dicho o, en el mejor de los casos, traicionar al traducir el sentido de los otros. Así, una antropología de lo virtual hoy debe no solamente reconocer la tradición sino la modernidad de los otros, en la más amplia acepción de la palabra, y atreverse a pensar como una disciplina que sería ante todo una “Antropología de la antropología de los demás” (Augé, 1994). Porque, a pesar del avance engeguado de las sociedades hacia el reino de la ficción, donde cada vez más se pierden los sujetos y protagonistas de la historia (Augé, 1997), aún es posible reconocer y valorar la “otredad”, pues siempre existirán realidades que nos obliguen a crear y recrear el lazo social (la enfermedad y la muerte, el amor y la transgresión, el cambio cultural y la inversión). En consecuencia, es necesario que el sentido social sea nuevamente pensable, y que explicitar las relaciones de poder sea rigurosamente posible.

Memorias y olvidos del mundo virtual

Recordar, según Maurice Halbwachs (el sucesor de Durkheim en la Cátedra de sociología del Colegio de Francia), es realizar un ejercicio de *reconstrucción* del pasado en función del presente. Esto implica romper con una concepción dualista de la realidad, para aproximarnos a una cierta “discontinuidad”. Es en ella donde se presentan virtualmente las manifestaciones informales de las “artes de hacer e inventar lo cotidiano”, que suelen ser descartadas por algunas “hermenéuticas totalitarias” como materia poco útil de la memoria. Sin embargo, la antropología de lo virtual nace ocupándose de esas “cosas del creer” pues, son esos “restos” los que, en un horizonte de mayor duración revelan los *cuadros sociales* donde la memoria se re-construye (Halbwachs, 1994: 299-367).

En realidad, la sospecha atraviesa los sueños de la materia y las instituciones se defienden de las “cosas del creer” que abarcan una larga historia de confrontación entre tradición y modernidad en las extensas dimensiones de la memoria social, la cual sólo conserva del pasado

ciertos elementos materiales y simbólicos instituidos en relación con el presente. Precisamente el presente y la instantaneidad de lo virtual son particularmente difíciles para la *institutio* de la memoria porque: primero la instauración de sentido que se pretende mantener hoy “no es más un cuerpo sino un corpus” y, en segundo lugar, porque la normatividad social que se quiere seguir administrando está cada vez más fuera de control³. En consecuencia, la aceptación contemporánea de una memoria virtual sólo puede ser posible a condición de reconocer la memoria del creer (en sentido carnal y material), la memoria del deseo y el vacío, de la duración y la provisionalidad, de la salud y la enfermedad, de la juventud y la vejez, de lo sensible y lo inteligible, de la vida y de la muerte. Sobre todo la memoria de la muerte, es decir del olvido, de la experiencia de olvidar para recrear otro recuerdo alargando una nueva memoria colectiva⁴.

De suerte que las relaciones virtuales de las que empezamos a dar cuenta tímidamente pueden ejemplificar, de manera ideal-típica, esfuerzos por reconstruir a partir de “migajas” los recuerdos de la “memoria carnal” de creencias aparentemente olvidadas. Mas las migajas sólo se juntan cuando se teme morir de hambre, a menos que se quiera jugar a la “hambruna”. Nos encontramos ante una situación de “estallido de la memoria”⁵, particularmente de la memoria social, y esa realidad nos obliga a recordar el CREER. El problema radica en pretender esconder el “hambre de creer” para re-construir el sentido como si alguien pudiera socialmente alimentarse de restos de una gloria lejana, de recuerdos llenos de polvo olvidados en las cavernas. No obstante, recordar el creer es posible porque una cierta “virtualidad familiar” nos lo permite porque existen cuadros sólidos que encierran

³ Patrick Michel (1999) lo ilustró hace más de una década: las recomposiciones contemporáneas del creer aparecen como “indicadores y modos de gestión de una triple redistribución de la relación al tiempo, al espacio y a la autoridad; de una triple crisis que afecta la identidad, la mediación y la centralidad; y de una triple descomposición: déficit de lo político, explosión e inadecuación de las ofertas de sentido, fuerte disminución y retracción de lo creíble”.

⁴ Al menos esa es la experiencia de la *Recherche du temps perdu*, tan querida por Halbwachs

⁵ Véase Certeau, (1987: 280-281).

nuestro pensamiento: una pluralidad de espacios que posibilitan el movimiento entre la inteligencia y la imagen, cuadros que guardan la memoria de los grupos que nos han precedido y a los cuales hemos pertenecido sin saberlo (Halbwachs, 1994: 273 y ss).

Es en ese punto donde la inteligencia de Maurice Halbwachs y el genio de Marcel Proust se re-encuentran. Es allí donde la memoria individual realiza una experiencia de aquella colectiva, el lugar donde las creencias sociales se reconocen en las tradiciones de los recuerdos, el campo donde las voluntades y las representaciones se actualizan en el presente:

Quando hemos superado una cierta edad, el alma del niño que fuimos y el alma de los muertos de los que salimos, nos lanzan a puñados sus riquezas y flaquezas pidiendo cooperación a los nuevos sentimientos que experimentamos y, en los cuales, borrando su antigua efigie, solemos re-fundarlos en una nueva creación (Proust, 1954: 79).

Pero es necesario “superar una cierta edad”. Es decir, esperar que el tiempo pase. Hay que someterse al examen de la duración y, aguardar tras la interpretación del sentido, hasta que los nuevos ejercicios de la memoria sean perdurables y los vínculos virtuales de hoy no sean sólo recuerdos de actores que con acontecimientos puntuales se “comprometen”. El problema radica en lo provisional, en la precariedad y velocidad del “viaje hacia los demás” pues, luego de socializarse con otros que “también viajan”, es necesario *partir*, alejarse... Entonces, ¿cómo no olvidar, cómo recordar?

Si nuestro esfuerzo de localización es posible, si pasamos de la memoria inmediata a los cuadros del recuerdo, es porque el recorrido de ese camino ya se ha hecho. La memoria consciente duplica una memoria no consciente; la experiencia de los límites de esa memoria es también la experiencia de la mutación de los cuadros de esa memoria inmediata en cuadros de la memoria particular; la experiencia del límite será la experiencia del desinterés del grupo con respecto a la memoria

inmediata. Si el conjunto de recuerdos recientes, o más bien de los pensamientos que se le asocian forma un cuadro que continuamente se hace y se deshace, es que a medida que remontamos a lo lejos de ese pasado inmediato, nos aproximamos al límite más allá del cual nuestras reflexiones acaban de aferrarse a nuestras preocupaciones actuales. El desinterés es definido entonces como el límite del campo de significación de la visión del mundo que unifica un cuadro de la memoria (Namer, 1994: 331-332).

Desafortunadamente nos encontramos con lo efímero y, sólo se puede evaluar lo que ha durado. Las dinámicas de lo virtual hoy comparten una común incertidumbre: se re-encuentran más bien en las sombras que en la luz. Sus representaciones están saturadas de voluntarismo, especialmente ante la dificultad de “dar la cara” en un mundo escurecido. Sin embargo, aunque el cuadro social de la “memoria de lo efímero” no sea sino una caricatura de la memoria y, en consecuencia se convierta en la “muchacha de servicio” de toda ideología (Namer, 1994: 341), una posibilidad es digna de ser considerada gracias a su vitalidad, a su pulsión de perseverar: la inscripción de diversos “momentos efímeros” en una *apocalíptica*, en una *heterotopía* virtual.

Apocalípticas sociales y heterotopías virtuales

Es posible que entremos en una “empresa de delirio”. En ese caso, la respuesta ha sido dada por Henri Desroche: ¿Por qué no? Hay delirios que tienen su lógica específica: la de las “sociedades calientes” que se diferencian de las razones que permiten el funcionamiento de las “sociedades frías”, o de las sociedades que “se enfrían”. Esos delirios surgen del rito lúdico y del teatro sagrado, y se abren al lirismo surrealista y a las representaciones dramáticas del entusiasmo creador (Desroche, 1973: 202).

Cierto, esos *delirios* movilizan. Nuevos comercios de bienes, de ideas y de amores, egotismos que proyectan sed de infinito. Estéticas que seducen, que atraen, que atrapan. El mundo de los vínculos virtuales está lleno de aventura y coquetería. Allí se pueden rastrear tres tipos:

yo quiero, pero usted no va a poder; yo no sé si quiero y no sé si usted se atreva; usted puede, pero yo no quiero. Liturgias que recuerdan comunes uniones. A través de Internet se vive comulgando: con una banda de rock, cuando se es afín a un grupo, a un *blog*. Los contenidos poco importan: interesan los continentes, las formas, los gestos, no tanto la materia sino la manera. Lo imperdonable del ciberespacio es: ¿cómo me hace eso a mí, de esa manera? Los lazos líquidos concluyen al oprimir la tecla *delete*. Del mismo modo, al inicio lo que cuenta es el sitio, ¿cuál es el tuyo?, allí nos encontramos. Es el retorno de lo arcaico, la eficacia contagiosa de viejas mitologías, máscaras y vestimentas de antaño, una predominancia de lo gótico. Volvemos al “régimen nocturno de la imagen”, al nomadismo y al tribalismo, a los amuletos, talismanes y tatuajes, a esa gran cantidad de trazos que marcan el cuerpo: re-encantamientos del mundo.

Algunos dirán que esas son sólo imágenes, a lo sumo figuras. Cier- to, pero esas imágenes son un delirio “bien fundado”. Delirio que nos evoca la memoria colectiva y, en ciertos casos, la resurrección de pan- teones devorados. En efecto, todo ocurre como si la memoria motriz fuera más coherente y durable que la memoria del recuerdo, como si la situación de enfrentar un pasado oscuro y temer un porvenir in- cierto recordara que la memoria *destituida* fuera al mismo tiempo una memoria *restituyente*, más aún, *constituyente*...

Es que la memoria (ideación del pasado), como la conciencia (idea- ción del presente), y aún la imaginación (ideación del porvenir), son como eslabones a través de los cuales se distribuyen los mensajes que recíprocamente se dirigen las situaciones económicas y las represen- taciones culturales organizadas como sistemas emisores y receptores que, a su manera, conjunta y separadamente, resultan susceptibles de constituir lo sagrado o, al menos, su ideación colectiva: “en la *conciencia* colectiva se fomenta el surgimiento o, si se quiere, la *surrección* de los dioses; en la *memoria* su *resurrección* o, al menos su resistencia a la muerte; y en la *imaginación* algo que tiene que ver con una cierta *insurrección*” (Desroche, 1973: 213).

Ahora bien, las *apocalípticas* presentes en los vínculos virtuales de hoy implican una *demanda* colectiva que denuncia la destitución de un recuerdo y pide la restitución de un olvido (véase Lacan, 1973: 227-289). Porque la imaginación encuentra en su estallido social a la conciencia y memoria colectivas, ella ofrece a la primera la revitalización de un culto y, a la segunda, la reactivación de su propia referencia. Busca una tradición más profunda al resucitar un pasado muerto u oculto para restituirle la vida: el proyecto de un *después* valida entonces el recuerdo de un *antes*. De suerte que esto nos conduce a descubrir, tal vez, la “sociodisea” de una esperanza: nuevas identidades y otras alteridades. En efecto, todo ocurre como si en la experiencia de relacionarnos virtualmente hoy, el encuentro con *otros que creen lo mismo o algo semejante*, produjera un “campo de sentido”. El problema se presenta cuando una visión hegemónica pretende imponerse sobre las demás; la dificultad mayor se concentra en el exceso o en el defecto de imaginación colectiva (el *exceso* resulta alienante; el *defecto*, suicida). En todo caso, tres funciones se pueden detectar: la primera, una función de *alternancia*, es decir, de *experiencia de lo inverosímil*; la segunda, una función de *altercación*, es decir, de contemplar la *posibilidad de ser sí* conjugada a la *necesidad de ser otro*; y la tercera, una función de *alternativa*, es decir, la puesta en escena de una teatralización social: una *dramatización* (Desroche, 1973: 226-228).

En ese horizonte, de la misma manera que existen espacios íntimos donde los sueños y mitos se realizan, en las sociedades contemporáneas emergen escenarios “absolutamente otros”, que reflejan y contradicen los lugares físicos donde estamos emplazados. Tales son las “ventanas del ciberespacio” que desbordan lo actual y lo cotidiano entretejiendo los *Vínculos virtuales* de hoy. Heterotopías —en sentido de Michel Foucault (1984)—, las cuales recomponen el sentido por medio de crisis o desviaciones, apropiación de sitios, yuxtaposición de espacios, recortes de tiempos, aperturas o cierres, ilusiones o compensaciones... He ahí los nuevos ámbitos donde otras voces, textos e imágenes se proyectan a través de múltiples redes sociales (Facebook, LastFM, Twitter, Wikipedia, Google, YouTube, YouPorn, y demás webs) que,

abordadas desde la experiencia del investigador de las creencias y subjetividades actuales, nos aproximan de otro modo a una *antropología de la ficción contemporánea* para querer-creer-vislumbrar los desafíos del lazo social hoy.

Vislumbrar lo virtual hoy

Ese tercer verbo del último poema escrito por Samuel Beckett, ¿Cómo decir? Querer – creer – vislumbrar... nos sugiere que las imágenes de lo virtual hoy podrían ser la anticipación de un cierto “advenimiento”, en el cual una voz trata de hacerse escuchar, pero resulta problemático y molesto para las ciencias sociales esa “evocación poética”. ¿Podría acaso restituirse a los ideales su creatividad social específica? Para nosotros, el vitalismo de autores más próximos al arte que a la ciencia nos ilumina porque, en un horizonte incierto, sus obras constituyen “oasis” para no dejar caer todo en la cobardía suicida de un total “desencantamiento del mundo”.

Es claro que los vínculos virtuales de hoy no proceden tanto de las instituciones sociales sino, más bien, son testimonios de universos que estallan y de realidades que se descomponen. Ese desorden, del cual Georges Balandier ya hizo el elogio, muestra sin embargo la dinámica de una “espiritualidad” antes que de una religiosidad. La fuerza del *creer corporal* antes que de un sistema especulativo. Y han sido esos “intentos de creer” quienes, aunque suelen ser vistos como desórdenes, a nosotros nos seguirán ocupando.

Surfear en el mundo virtual es lanzarse a un abismo entre proximidad y lejanía. Esto es esencial porque en el ciberespacio (tan lejos, tan cerca...) los jóvenes sin quererlo proclaman: “ahora somos digitales”. El sexo se vuelve escéptico, y los hervores y humores del cuerpo, asépticos. Entre más fluida sea una persona, más vegetariana y casta, más rápido limpiará la sangre, el semen y todas esas secreciones que manchan y contaminan. Más pronto se convertirá en sujeto “obsesionado por la transparencia”. Rozarse sin tocarse. Allí se construye una “pluralidad de sentidos”, una ligereza y seducción donde curiosamente se vislumbra una intimidad conservadora. En el laberinto virtual no

cabe la idea del deber ser: hay cosas que se ganan y otras que se pierden, algunos objetos son hermosos y otros horribles, lo uno y lo otro. Conformamos cuerpos místico-eróticos que desarrollan otra clase de espiritualidad, establecemos relaciones instantáneas que constituyen el principio de toda pornografía.

Ocurre que los vínculos virtuales de hoy pueden realizar, sin darnos cuenta, el tránsito de “la ficción del mismo a la realidad de lo plural”: *al hablar del creer, se finge estar hablando de éste, pues se habla en realidad de otra cosa; y al no hablar del creer, se finge no hablar de éste, no hablando sino del mismo*. Ese fenómeno, que es ante todo un “juego de lenguaje” se llama *metonimia*, y es la mejor manera de referirnos a las dinámicas instauradoras de sentido que, a través de lo virtual, se entrecruzan involuntariamente en las sociedades contemporáneas.

Los vínculos virtuales constituyen ya un cuerpo colectivo, un ámbito de “encuentro”. Basta pensar en *Skype* o en todo el arsenal de cámaras para ver o ser visto. Como bien lo subraya Michel Maffesoli en el postfacio a este libro, en el ciberespacio nos topamos con el “pegamento de la vida”, quedamos enlazados, atados: *Second life, My space, Facebook* son laberintos que nos envuelven e incitan. De algún modo el rito ha sido reemplazado por el juego. Chatear para decir naderías. Jugar sin más, porque no pesa tanto la explicación mítica. Esto no quiere decir que no haya “ideólogos” de los nuevos laberintos, moralistas y nostálgicos de lo absoluto que sigan diciendo: “el laberinto es para enfrentar al diablo y sus tentaciones, ese espacio contiene trampas y ha sido construido para vencer al Minotauro”. Independientemente del mito que se construya sobre la estructura del laberinto virtual, lo que cuenta es el campo de lo onírico, no tanto la figura del peregrino que recorre el camino de Compostela o del héroe que se propone vencer al demonio. Más que el proyecto, lo que vale es el trayecto: simplemente se está allí y punto.

Creencias metonímicas porque los agentes comprometidos se convierten en actores que desarrollan una serie de tácticas y astucias de “hacer creer para poder creer”, lo que desempeña un papel decisivo en los lugares “donde se busca lo que ya no está”. Porque, efectivamente,

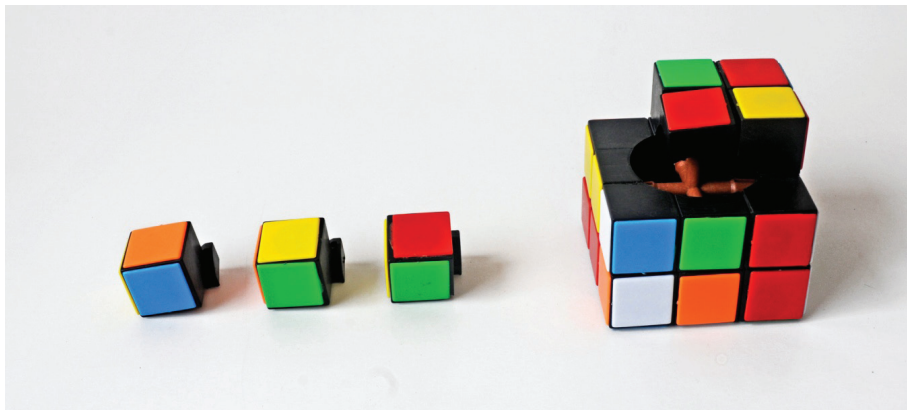
dos resortes tradicionales suelen estar presentes en los agentes sociales que reinventan el sentido social a través de lo virtual hoy: de un lado, la pretensión de *hablar en nombre de algo real* que, es a la vez principio de lo que debe ser creído (una totalización), y principio del acto de creer (un deseo). De otro lado, la capacidad que tiene el discurso autorizado para dar cuenta del acontecimiento, a través del mundo virtual se distribuye en *elementos organizadores de prácticas*, es decir, en “normas de fe”. Así, la fuerza mediática del acontecimiento logra que los destinatarios no estén obligados a creer lo que no ven, sino justamente lo que presencian (Certeau, 1990: 268 y ss).

Metonimias del creer porque se corrobora que la creencia no puede decirse a través de convicciones directas, sino por medio de lo que es presentado para creer. La creencia no reposa ya sobre una alteridad invisible “escondida en las alturas”, sino sobre otras cosas visibles que señalan lo que debe ser creído. En lo virtual, creer funciona sobre el valor real supuesto a un otro, sin importar el lugar que éste ocupe en el mundo. Lo visto es identificado con lo que debe ser creído (Certeau, *Íbidem*): en realidad, habla una *nada* que calla la pérdida de lo que no puede decirse y, allí, ante esa lucha por la vida (en un tiempo accidentado donde fracasar es indisociable de simbolizar y simbolizar es indisociable de fracasar), en esa “anarquía del claro-oscuro cotidiano”, omnipresente entre los vínculos virtuales de hoy, es donde ALGO INEFABLE SE DICE.

BIBLIOGRAFÍA

- Augé, M.(1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. París: Seuil.
- _____ (1994). *Le sens des autres*. París: Fayard.
- _____ (1997). *La guerre des rêves. Exercices d'ethno-fiction*. París: Seuil.
- _____ (2000). *Fictions fin de siècle*. Fayard: París.
- _____ (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa.

- Beckett, S. (1970). Peintres de l'empêchement. En *Le monde et le pantalon*. Paris: Gallimard.
- Certeau, M. de (1987). *La faiblesse de croire*. Paris: Seuil.
- _____ (1990). *L'Invention du quotidien I*. Paris: Gallimard.
- Desroche, H. (1973). *Sociologie de l'espérance*. Paris: Calmann-Lévy.
- Foucault, M. (1984). Des espaces autres. En *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, Paris: CEA.
- Halbwachs, M. (1994). *Les cadres sociaux de la mémoire* (1925). Paris: Albin Michel.
- Lacan, J. (1973). Le champ de l'Autre, et retour sur le transfert. En *Le Séminaire, Livre XI: Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*. Paris: Seuil. (pp. 227-289).
- Lévinas, E. (1961). *Totalité et infini. Essai sur l'extériorité*. La Haye: Nijhoff.
- Mauss, M. (1966). *Sociologie et anthropologie* (3ra. Ed.). Paris: P.U.F. prólogo Claude Lévi-Strauss.
- Michel, P. (1999). De la fiction du même à la réalité du pluriel. En *Critique International*, 3, Paris: IEP.



Surround me with your love...
Facebook, amor y máscaras:
construcción de sentido en el mundo
virtual

Surround me with your love...
**Facebook, amor y máscaras:
construcción de sentido en el mundo
virtual**

SEBASTIÁN CUELLAR*

Facebook es una de las redes sociales virtuales con mayor afluencia en la actualidad. Las posibilidades de compartir en simultánea desde “estados de ánimo” hasta “pensamientos” y “ocupaciones inmediatas” con un centenar de personas más, hacen de esta red un lugar clave a la hora de pensar sobre las maneras como interactuamos con los otros en el mundo contemporáneo.

Estar permanentemente al tanto de las vidas de los otros sin la necesidad de acudir a medios diferentes, bien sea desde la interacción cara a cara hasta una llamada telefónica, hace evidente el cambio “significativo” que atestiguamos hoy. Pareciera ser que tenemos la vida de los demás al alcance de nuestras manos, o de un “clic”: sentimiento de omnipresencia que nos “liga” a una comunidad virtual, al tiempo que nos “des-liga” de la “realidad”. Este artículo toma como punto de partida un tipo particular de interacción en esa comunidad virtual: el problema del amor en Facebook. ¿Cómo se experimenta el amor en el mundo virtual? Ese sentimiento necesariamente convoca al menos dos escenarios: por un lado, la identidad que para este caso podría estar relacionada con aquello que “queremos que el otro crea que somos”. De ahí el carácter enmascarado (y ¿retocado?) de las imágenes que mostramos a la comunidad. Y por el otro, ilusiones, esperanzas (ficciones y simulacros) de la manera como se debe construir el amor en tanto recreación de un drama.

* Sociólogo y Magíster en Sociología de la Universidad Nacional de Colombia.

Cuando fueron presentados, él hizo un comentario ingenioso porque quería caer bien. Ella soltó una risotada estrepitosa porque quería caer bien. Luego los dos cogieron sus coches y se fueron solos a sus casas, mirando fijamente la carretera, con la misma mueca en la cara.

Al hombre que los había presentado no le caía demasiado bien ninguno de los dos, pero fingía que sí porque le preocupaba mucho tener buenas relaciones con todo el mundo. Después de todo, nunca se sabe, ¿verdad que no? ¿Verdad? ¿Verdad?

David Foster Wallace (2001)

Reviso mi álbum familiar que va desde el año 1987 hasta 1992. Paso las páginas observando detenidamente a quienes participaban de las fotografías: niños y niñas jugando en parques infantiles, balones de fútbol, perros, una madre consolando al niño que excluido del juego por su hermano mayor llora casi agonizante: la memoria de la infancia, de la felicidad y la inocencia. Memoria que evoca la fortaleza del vínculo social y su aparente naturaleza indestructible. Lazo que estructurará por largo trecho las más hondas proyecciones significativas. Las fotografías condensan el momento tal como se experimentó y el recuerdo brota a flor de piel: espontaneidad, naturalidad y actualización de un pasado con el que se afirma el presente, biografía viva y en construcción.

Aquellos pequeños niños que compartieron conmigo las más de sesenta fotografías que componen ese álbum familiar salieron de mi círculo íntimo hace más de 15 años. No volví a saber de ellos nunca. Pasaron más de dos décadas para que se recreara la posibilidad de un encuentro. Me bastó teclear sus nombres en Facebook y aparecieron todos y todas: uno a uno, fui solicitando autorización para que me hicieran partícipes de sus perfiles y así tener la opción de conocerlos o, mejor, de re-conocerlos. Al principio dudé si yo fuera lo suficientemente privilegiado para hacer parte de sus recuerdos; no sabía a ciencia cierta si me recordaban. Aún con esa incertidumbre procedí: igual da, finalmente en Facebook negamos y aceptamos personas o perfiles, diariamente. No habría que otorgarle importancia al rechazo en esta red social, ¿o sí? Finalmente fui aceptado: tres semanas tardó el

último en hacerlo. Tal vez su demora reflejaba un ejercicio de memoria, o quizá por decencia al no recordar, o sencillamente por ampliar su red me “aceptó” como amigo. Tomé el atrevimiento de escribirles en su muro. A cada uno le expliqué quién era, me presenté con una enorme dosis de optimismo:

¡Hola! ¡Soy Sebastián Cuéllar! ¡Vivimos en el mismo conjunto residencial hace más de veinte años! ¡Mi casa era la número 14! ¡Tengo fotos de ustedes jugando conmigo hace tiempo! Los recuerdo con aprecio. Deberíamos vernos.

Las respuestas de tres de ellos, entre los que se encontraba una mujer, llegaron días después. Todas evocaban cierta alegría o por lo menos eso percibí:

Sebitas! Gracias por tu mensaje. Yo también recuerdo esos momentos. Debemos vernos. Abrazos, respondió Daniela.

¡Huy hermano, cómo es el mundo de pequeño! Bacano, bacano. Bueno saber de usted. Nos estamos viendo. Abrazos, fue la misiva de Felipe.

Buena vida, buenos momentos. No me acuerdo mucho. Viví muy poco tiempo en Cedritos. ¡Pero vale! Nos vemos por ahí. Abrazos, respondería Juan Camilo.

Han pasado seis meses. Aún sigo esperando respuesta de los otros tres; igual no importa, al menos lo intenté. Mis más preciados años de felicidad consignados en unas fotografías certifican la veracidad de los acontecimientos, a pesar de la amnesia de algunos. No tienen la culpa: para recordar hay que olvidar y si esta vez fui yo el olvidado... ahí estarán por siempre mis retratos. Además de seis personas que integré en mi grupo de amigos, tres se despiden de abrazo, gesto que, pensándolo bien, tiene un carácter enigmático: ¿es un abrazo por el reencuentro o uno de despedida, sin ni siquiera habernos visto cara a cara? ¿Pequeños muros a pesar de compartir nuevas cercanías? No he vuelto a establecer contacto con ellos. Mi arranque absurdo de una nostalgia dominguera se traduce en la sensación de no importunar:

seguramente, ante un impulso de semejante matiz llevado a cabo por otro, yo respondería de igual manera; un pequeño gesto cortés con el mensaje implícito de “no molestar”, disfrazándolo de abrazos. Sólo sé que en Facebook somos quiénes queremos que *el otro* crea que somos. Esa situación paradójica se resume en preguntarle a un enmascarado por su verdadera identidad. Difícil será conocerlos de nuevo. O, al menos, eso parece.

Facebook: una ficción contemporánea de la “felicidad”

“Insatisfacción crónica”, el término acuñado por Woody Allen en su película *Vicky-Cristina-Barcelona*, parece ser una de las características emocionales de algunos segmentos de la población mundial contemporánea. Ese conglomerado que se hace “partícipe del tiempo”, en términos de consumo, no sólo de bienes materiales, mercancías, tecnologías, sino también de inmensas ofertas significativas que nos llegan con el bombardeo constante de la publicidad en directo, vía medios de comunicación masiva que nos proveen una infraestructura casi infinita para establecer relaciones existenciales con el mundo. A pesar de ello e irónicamente, pareciera ser que no se logran construir vínculos duraderos y fuertes que justifiquen la existencia más allá de la rutina cotidiana: aun cuando se está a la altura de los acontecimientos mundiales y se participa de una “sensibilidad mundial” colectivamente compartida, cuesta mucho ubicarnos, aferrarnos y realizar proyecciones significativas. Sentimiento de constante insatisfacción: “cultura del ahora” que marca la naturaleza de las relaciones sociales y da un giro hacia la inmediatez del momento. Esa es la intimidad donde estas contradicciones se revelan. El refugio en la privacidad, vía de escape: pequeña certeza que hoy en día está ya puesta en duda.

Autores y académicos coinciden en el marcado matiz ambivalente e incierto de la vida social contemporánea. El problema de la identidad, ampliamente desarrollado por Bauman (2006) y Giddens (1991), quienes hacen referencia a una marcada inestabilidad para construcciones discursivas autoidentitarias. Lo asociado al debilitamiento de aquellas instituciones de tipo monopólico que se encargaban de orientar los sentidos individuales (Iglesia y Estado, entre otros) y que marcaban

los posibles “caminos de salvación”, descritos irónicamente por Fabián Sanabria (2003) y el mismo Bauman (2001). Liquececes y arenas movedizas serán las categorías con las cuales se explica la naturaleza del tipo de relaciones sociales que se construyen actualmente. Aunque la profecía weberiana de la racionalización extrema de la sociedad y, por ende, de las relaciones sociales tremendamente racionalizadas, y su aprisionamiento bajo barrotes de hierro tenga alguna permanencia, no es descabellado pensar que lo que se atestigua en simultánea es justamente un “reencantamiento del mundo”, un proceso que necesariamente se inscribe en la experiencia de la inmediatez: pequeños simulacros alimentan el sentido individual, tal como lo menciona Bauman (2009):

Un fenómeno [el simulacro] que tiende a borrar la distinción entre las cosas como son y las cosas como pretenden ser, entre la “realidad” y la “ilusión” o entre el “verdadero estado” de la cuestión y su “simulación [...]”

Dentro de ese contexto, pequeños simulacros de corta duración encuentran su expresión en programas de televisión (reality shows, melodramas, entre otros), en el consumo y en las redes sociales virtuales, manifestaciones que han venido replanteando el escenario simbólico de la sociedad. Renovación de narrativas y discursos de aquellos que gozaban de cierta hegemonía: ideas sobre el progreso, el amor, la estabilidad, la felicidad, entre otras, se resignifican permanentemente en el escenario público: de aquellos “caminos” trazados por el curso mismo de la historia, pasamos a sutilezas ambivalentes que adquieren incluso un carácter desechable.

De esta manera vale la pena ahondar en la idea de la felicidad. Porque, aun si es un concepto sociológicamente complejo y de naturaleza metafísica, es evidente que tiene su traducción cotidiana y su búsqueda se instala en el día a día. Aquellas ideas acerca de la realización personal, el equilibrio emocional, la armonía de las relaciones sociales y la conquista de los sueños han venido perdiendo su eficacia simbólica. En el mundo del simulacro, aquellos valores trascendentes que servían de soporte para establecer la búsqueda han debilitado su naturaleza sagrada y se han instalado en la mundanidad rutinaria: del proceso

tortuoso y árido que implicaba la noción de sacrificio para alcanzar algún grado de felicidad, se pasa a un universo donde ésta se encuentra al alcance de la mano y en el bolsillo: entre el teléfono móvil que condensa los números telefónicos de nuestros conocidos y la billetera. Por tanto, siguiendo a Bauman (2009: 26), podría afirmarse que en una sociedad de consumidores “somos felices mientras no perdamos la esperanza de ser felices”, situación que lleva a establecer la necesidad de experimentar permanentes renovaciones significativas, y la esperanza de “nuevos comienzos”. De ahí que la felicidad se esté tornando episódica, ¿felizmente insatisfechos, a lo Allen?

A pesar de que puede existir una relación estrecha entre capacidad adquisitiva y felicidad (la ilusión de adquirir mercancías que no son fácilmente accesibles para todos), o la idea de que con dinero se puede al menos estar más cerca de esta condición, para Bauman (2009: 41) la noción de felicidad trasciende esta asociación aun si se incurre en una disyuntiva:

Para la mayoría de nuestros contemporáneos, es más bien la condición de “estar en el camino” (aun a cierta distancia de la meta, en un tira y afloje de deseos todavía insatisfechos obligados a soñar y a seguir en la brecha tratando de convertir, y confiando en ello, nuestros sueños en realidad); un camino que, a pesar de constituir un tiempo de prueba para nuestra paciencia y nuestros nervios, se acepta como un valor en sí mismo y ciertamente un valor precioso. Muy probablemente nuestros contemporáneos estarían de acuerdo (al menos de corazón, no tanto de palabra) en que lo contrario de esta condición, un estado de calma, no sería un estado de felicidad sino de aburrimiento, y para muchos de nosotros estar aburrido es sinónimo de una infelicidad extrema, un estado que consideramos realmente temible. Si la felicidad puede ser un estado, sólo puede ser un estado de excitación expoliado por la insatisfacción.

De ahí que se juegue según esa contradicción: por un lado, el sentimiento de participar de un “ideal” colectivamente compartido de bienestar emocional y, por el otro, una “facilitación” para conseguir una felicidad episódica, momentánea y fugaz que se hace adicta a la

renovación permanente. Esfuerzo y sacrificio que podrían no ir más allá de la búsqueda por evitar el aburrimiento. Por tanto, vale la pena ahondar en un escenario de la vida social que denote felicidad. O mejor, un escenario donde podamos “ver” en su total magnitud algún rastro de esta ficción. Facebook se presenta como la “materialización y realización” de este tipo de felicidad simulada: el “libro del rostro” es una puesta en escena, visualmente determinada, que evoca valores asociados a esa sensibilidad.

Porque si establecemos que en la búsqueda de la felicidad se debe tener algún referente visual con el cual podamos comparar y descifrar cuán lejanos estamos de esta ficción, la red podría cumplir como indicadora social: de la esperanza en una vida feliz proyectada hacia el futuro pasamos a experimentarla, incluso a sentir la obligación de tenerla ante nuestros ojos; se cree en la felicidad en la medida en que la podemos observar. En otras palabras, creemos en ella justamente porque la vemos. Ver para creer, dirá la consigna...

Facebook en disección: identidades virtuales y simulaciones

Facebook por tanto cumple con esa finalidad. Es una inmensa red social, que cuenta con centenas de millones de usuarios, que consumen en simultánea un mundo mágico y enmascarado: el “libro del rostro”, un espacio donde la ficción-felicidad se despliega. Millares de registros fotográficos dan cuenta de ello. Basta viajar un poco por varios perfiles para constatarlo: sonrisas van y vienen. Recuerdos de buenos momentos, viajes, fiestas, agasajos. La mascota disfrazada con anteojos negros gozando del sol capitalino. Nuestras mejores fotos, nuestras mejores poses y recortes. Simulacro de felicidad: rara vez nos encontramos con alguien que agonizante de amor, haga pública las insatisfacciones de su vida o la miseria de su drama. ¿Qué mostramos, efectivamente al otro, en esta transparencia mediática?

La relación directa entre realidad y ficción encuentra su escenario ideal en esta red social. Imágenes felices que hay que presentarlas socialmente para certificar su validez y realidad. Reproducción de una sensibilidad: como actores virtuales nos presentamos estéticamente al

otro llevando a cuentas la carga ficcional. Ya no actuamos bajo regímenes de verdad o naturalidad (así sea ésta la intención última). El esfuerzo radica en un acto de convencer: nuestros mejores perfiles muchas veces retocados, manipulados, vía Photoshop, tienen la intención de mostrar cuán cercanos estamos a la ficción felicidad. Acciones sociales que podrían equipararse a un acto performativo donde, al hacer uso de los códigos estéticos, proyectamos nuestra identidad para exponernos públicamente como auténticos, a pesar del intenso proceso de artificialidad que se esconde detrás. No es necesario actuar con “verdad”, así sea ello el fin último.

Este proceso de “virtualización” de la identidad, que se expresa en la construcción de nuestro “perfil”, se inscribe en una enorme gama de posibilidades. La puesta en escena de fragmentos de nuestra identidad jugará con esa idea de lo auténtico: desde los más básicos datos de información personal que entrecruzan teléfonos, correos electrónicos, estudios cursados, lugar de residencia y trabajo, hasta gustos individuales (consumos culturales y orientaciones sexuales y políticas), estados de ánimo y compromisos emocionales. Estos datos simples se engloban con colecciones de fotografías e imágenes que certifican lo expuesto. Hablamos de una construcción estratégica de la intimidad y de su exposición pública.

La posibilidad de ser otro distinto, la representación de lo que queremos que el otro crea que somos, está determinada por la carga ficcional; Facebook puede ser una vía de escape de nosotros mismos: en él podemos realizar el doble sueño planteado por Bauman (2009: 25):

Lo verdaderamente nuevo es el doble sueño de huir de uno mismo y adquirir un yo hecho a la medida, así como la convicción de que este sueño es una realidad alcanzable. No es sólo una opción a nuestro alcance, sino la opción más fácil, la que tiene más probabilidad de funcionar en caso de problemas.

Compartir la felicidad, la sonrisa, el momento con personas de similar estado de ánimo: mundo feliz para individuos felices. Felicidad a la mano, alegría de fácil acceso y manipulación.

Tal será la naturaleza de las interacciones sociales que se tejen en Facebook: interacción de “perfiles” que, hechos a la medida, entretejen en el “muro” (que difícilmente se convierte en el de las lamentaciones) los más diversos estados de ánimo; estados que difícilmente rompen el límite de la ficción felicidad. Sin embargo, en ocasiones jugamos en la frontera del abismo: pequeñas manifestaciones de nostalgias inofensivas de vez en cuando irrumpen; anhelos de pasados alegres, aburrimientos momentáneos, incluso dolores físicos. Concedemos espacio a pensamientos existenciales. Este tipo de expresiones generan, por lo general, la movilización de pequeñas solidaridades que, en estrecha relación con lo que plantean Bauman y Lipovetsky, se asocian con cierto tipo de “moralidad indolora”: la irrupción de sentimientos de magnanimidad frente a las desgracias ajenas difícilmente superan los territorios del egoísmo autorreferencial, en el cual:

Cuando llega el momento de actuar en favor de algo que no sea uno mismo, las pasiones, el bienestar y la salud física del ego tienden a ser las consideraciones preliminares y definitivas; también tienden a marcar los límites de hasta dónde estamos dispuestos a llegar en nuestra entrega de ayuda (Bauman, 2009: 55).

La solidaridad “indolora” se manifiesta con pequeños mensajes de apoyo hacia quien se atreve a romper los límites de la ficción: cabe que la posibilidad para generar segmentos de solidaridad virtual tenga también el matiz de “facilitación”: basta con un pequeño mensaje en el muro. O, por lo menos, con un pequeño gesto virtual para darnos por bien servidos en un momento de leve ambivalencia o mejor, de ;autenticidad

Amor, felicidad, virtualidad y vigilancia

La ficción-felicidad que se comparte colectivamente en Facebook tiene también un carácter paradójico. Aun cuando la mayoría de perfiles están asociados a la reproducción de momentos alegres y denotan cierta amabilidad y armonía en las relaciones sociales que en él se establecen, tal como lo hemos venido sosteniendo, puede llegar a adquirir un carácter integrista: se nos dificulta admitir públicamente cuán vulnerables somos.

Al compartir la escena con más de cientos de personas en simultánea, pendientes de las noticias en tiempo real, el “libro del rostro” se convierte en una implacable fuente de vigilancia y control. Esta situación se puede hacer visible en el tipo de interacciones relacionadas con el amor y la relación de pareja. Motivo de alegría y celebración es anunciar el nacimiento de una relación sentimental: el movimiento noticioso se estremece cuándo públicamente se oficializa un “nuevo amor”. Frases de ánimo, buena suerte y bendiciones acompañan el cambio de estatus en el perfil de quienes asumen un nuevo compromiso. Se expone la solidaridad en su máxima expresión: el muro de los nuevos enamorados recibe regalos, copas de Martini, botellas de cerveza e innumerables símbolos de aprobación y simpatías virtuales. Se utiliza la opción del pulgar levantado que indica que “me gusta esto”. Después, llegan las fotografías que dan fe de la realidad de dicho idilio: besos, sonrisas, fiestas. Los enamorados se intercambian mensajes de amor e incluso se ponen el valor más alto para que, dentro de la lógica de precios y de circulación de capital interno que se maneja en esta red, sean inaccesibles para el resto de personas. En ocasiones se regalan semillas o cachorritos para que crezcan simultáneamente con la relación; ambos cumplen una misma función: la certeza de que al tiempo que crecen, lo hace también el lazo social. El símbolo del corazón irrumpirá con su fortaleza: “la persona x está en una relación con y”. Ha pasado de soltero a “estar en una relación”. Las parejas se presentan como la relación más feliz de Facebook, tal como lo recrean y proyectan una gran cantidad de “amigos”. Ilusión de ser únicos, de tener una relación única y, evidentemente, la mejor de todas.

Visibilidad de un lazo que nace pero que, al mismo tiempo, se expone. Un simple “clic” es suficiente para activar las alarmas: un nuevo cambio en el estatus, el paso de “estar en relación a soltero” marca otro movimiento: asombro, sorpresa que se traduce en chisme. Preguntas tipo ¿qué pasó? ¿Por qué? ¿Es verdad que se acabó la relación? Paradójicamente, dicha exposición pública del amor de pareja juega bajo el ojo vigilante. Cualquier cambio, por más sutil que sea, es advertido por la comunidad virtual. Y no es para menos. Esa pequeña

muerte constituida por el desamor y la ruptura evoca a la oscuridad, la tiniebla. El suelo se mueve. Se pierde la razón. Y es que el mundo contemporáneo tiene esa doble naturaleza. Dos escenarios confluyen para certificar el idilio amoroso: el primero, la relación cara a cara: el café, la discoteca, la calle, escenarios propicios para asumir el riesgo del compromiso, el beso y la cogida de mano. Segundo, Facebook. Se manejan dos mundos en simultánea, cuya meta es conciliarlos permanente e independientemente del orden en el que se haya construido la relación. Puede ser primero uno o el otro. El problema radica cuando se hacen irreconciliables: el drama de la ruptura se experimenta en los confines de la intimidad “real”, dolor y sufrimiento. Vacío y soledad *ad portas* de caer en un precipicio sin fondo. La sombra y el fantasma. La felicidad, por el contrario, se torna virtual: escenario de luz y sonrisa: el simulacro.

¿Hasta qué punto se está dispuesto a hacer pública la vulnerabilidad, la tristeza y el drama? O mejor, ¿hasta dónde nos exponemos? La dificultad de asumir compromisos emocionales con el otro, tema ampliamente discutido por Bauman (2001), incurre también en la paradoja antes expuesta. Así como se oficializa el nacimiento de una relación virtualmente, también se anuncia su muerte, su punto final. De ahí que resulte tan doloroso el hecho de tener que enfrentar ese destino en ambas dimensiones de la vida social: supongamos que en el plano personal sea en un café, bar o parque donde se encuentra la pareja para dar fin a su aventura. Ambos se miran atentamente. Palabras de agradecimiento y buenos augurios marcan la parada. Con el ritmo cardíaco acelerado y con lágrimas que caen como pesadas gotas de lluvia intercambian las últimas caricias. Los restos de un amor compartido se consumen y empieza su transformación. Luego del café cada cual asume su camino, en solitario.

Llegan cada uno a su casa. Abren su perfil en Facebook y caen en la cuenta de que aún están relacionados. Observan las fotografías, actualizan momentos cada uno por separado. Lágrimas van y vienen de parte y parte. Cada vez más de forma menos controlada. Deben hacerlo: encontrando fuerzas donde parece no haberlas, buscan su estatus, cierran

sus ojos y suspiran: lo cambian a “soltero”. El dolor y el sufrimiento los agobia. No hay manera de frenar el llanto. La puesta en escena de la relación de pareja en el mundo virtual tiene ese matiz. El dolor de la ruptura se duplica al tener que romper los lazos dos veces, y esta estocada final, el cambio de estatus, puede llegar a ser incluso mucho más dolorosa que el quiebre de la relación cara a cara.

¡Cuán difícil será volver a la “normalidad virtual” después de esta pequeña muerte! La decisión de eliminar las fotografías que certificaban el idilio amoroso jugará alrededor de la disyuntiva entre el olvido y el recuerdo. Lógica de la ficción felicidad: evitar al máximo mostrarnos vulnerables. Empieza la renovación: nuevas imágenes, nuevos momentos felices, así el corazón esté desfigurado y con claros signos de arritmia. Cuando la “sincronización” de la vida cotidiana y la ficción de felicidad vislumbrada en Facebook falla, el carácter de la red virtual se invierte: se sigue paso a paso la evolución de la persona con quien compartimos momentos vitales: los momentos felices del “otro” pueden, en ocasiones, aumentar la desdicha y dolor íntimo y profundo. ¿Hasta qué punto la ficción felicidad nos obliga a no olvidar? De la felicidad al control; del control a la vigilancia; de la vigilancia a la imposibilidad del olvido.

Estrecha relación entre felicidad y vigilancia será el punto de partida y de llegada de esta era virtual. Red virtual ambivalente: por un lado permite recrear reencuentros lejanos y prácticamente relegados a la historia empolvada; momentos de felicidad y alegría que trascienden las relaciones sociales más básicas. Tal como lo atestigua el caso en Inglaterra del hombre que en plena boda con su pareja saca del bolsillo su Blackberry y, una vez pronunciado el “acepto”, bajo la mirada atónita tanto de los espectadores y del ministro que dirigía la ceremonia, cambia el estatus de “soltero a casado” e invita a su nueva esposa a hacer lo mismo¹. O la iniciativa colombiana de crear un Facebook para mascotas. En ocasiones, tal como lo menciona el periódico El Tiempo de Bogotá, los jóvenes interpretan los límites que las empresas imponen

¹ <http://solitariogeorge.wordpress.com/2009/12/02/insolito-hombre-adicto-al-Facebook>

al uso de Facebook en horas laborales como determinante para decidir si aceptan o no los empleos². Se debe participar permanentemente de este mundo feliz, ya sea para validarlo cotidianamente o como fuga o vía de escape. La felicidad de Facebook pareciera ser un requisito existencial más, con el que se hace frente a la incertidumbre. Pero también está la otra cara de la moneda. En algún discurso, pronunciado por el presidente Barak Obama³, ante la pregunta de un niño sobre “qué tenía que hacer para llegar a ser Presidente”, Obama respondió que primero habría que tener cuidado con lo que se publica en la red:

Bueno, permítame darle algunos datos prácticos. Primero, quiero que todos acá sean cuidadosos sobre lo que colocan en Facebook, debido a que en la era de Youtube, lo que hagan, saldrá nuevamente luego en algún momento de su vida [explicó Obama]. Y cuando eres joven, cometes errores y haces algunas cosas estúpidas. He estado escuchando mucho sobre jóvenes que están colocando cosas en Facebook y repentinamente se postulan a un empleo y alguien ha realizado una búsqueda...

Mejor dicho, nos pueden coger “con las manos en la masa”. Los empleadores de empresas recurren a estas redes para confirmar los perfiles de los concursantes⁴ como insumo para la elección. ¿Vigilados y felices? En China, gracias a Facebook, dos mujeres pudieron constatar que estaban casadas con la misma persona. Al “hacerse amigas” en esta red, y al navegar por los perfiles felices de cada una, contemplando las fotos de sus bodas, cayeron en la cuenta de que su príncipe azul era compartido⁵.

² http://www.eltiempo.com/enter/Internet/ARTICULO-WEB-PLANTILLA_NOTA_INTERIOR-7089847.html

³ <http://www.cnnexpansion.com/economia-insolita/2009/09/09/obama-advierte-peligros-de-Facebook>

⁴ <http://solitariogeorge.wordpress.com/2009/12/02/insólito-hombre-adicto-al-Facebook>

⁵ <http://mundoinsolito.blogcindario.com/2009/12/00011-dos-mujeres-descubren-en-el-quot-Facebook-chino-quot-que-compartian-marido.html>

El señor Chang, protagonista de esta historia, fue apresado por violar las normas antipolígamas que rigen en la China comunista.

En la red Facebook, la vigilancia puede tener su lado amable. El señor Rodney Bradford fue acusado de asaltar en Brooklyn una joyería. Sin embargo, después de permanecer doce días en prisión, pudo demostrar que un minuto antes de que se llevara a cabo el robo, Bradford envió un mensaje de amor vía Facebook a su novia embarazada. Dicho mensaje lo salvó de la cárcel al lograr establecer su inocencia. El vínculo entre felicidad y vigilancia será el límite de este nuevo escenario ficcional. Máscaras de una vida social de fácil acceso y manipulación; de individuos creados a la medida. ¿Felicidad a la medida? Esos serán los nuevos retos que impone la relación que se establece entre lo público y lo privado en el mundo contemporáneo. Entre la naturalidad y el artificio. Entre la soledad y lo vulnerable y un mundo feliz. Entre lo duradero y lo transitorio. Nada más ni nada menos que la construcción significativa de la vida. La tensión permanente entre sentido y felicidad.

Facebook en las calles

Salgo a buscar un trago. Las calles capitalinas se estremecen con el frío. El cielo estrellado junto con la luna ponen su cuota: la noche está servida y voy a arrancar la aventura: sé dónde empiezo pero no dónde termino. Llego al bar donde me esperan unos amigos. Saludos cálidos van y vienen. La canción de fondo es *Surround me with your love* de Porter, mezclada por el DJ francés Stephan Pompougnac. En la mesa del frente se encuentra un grupo de mujeres de unos veintisiete años. Todas con el mundo en la cartera, todas tienen su Blackberry en la mesa. A la vista de todos, comparten fotos y mensajes: están cuatro pero en el momento participan muchas más personas vía mensaje instantáneo. Caigo en la cuenta de que con una de ellas había establecido contacto vía Facebook, varios meses atrás. Era Daniela, la reconocí. Una de las partícipes de las fotografías de mi infancia. La miré y la re-miré. Evité comentar la situación con mis amigos ya que hubiera sido obligado a ir a la mesa y establecer contacto con ellas. Tenía de alguna manera que sortear esa vergüenza. Así que, en silencio, vislumbré varias posibili-

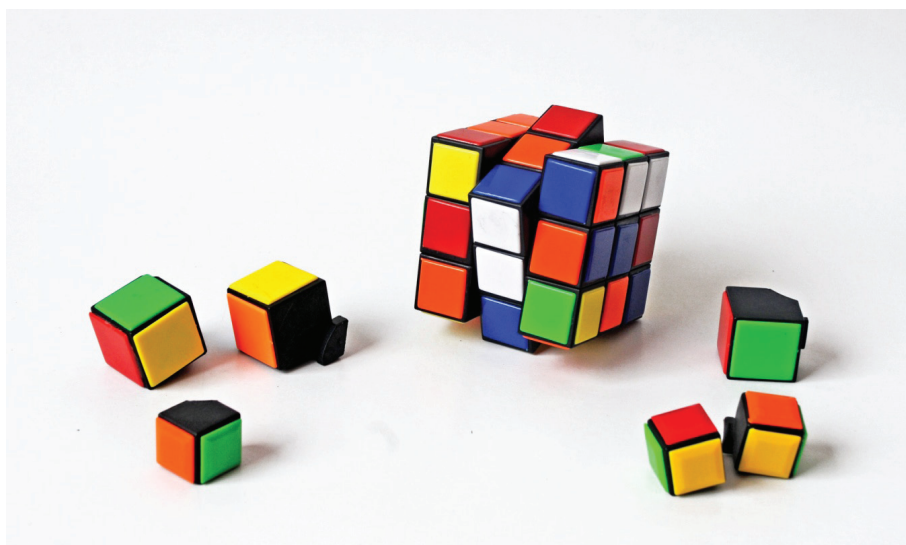
dades de hacerlo. Imaginé varias formas de acercarme y darle un abrazo de felicidad. Pasado unos minutos tomé la decisión: más bien después le envíé un mensaje por Facebook. Así me evito los nervios y la angustia. Cogí mi vaso, tomé un trago y, al cabo de un tiempo, se fueron del lugar.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2003). *Amor líquido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2001). *Modernidad líquida*. México, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2006). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2009). *El arte de la vida*, Barcelona, Editorial Paidós.
- Giddens, A. (1991). *Identidad y modernidad del Yo*. Madrid: Editorial Península.
- Sanabria, F. (2003). De la des-regulación de lo sagrado a la circulación del creer, hoy. En *Revista VIRAJES* (número especial). Manizales: Universidad de Caldas.
- Wallece, F. (2001). Historia Radicalmente Concentrada de la Era Postindustrial. En *Entrevistas breves con hombres repulsivos*. España: Editorial Mondadori.

Sitios web consultados

- <http://solitariogeorge.wordpress.com/2009/12/02/insólito-hombre-adicto-al-Facebook>, consultado el 10 de marzo de 2010.
- <http://mundoinsolito.blogcindario.com/2009/12/00011-dos-mujeres-descubren-en-el-quot-Facebook-chino-quot-que-compartian-marido.html>, consultado el 10 de marzo de 2010.
- <http://solitariogeorge.wordpress.com/2009/12/02/insolito-hombre-adicto-al-Facebook-cambia-su-status-de-relacion-en-plena-boda/>, consultado el 15 de marzo de 2010.
- <http://www.cnnexpansion.com/economia-insolita/2009/09/09/obama-advierte-peligros-de-Facebook>, consultado el 15 de marzo de 2010.
- [http://www.eltiempo.com/enter/Internet/articulo-web-plantilla_nota_interior-7089847\).html](http://www.eltiempo.com/enter/Internet/articulo-web-plantilla_nota_interior-7089847).html), consultado el 15 de marzo de 2010.



**Irrupciones de lo virtual en lo real.
Reflexiones en torno a Facebook y las
marchas del 4 de febrero de 2008**

Irrupciones de lo virtual en lo real. Reflexiones en torno a Facebook y las marchas del 4 de febrero de 2008

NICOLÁS JIMÉNEZ*

Con la forma de epifanía, de fiesta pagana, varios cientos de miles de colombianos tomaron, o mejor, irrumpieron en la escena política del país, en un movimiento caracterizado por su potencia y fugacidad. Me refiero, como lo indica el título de este escrito, a las marchas del 4 de febrero del 2008, ocurridas en simultáneo en las principales ciudades de Colombia y alrededor del mundo contra la violencia y el secuestro. Este texto pretende explorar algunos de los antecedentes inmediatos, hechos y ecos de esas marchas, con especial atención a los medios empleados para convocarlas.

Puesto que partimos de la hipótesis de que el resultado (las marchas) compartió buena parte de las características de su principal medio de convocatoria, el conocido portal web Facebook, caracterizado por su enorme capacidad de intercambio de información parcial —o fragmentaria—, con absoluta visibilidad y múltiples interpretaciones respecto de cualquier acción realizada por los visitantes: mutación, o enrarecimiento, de la identidad del usuario; deterioro del lenguaje escrito y enriquecimiento de la imagen; y, por último, eliminación de las barreras del espacio y el tiempo, rasgo común a todos los medios masivos de comunicación contemporáneos, cuya primera consecuencia pareciera ser contribuir a la fugacidad y desvanecimiento de la memoria.

* Filósofo de la Universidad Nacional de Colombia.

Valerse de la palabra *reflexiones* para titular un escrito tiene una enorme ventaja respecto de la relación entre el autor y el lector. Se trata, por un lado, de las expectativas de éste y de los compromisos de aquél, al enfrentar un nuevo asunto con las limitaciones propias del espacio de un artículo que integra un volumen con intereses afines. Quizás el tono del término sugiera más una invitación a pensar sobre un tema que la presentación de un conjunto acabado de argumentos construido en la elaboración, desarrollo y conclusión de un punto. Por otro lado, abordar un fenómeno de envergadura global, tal como las marchas de un 4 de febrero, indagar por sus causas, detallar su desarrollo y examinar sus consecuencias, supera, con mucho, las pretensiones de estas líneas.

Aunque en el examen dé inicio con las marchas y a ellas se vuelva, fijaré la atención en los medios que se usaron para convocarlas, con especial interés en el conocido portal web Facebook. Así, en las páginas por venir pondré a consideración del lector una serie de ideas que, sujetas a debate, podrían considerarse para análisis posteriores como categorías descriptivas de un fenómeno que ha protagonizado los últimos años: el surgimiento y absorción de las redes sociales como nuevo espacio de interacción.

Lo estético y lo político. Panestesias y epifanías

En diciembre de 2007 y enero de 2008, la escena política y mediática en Colombia se encontraba eclipsada por una historia: la liberación, luego de años de secuestro, de Clara Rojas, su hijo Emmanuel y Consuelo González. Quizás el lector recuerde la polémica desatada por estos acontecimientos, en especial cuando desde el gobierno se formuló la hipótesis de que “el niño condenado a un secuestro infame, no se encontraba en poder de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC)”, sino que había estado bajo la custodia del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), por un periodo de casi dos años.

¿Sobraría recordar el increíble cubrimiento que los medios de comunicación desplegaron en esta ocasión, así como los sentimientos de sorpresa e indignación que ocupaban el trasfondo de las conversaciones

que, sobre el tema, se produjeron por esos días? Entre las muchas reacciones generadas por estos hechos, encontramos la del ingeniero Óscar Morales Guevara quien, el 4 de enero de 2008, abrió un grupo en la conocida red social Facebook titulado “Un millón de voces contra las FARC”¹. Esta iniciativa daría como resultado, a tan sólo un mes de su apertura, la movilización ciudadana más grande que había visto el país en muchos años: más de doce millones de personas, en ciento sesenta y tres ciudades y cuarenta países.

Ahora bien, sin ser ajeno a la situación generada por la polémica dada en los medios de comunicación en los meses anteriores, y tras haber sostenido varias conversaciones con amigos, me uní, al igual que muchos de ellos, a este grupo de Facebook a mediados de enero del 2008. Interesado en qué pudiera pasar con todo aquello, seguí con atención tanto los *blogs* al interior del grupo que convocó la marcha, como la prensa de esos días en diarios como El Tiempo y El Espectador, y en las web de revistas de opinión como Semana y Cambio.

Llegado el 4 de febrero, acudí en Bogotá a uno de los puntos de reunión señalados por los organizadores (el de la carrera séptima con calle 72); aún hoy recuerdo, con extrema claridad, la sensación que tuve cuando llegué al lugar y doblé hacia el norte para seguir la caminata hasta el punto de reunión. Tres mujeres, que se encontraban junto a la acera, me miraban fijamente con ojos de desaprobación. Luego de pasar la mirada sobre todas las personas que pasaban por allí, volví a mirar hacia las tres mujeres; aún me miraban y hablaban entre sí. Fue entonces cuando caí en cuenta, había cometido un descuido fundamental: todos llevaban camisetas blancas. La instrucción de los organizadores decía: “acuda a la marcha, lleve camiseta blanca”. Sin embargo, en la tarde del 4 de febrero mi camiseta, mi saco y abrigo, tal como acostumbro, eran negros.

Estuve en aquel punto de encuentro por poco menos de una hora, dado que muchos me dirigían miradas de reproche. Así que deshice el camino, pero sin volver a casa. Caminé junto a la marcha hasta

¹ Entrevista a Oscar Morales Guevara, disponible en <http://www.Youtube.com/watch?v=nAMfu8E171g>

acercarme, tanto como fue posible, a la Plaza de Bolívar, donde se encontraban algunos conocidos.

Esa tarde de febrero, muchos marchaban hacia el sur y decidí acompañarlos, caminando siempre sobre la acera. Otros marchaban hacia el norte, hacia el punto de encuentro donde había estado hacia sólo unos momentos. Muchos marchaban solos, otros tantos en pequeños grupos y, en ocasiones, cuando se cruzaban con los que iban en sentido contrario intercambiaban saludos, risas, aplausos, las banderas se agitaban con renovado ánimo y se cantaba de nuevo el eslogan de la marcha: “No más secuestros. No más mentiras. No más muertes. No más FARC”. Aquí podemos volver sobre un conocido texto de Canetti para entender un doble comportamiento de la marcha del 4 de febrero. Cuando este autor piensa en los símbolos que representarían a la masa, se remite inmediatamente al fuego:

[...] habría que empezar por decir que en todas partes se asemeja: sea pequeño o grande, [...] para nuestra imaginación tiene siempre un lado igual, independientemente de sus contingencias [...] El fuego se propaga, es contagioso e insaciable (Canetti, 2002: 84).

Visto desde los medios de comunicación que cubrieron ese evento, e, igualmente, en las fotografías tomadas tanto por participantes como por periodistas, el conjunto de la marcha luce extraordinariamente homogéneo. Pero hubo otros encuentros al interior de esa movilización.

Los grupos y los marchantes solitarios simplemente se acercaban, se observaban y, como si fueran los automóviles que normalmente ocupan la avenida, conservaban su carril sin interferir con los otros. Fueron muchas las razones por las que aquella multitud salió a las calles; los carteles que portaban y las consignas que cantaban lo hacían evidente. Volviendo sobre Canetti, se ve a la masa bajo otra metáfora-símbolo, esto es, como la lluvia:

Quizá poseamos una conciencia más global del instante en que la lluvia parece intermitente que del fenómeno mismo. Porque solemos

desearla con gran intensidad; que caiga la lluvia puede convertirse en una cuestión vital. No siempre es fácil conseguir su presencia, y entonces intentamos convocarla con ensalmos [...] La lluvia cae en forma de numerosas gotas. Uno las ve y, sobre todo, ve su dirección (Canetti, 2002: 92).

Eventualmente, esa tarde, cada marchante llegó a la meta que se había propuesto. Los puntos de encuentro-llegada fueron colmados.

En la Plaza de Bolívar y en las calles cercanas se cantó; entonamos el himno nacional como lo hacemos siempre: con un algo de cansancio, de desánimo en la voz, como si por alguna razón nos faltara el aire. Luego se escucharon aplausos y aplaudimos todos. Tras esto, di por culminada mi jornada y caminé de regreso a casa. Un último retorno al texto de Canetti (2002: 7):

El fenómeno más importante que se produce en el interior de la masa es la descarga. Antes de ella la masa no existe en realidad: sólo la descarga la constituye de verdad. Es el instante en el que todos los que forman parte de ella se deshacen de sus diferencias y se sienten iguales.

Cumplido el segundo aniversario de esa tarde del 4 de febrero, recuerdo tres cosas más: la pregunta, las miradas y el vértigo. Ocurrieron en simultáneo tras un momento de extrañamiento. Quizá el lector pueda recordar algún momento de auténtica desorientación respecto de lo que ocurre: tras un momento de distracción, uno pierde el hilo de una conversación y retomarla cuesta un poco de trabajo. Entonces, se formula la pregunta: ¿qué está pasando? o ¿de qué estaba hablando?

Ese momento de extrañamiento ocurrió mientras me alejaba de la Plaza de Bolívar esa tarde de febrero. Recuerdo haber visto algo en una vitrina que llamó mi atención y, cuando volví la mirada hacia la calle, “todos estaban ahí”. Permítame el lector algunas líneas para elaborar este punto. Cuando caminamos por la calle difícilmente cruzamos la

mirada con extraños y, si eso ocurre, es sólo por casualidad. Ningún intercambio tiene lugar. Sin embargo, esa tarde del 4 de febrero, cuando busqué entre los rostros de la multitud por la respuesta a la pregunta “¿qué está pasando?”, la desorientación creció hasta el vértigo. Nos dice Salabert (1995: 53) que:

Quando aludo a la panestetización, o estética total, quiero decir con ello que nada o casi nada en nuestra sociedad admite ya una mirada que no sea estética, y por consiguiente individual, [...] no sustentada por otra lógica que no sea la del momento o la ocasión.

Canetti, en el texto citado algunas líneas más arriba, se refiere a la experiencia de constitución de la masa como la descarga. Se trata de un estar intensamente allí —del sujeto, del marchante—, de una conciencia absoluta del momento, tras la que se abre el paso a una experiencia de naturaleza estrictamente estética: dirigida no hacia la razón, sino plenamente hacia la sensibilidad. En la experiencia del estar allí, todos se “deshacen de sus diferencias y se sienten iguales” (2002: 7). La intensidad del momento es tal que puede evocarse el recuerdo con extrema facilidad.

El 4 de febrero de 2008, en ese momento cuando todos hacíamos el camino de regreso a casa, volví la mirada hacia la multitud y ésta fue respondida no sólo por otras miradas, sino por sonrisas y gestos de camaradería... Si la descarga de la que habla Canetti ocurrió en las marchas del 4 de febrero, no fue durante el desplazamiento de la marcha, no fue en los puntos de encuentro de la marcha, ni ocurrió en el coreo de las consignas y en el encuentro de los grupos afines al interior de la misma, ni en el ignorar a este o aquel grupo de marchantes que manifestaban ideas distintas u opuestas. Ocurrió cuando guardamos silencio y caminamos al lado de un extraño mientras nos retirábamos. Ese sentimiento de igualdad, referido por Canetti, se construyó sobre un decir. Un decir algo, un decir lo que fuera...

Facebook y la fugacidad de los nuevos cotidianos

Cuando se piensa en Facebook, ha de hacerse bajo un doble encuadre: uno, en cuanto a su estructura y flujos de información que, a la manera de Deleuze (1994: 21 y ss.), debe decirse que son de tipo rizomático. Y, a partir de la experiencia del usuario. Considerando que el lector puede no haber participado de estas redes sociales, vale la pena realizar un examen y detenernos en la descripción de los elementos que componen a la que analizamos en este artículo.

Al utilizar la expresión “estar en Facebook” quiere decirse que, en principio, ha creado usted un perfil. Alimentado por el usuario, un perfil es un formulario que contiene datos personales como edad, sexo, país de origen, ciudad de residencia, etc. Así mismo, en un perfil se pueden publicar fotos, información de contacto, lugar de trabajo, instituciones educativas de las que se hace, o hizo parte (Facebook surgió como una red para el intercambio de información al interior de círculos académicos), gustos musicales, series de televisión favoritas y libros preferidos, entre muchas otras cosas. Su función como red comienza a constituirse a partir de un eje central: los contactos o amigos, y otros ejes secundarios, como por ejemplo: el estatus o las respuesta a la pregunta “qué pasa por tu mente”, la información publicada en el perfil, los grupos de los que se participa, el chat, los álbum de fotos digitales y las aplicaciones que pueden ser usadas por el usuario.

En cuanto usted accede a la aplicación para buscar amigos, se pueden utilizar recursos tales como: filiaciones institucionales (colegios, universidades, lugares de trabajo), ciudad de residencia o país, direcciones de correo electrónico, para dar con los perfiles de sus conocidos y agregarlos como amigos. Esta acción, agregar como amigo, debe ser confirmada por el otro usuario para que la operación concluya y se cuente como un nuevo contacto. El resultado de esta confirmación es una notificación, tanto en su muro, como en el de su nuevo contacto. Esta notificación, a menos que usted especifique lo contrario, también aparecerá como una nueva entrada en los muros de todos los contactos de ese otro miembro y allí permanecerá, en tanto que no sea suprimida/borrada por cada uno de ellos.

El *Muro* es el lugar en la interfaz de Facebook en el que aparecen todas las notificaciones, tanto de sus acciones como las de sus contactos. Cuando un amigo se une a, o crea, un grupo², esta acción aparecerá tanto en el muro del usuario, como en el de todos los otros contactos de aquel. Allí aparecerán, también, las notificaciones respecto del uso de las aplicaciones, los estatus y miniaturas de las nuevas fotos publicadas.

Las aplicaciones son, en su mayoría, juegos o pasatiempos que, al establecer competencias para obtener mayores puntajes, comportan un fenómeno similar al de los yoyos o trompos en el patio de recreo de la escuela. Van y vienen cíclicamente, por oleadas. Una de ellas, entre varios cientos de opciones, ofrece la posibilidad de poseer una granja virtual (con cultivos y animales que hay que atender), otra, permite enviar a sus contactos regalos virtuales tales como: cervezas, conejos, libros, etc. (ideales para cumpleaños u otras ocasiones).

Por otro lado, se encuentra el estatus. En la parte superior de la pantalla de inicio de Facebook, aparece una casilla que contiene una pregunta enigmática: “*What’s in your mind?*”, (en la versión de Facebook en español, ¿Qué estás pensando?). Usted puede escribir allí lo que quiera, así como adjuntar un vínculo a cualquier sitio de la red (son populares los sitios de agencias de noticias, así como videos y fotos). Naturalmente, cada vez que usted cambie su estatus, este aparecerá como una nueva entrada, tanto en su muro, como en el de todos sus contactos.

Un detalle más. Cada acción notificada en su muro, cada foto publicada por alguno de sus contactos, cada reporte de una aplicación, cada estatus y, en general, todo el conjunto de los recursos y actividades disponibles en Facebook, tiene una casilla en donde es posible poner un comentario. Y el círculo se repite: estos comentarios aparecerán en los muros de todos sus amigos.

Para realizar un ejercicio matemático respecto a la cantidad de notificaciones tendríamos que sumar el número de amigos, más el número de aplicaciones usadas por cada uno, más el número de grupos en los que participan, más el número de modificaciones en los estatus, más las fotos publicadas, más los reportes de modificación de los perfiles,

² Sobre estos grupos y su estructura, volveremos en el siguiente apartado.

más las nuevas amistades, más el número de comentarios realizados en cada una de estas acciones reportadas, etc. Y, por otra parte, si se tiene en cuenta el tiempo dedicado cada día por cada usuario a revisar qué hicieron sus amigos y realizar comentarios al respecto, nos da como resultado tanto un enorme número de notificaciones, como una relación de proporción inversa: a mayor número de notificaciones menor porcentaje de visibilidad. O, dicho de otra manera, si se encuentra usted en un salón reunido con doscientas personas, y todas realizan acciones y hablan al tiempo, ¿a cuántas de ellas es posible seguir?

También hay que hacer notar que no hay nada ni nadie que garantice que la información que cada usuario consigna en su perfil sea ciento por ciento verdadera³. Así, cada quien puede jugar, o juega, a construir una versión de sí mismo en la elaboración de su perfil... y puede desviarse del original tanto como quiera. No hay límites al número de perfiles que pueden ser, en este caso, administrados por un usuario. No hay un número límite a los contactos, aplicaciones y grupos en los que se puede participar.

Por otro lado, siempre puede reversarse toda decisión. En Facebook, siempre es posible retirarse de un grupo, eliminar una aplicación, retirar a alguien de su lista de amigos; siempre es posible borrar el registro de acciones y comentarios dejados por un usuario, etc. En el extremo opuesto, no es posible eliminar su perfil, aunque Facebook sí puede eliminarlo, en caso de extralimitarse o de ser denunciado⁴.

Podemos decir, entonces, que el flujo de la información que viaja hacia el usuario puede ser modificado, acelerado, desviado y detenido, dependiendo de cuán densa (número de contactos, grupos, aplicaciones, tiempo en línea, etc.) sea su posición al interior de la red en Facebook. La estructura rizomática descrita por Deleuze, en la que no hay un centro absoluto, sino constelaciones de nodos unidos por líneas de flujo, nos hace pensar en el siguiente ejemplo: A tiene tres contactos, uno de ellos es B, y B tiene trescientos contactos. Si

³ Naturalmente, hay una serie de requerimientos legales (términos de uso), que se aceptan al abrir su perfil. Este paso es obligatorio si usted desea entrar a estas redes.

⁴ De nuevo, en consonancia con los términos de uso establecidos al generar un perfil.

clasificamos el grado de densidad de la red de un usuario por la cantidad de notificaciones generadas por cada diez contactos, tenemos que la densidad de la red para el caso de A es cero y para el caso de B es treinta. Supongamos que A usa regularmente diez aplicaciones distintas (al menos una vez al día), todas ellas son juegos que generan notificaciones sobre puntajes exitosos y, ocasionalmente, cambia su estatus. Por otro lado B que, supongamos, es un aficionado a la fotografía, sube nuevas fotos a su perfil una vez a la semana. Si tenemos en cuenta que la interfaz de Facebook presenta en pantalla alrededor de cincuenta notificaciones de las acciones más recientes de los contactos, las acciones de A aparecerán en esta sección (más recientes) del muro de B sólo ocasionalmente, mientras que las de B serán visibles en el muro de A al menos por un día o dos. Es así que, reafirmo, a mayor densidad, menor visibilidad.

Por otro lado, la interfaz con la que esta información se presenta cambia con alguna regularidad. Esto es, el portal web, desde su fundación, ha tenido diversos diseños. Es así que tanto la red, como la manera como se presenta la información mutan constantemente. Todo ese conjunto cambia permanentemente.

Allí, en el medio de ese enorme caudal de información, se creó un grupo de rechazo hacia un grupo alzado en armas en un país ubicado al norte de Suramérica.

Y vale pensar sobre una contraseña:

Ya no estamos en la confortable y tradicional acepción filosófica en la que lo virtual era lo que está destinado a convertirse en actual y donde se instauraba una dialéctica entre ambos conceptos. Ahora, lo virtual es lo que sustituye a lo real, es su solución final en la medida en que, a un tiempo, consuma el mundo en su realidad definitiva y firma su disolución” (Baudrillard, 2002: 48).

“Un millón de voces...” No, “un millón a una voz”

Quizás deba disculparme con el lector por la intención un poco efec-tista en el uso de ese fragmento de las *Contraseñas* de Baudrillard. Sin embargo, postergaré el gesto ya que, en el fondo, servirá como punto de toque y apertura a algunas ideas por venir, especialmente si analizamos las diferentes instrumentalizaciones que se han hecho de Facebook, avalando numerosas campañas políticas desde su fundación.

En Facebook un grupo, al igual que un perfil, posee un muro en el que son reportadas acciones, por lo general, mensajes, que son dejados por los usuarios que participan de él. Posee, así mismo, una galería de fotos y, finalmente, un espacio de discusiones. El grupo en el que centramos nuestro interés, *Un millón de voces contra las FARC*, creado el 4 de enero de 2008, posee (al cierre de la escritura de este artículo) cerca de quinientos mil miembros, 3.800 tópicos de discusión y un sinnúmero de entradas, tanto a cada una de esas discusiones, como en el muro del grupo. Esto es, volviendo sobre la clasificación de la den-sidad, que superó holgadamente un índice de 45.000. Transcribo aquí sólo una breve muestra de los títulos de los temas de discusión para dar una idea al lector de lo variopintos que ellos resultan: “Emplear la insignias de un millón de voces contra las FARC antes de empezar los partidos de futbol profesional”; “¿Por qué no marchan los familiares?”; “¿Por qué no ir a la marcha del 4 de febrero? los paramilitares la apoyan abiertamente, qué descaro esta farsa!”; “Las barbaridades que publican ANNCOL y las FARC”; “Estamos pensando muchos seriamente en ir a la marcha”; “El objetivo de la marcha está amenazado!”; “Para evitar filtración de criminales en la marcha”; “¿Cuál es su propuesta alterna a la de las FARC y a la del gobierno para liberar a los secuestrados?”; “Necesitamos 22 millones y las FARC se retiran. Sera que cumplen?”.

Cuando se vuelve sobre las razones que motivaron la apertura de este grupo, y la estructura del medio en el que se abrió, pueden en-tenderse las líneas citadas más arriba del texto de Salabert. Lo estético, en cuanto afectación de pasiones, circunscrito a un contexto como el de las redes sociales en el que todo ocurre en lo inmediato, genera un contexto en el que podemos comprender tanto la intensidad del

fenómeno, como lo espectacular de sus resultados. Tradicionalmente, el accionar político de los ciudadanos comunes, como usted y yo, pasa por una forma de adhesión a las ideas que un A o B personaje, o partido, representa. Sin embargo, la participación activa ofrecida por un espacio como Facebook genera un espacio alterno para el ejercicio de la ciudadanía en el que opiniones, impresiones, creencias y sensaciones pueden ser, no sólo expresadas, sino escuchadas e, incluso, con algo de suerte, debatidas.

Consideremos aquí una idea de Maffesoli (2004: 271):

El hecho de que la vida social, nacional o internacional ya no descansa más sobre la simple razón mecánica, sobre una gestión de lo político [...] no significa, en efecto, que esté totalmente desordenada, sino por el contrario, la implosión de todo este conjunto puede dar nacimiento [...] a un orden secreto, una razón interna [...], donde la pasión, el sentimiento, la razón no instrumental entran en 'correspondencia' para construir una de las organicidades más sólidas.

Si se vuelve sobre la experiencia de la marcha, sobre los símbolos que utiliza Canetti como metáforas para describirla, y volvemos la mirada sobre el grupo que la convocó, podríamos hacer, ya sin temor, una serie de equivalencias. En efecto, tanto en el transcurso de la marcha, como en las distintas apariciones de los usuarios de Facebook, pudieron ser escuchadas todas las voces, quizá hubo encuentros, y quizás no. Participaron en ella, y se opusieron a ella, todos los que, atentos a un signo en el caudal de información que circuló por esos días, tuvieron algo que decir. Para pensar en todas las diferencias de los marchantes, entre ellos y con respecto a sus detractores sería preferible, por lo pronto, pensar en lo desbordado, desbordante y su desplome; dicho de otra manera, en el ejercicio auténticamente democrático: la convivencia de los diferentes y sus límites (en la posibilidad del acuerdo). En el desfogue o en la catarsis. En la irrupción de un mundo vertiginoso sobre otro, quizá más parco, pero aún vital.

“[...] es posible que así como [existe] la imagen con la que se juega para el cuerpo individual, [...] exista una coenestesia global que integra funcionamientos y disfuncionalidad desembocado por este hecho en un equilibrio, donde no se pueden prever los contornos, sino que constituye, en el sentido fuerte del término, un verdadero cuerpo social (Maffesoli, 2004: 271).

* * *

Quisiera volver sobre un término apenas mencionado en la apertura de estas líneas. Sacar a la luz y aparecer son, entre otros, algunos de los significados comunes de toda epifanía. Vino al caso mencionarla a la hora de describir la relación intrincada entre las marchas del 4 de febrero y Facebook puesto que, en cuanto acción, hubo un algo que se desplazó desde el espacio virtual hasta el espacio público. Eso que salió a la luz fue identificado, al final del primer apartado, como el ejercicio de la capacidad para decir o expresar opiniones, impresiones y creencias respecto de un tema. Pero, con respecto a esta relación particular entre lo virtual y lo público y, en general, con referencia al uso de las redes sociales como Facebook, en tanto lugares de encuentro y discusión de temas relativos a lo político (bastaría pensar en la Campaña de Barak Obama por la presidencia de los EE.UU o a la famosa “ola verde” que en las pasadas elecciones presidenciales de Colombia “esperanzó” a más de tres millones de colombianos), asistimos desde hace ya un tiempo a lo que podemos describir como un reconocimiento —o anagnórisis, en su sentido más clásico— del empleo de estas “comunidades” como auténticas ágoras en las que la circulación de información y de la opinión de sus usuarios protagoniza la vida política, no solo del país, sino del mundo. Las marchas del 4 de febrero no son sino un ejemplo cercano, de la globalidad del fenómeno.

Debería pensarse, a su vez, en el análisis de la *aletheia* de Heidegger (1997: 233 y ss.), esto es, en el des-ocultamiento de un nuevo aspecto de lo real, vale decir en lo virtual, cuyos límites estarían marcados tenuemente por los avances de la técnica, sus posibilidades y sus usuarios.

Como sabemos, la realidad no ha existido siempre. Comenzó a hablarse de ella sólo a partir de la existencia de una racionalidad para mencionarla, de unos parámetros que permiten representarla mediante signos codificados y decodificables (Baudrillard, 2002: 49).

Me gustaría cerrar este texto haciendo una aclaración y dejando abierta una pregunta. Por ninguna circunstancia considere el lector que el objeto de estas líneas es demeritar, en ningún sentido, las acciones de todos los ciudadanos que se movilizaron el 4 de febrero, ni desconocer las otras grandes marchas que se efectuaron en los meses que siguieron (las del 6 de marzo y 20 de julio, por señalar algunas). Las inquietudes y reflexiones aquí presentadas surgen del interés común de un grupo de estudio por preguntarse sobre los nuevos modos de interacción en los escenarios abiertos por lo virtual. Surgen, a su vez, de un interés personal por hacer circular un conjunto de ideas que parten de una inquietud referida a las marchas de un 4 de febrero: plantear simple y llanamente: y después de todo, ¿qué ocurrió?

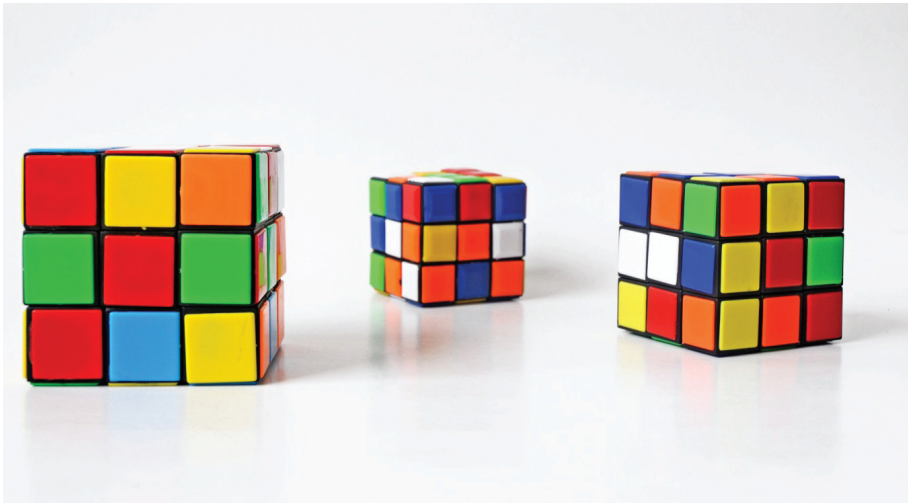
Quizá deba pensarse, como lo hace Sartre, desde lo más cercano y obvio y, a partir de ello, cifrar los efectos de un ejercicio masivo de nuestra ciudadanía:

Hay que hacer que estas nociones se descubran con un ejemplo, el más superficial y cotidiano. Hay un grupo en la Plaza de Saint-Germain; esperan el autobús en la parada, delante de la iglesia. Tomo aquí la palabra grupo en su sentido neutro: se trata de un conjunto de personas que aún no se si, como tal, es el resultado inerte de actividades separadas o de una realidad común que ordena los actos de cada uno, o una organización convencional o contractual (Sartre, 1979: 396).

BIBLIOGRAFÍA

- Baudrillard, J. (2002). *Contraseñas*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Canetti, E. (2002). Masa y Poder. En *Obras completas*, 1. Barcelona: Editorial Galaxia Gutenberg.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1994). *Mil mesetas*. Valencia: Pre-Textos.

- Heidegger, M. (1997). *El ser y el tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Maffesoli, M. (2004). *La trasfiguración de lo político; La tribalización del mundo posmoderno*. México: Editorial Herder.
- Morales Guevara, O. Entrevista disponible en <http://www.Youtube.com/watch?v=nAMfu8E171g>, consultada el 20 de diciembre de 2009.
- Salabert, Solé, P. (1995). *Declives éticos. Apogeo estético y un ensayo más*. Medellín-Cali: Editorial UNC-Universidad del Valle.
- Sartre, J. P. (1979) *Crítica de la Razón Dialéctica, Libro I*. Buenos Aires: Editorial Losada.



La intimidad del miedo en Internet

La intimidad del miedo en Internet

JULIÁN SEPÚLVEDA*

Habitar hoy en día los caminos del miedo implica chocar con percepciones de peligros reales y ficticios que existen en *el afuera* extraño y oscuro y en *el adentro* desconocido y vacío. *Allá*, en *el afuera*, todo es inexplorado y cambiante, nada nos pertenece en el puntual sentido de la palabra y todo se empieza a tornar abstracto e irreconocible. La otredad es un mero relato que se olvida por el desuso; la sociedad es un concepto que poco unifica, los amigos son intermitentes luces que aparecen, sombras que desaparecen, e individuos que se desconectan con la misma regularidad. Los gustos cambian con el paso del tiempo, los deseos mudan a la moda del día siguiente, la fe puede ser un empujón de caracteres sin significado y la sexualidad se publica, anuncia y se le teme.

Vivimos el olvido del acercamiento y evitamos aproximarnos demasiado por recelo, sospecha, turbación o desasosiego... Preferimos el álbum virtual, elegir nuestros mejores contornos y desechar las responsabilidades de la iconografía imprevista. Hoy es más fácil y pudoroso, menos doloroso, conocer a través de la pantalla que anuncian redes sociales; entender, sin comprender, a partir de símbolos vanos, fotografías manoseadas, textos sin ortografía, silencios insospechados y ocultos bajo la lobreguez de la inactividad...

Acá, en *el adentro*, el yo y la intimidad son flexibles, maleables e intrascendentes. Somos la publicación renovada de nuestro Facebook,

* Politólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

nuestras conversaciones interrumpidas en el MSN. Así pues, la carta de presentación será nuestro perfil manipulado, organizado asépticamente. Si bien poco sabemos del otro por su condición de sombra versátil, menos sabemos de nosotros mismos por nuestra posición de seres sin fondo. Quizá el horóscopo sea nuestro consejero diario. Al igual que Sísifo, nuestra principal tarea será renovar la página personal, montar nuestras mejores sonrisas pronto olvidadas; tal vez la felicidad momentánea está a la puerta de una dirección web donde nos convertiremos en los mejores amantes sin sexo y espiaremos la desnudez de cuerpos sin posibilidad de tocarlos con la culpa malsana de rozar el propio. Aquí habitamos lo inhabitable porque apenas somos un pantallazo en constante cambio.

Coexistimos en lo superficial y el “muro” es lo más profundo que tenemos para expresarnos; nos descubrimos a través de aplicaciones tan inciertas como “las galletas de la suerte”, los test impersonales siempre exactos, los regalos gratis, los juegos interactivos de “sanas competencias”.

He ahí el panorama de la vida prefabricada con materiales desechables, cambiables, intangibles y, en el fondo siempre percederos, de nuestras nuevas ficciones contemporáneas.

*El instinto social de los hombres no se basa en el amor a la sociedad,
sino en el miedo a la soledad.*
(Arthur Schopenhauer).

No volví a saber nada de mis amigos de colegio desde el día en que me gradué. Por más de nueve años no supe dónde se escondieron y mucho menos qué habían hecho con sus vidas. Muy pocas veces veía pasar de lejos alguna cara conocida, pero en muchas ocasiones me pregunté, después de tanto tiempo, qué sería de esos colegiales que convivieron conmigo por años enteros, cuántos podrían ser hoy padres de familia, quiénes serían profesionales o taxistas, quizá deportistas, comerciantes, curas o ladrones, y siempre quise saber de aquellos que iban muriendo en este transcurso de tiempo que se abrió como una brecha del olvido.

Todo transcurrió en el anonimato hasta hace pocos meses, cuando me encontré con el mejor de mis amigos de ese entonces. El cruce fue una casualidad, y por el afán de ambos sólo pudimos estrecharnos las manos y preguntarnos cómo estábamos. Pasados unos segundos, y al ver que la imposibilidad de comunicarnos era evidente, mi compañero de infancia, hoy un respetable abogado lleno de responsabilidades, me propuso vernos en Facebook, como si se tratara de la sala de su casa, su oficina o el lugar donde llegan los desaparecidos. Yo sólo asentí con la cabeza y cada uno siguió su camino. Desde entonces exploro esta página web, el sitio de redes sociales más grande de los últimos años.

Afuera

Sólo me bastó estar frente a esta esnobista comunidad virtual creada por Mark Elliot Zuckerberg¹ para iniciar un juego de camuflaje, de suspicacia o de fábula, pues, desde el registro gratuito y de libre acceso, se adiestra la primera desconfianza en quien presuntamente está del otro lado. “Regístrate. Es gratis y cualquiera puede unirse”.² Este acto de publicación ante los demás es tan vanidoso y natural, como el de mirarnos en un espejo antes de ser observados por un público expectante. En principio deseamos revelar la cara que plausiblemente puede mostrarse, además de la clasificación escrupulosa de gustos prefabricados que muestran ciertos rasgos de lo que posiblemente somos o quisiéramos ser. Entrevemos lo que podemos exponer, pero desconocemos quién acecha nuestro reflejo modificado; en otras palabras, en el afuera sospechamos de forma morbosa la posible existencia de algo extraño y oscuro, puesto que es nuestra parte contingente la que está

¹ Empresario y programador informático estadounidense. Creador y presidente de la comunidad virtual Facebook, en el año 2008, con tan sólo veintitrés años de edad, se convirtió en el multimillonario más joven de la lista que publica anualmente la revista Forbes. Nacido en el seno de una familia judía, su pasión por la informática se manifestó muy pronto, y ya a los doce años de edad comenzó a programar. Cursó estudios en el Ardsley High School y la Phillips Exeter Academy, y en 2002 ingresó a la Universidad de Harvard, Massachusetts. Dos años más tarde, a principios de febrero de 2004, con tan sólo diecinueve años y junto a sus compañeros de habitación en la Universidad, lanzó un nuevo sitio web, la red social Facebook.

² Facebook, <http://www.Facebook.com>

desprotegida y la que por defecto siempre transita en una condición inexplorada y cambiante.

Si tratáramos de hacer una reflexión sobre la forma estética de la iconografía virtual que utilizamos, no sería apropiado recurrir a conceptos tan exactos y representativos como son la belleza, la verdad y la realidad. Más adecuadamente podríamos referirnos en términos de la mimesis³ o la catarsis⁴ aristotélica, que consecuentemente hacen referencia, en primer lugar, a una imitación de la naturaleza, es decir, a la publicación manipulada y aséptica de fotografías, álbumes, videos, regalos, eventos, grupos, enlaces, notas y emoticonos sencillos y, en segundo lugar, a una representación teatral inevitable en la cual podemos vernos representados-reflejados en algo o en alguien. De esta manera, el sufrimiento no será de uno sólo y evitará tener un carácter misántropo, pues ideamos a alguien que factiblemente está detrás de la pantalla escribiendo en nuestro muro virtual, dejando mensajes que incitan a la comunicación y remitiendo regalos gratis que se dan y se reciben y que en el fondo sólo nos recuerdan que hacemos parte de una “comunidad”.

Arthur Rimbaud lo escribió de manera más poética diciendo “Je est un autre” (1873), en el sentido que no nos pertenecemos, pues somos

³ A partir de Aristóteles, se denomina así a la imitación de la naturaleza en el arte clásico, tomado como fin esencial. Es un vocablo latino (mimesis) que deriva del griego y se traduce como “imitación”. Es distinto de “representación” cuya principal diferencia radica en la naturaleza de su mecánica, pues la mimesis se rebela a que se la compare con el referente, convirtiéndose en algo equivalente al original. Sin embargo, el ejercicio mimético obliga al uso de rasgos representativos. Si bien la mimesis es un sinónimo adecuado para analogía, en general se habla de ella cuando existe un parecido más exacto con su original.

⁴ Es una bella palabra que, tomada de la medicina, la puso en circulación Aristóteles con el significado ético-estético que actualmente tiene. El principio aristotélico de la catarsis viene a decir que la tragedia (la representación teatral) es muy útil porque los espectadores ven proyectadas en los actores sus bajas pasiones y sobre todo porque asisten al castigo que éstas merecen; de esta manera se produce en ellos un efecto purificador. Los espectadores, mediante la contemplación de la tragedia y mediante su participación anímica en la misma, someten su espíritu a profundas conmociones que sirven para purgarlo. Cuando salen de participar en el duro castigo que el destino, y ellos con él, han infligido a los malvados, sienten su alma más limpia. Se sienten mejores ciudadanos. Esa es la virtualidad catártica que atribuyó Aristóteles a la tragedia.

una fragmentación y una irradiación de los demás. Poco importa si en nuestro Facebook somos hombre, mujer, animal, cosa, enfermo, modelo, gay, heterosexual, político, niño o anciano; si buscamos amistad o sexo, si nuestros amigos son confiables, si asistimos o no a los eventos, si creemos en quien está del otro lado o si tenemos alguna idea de quién somos.

Hace ya tiempo que la información ha saltado el muro de la verdad para evolucionar en el hiperespacio de lo ni verdadero ni falso, ya que todo reposa allí en la credibilidad instantánea. O, más bien, la información es más verdadera que la verdad porque es verdadera en tiempo real, motivo por el cual es fundamentalmente incierta. Más aún, retomando la reciente teoría de Mandelbrot⁵, puede decirse que las cosas ya no tienen una, dos o tres dimensiones en el espacio de la información, ni en el espacio histórico, ni tampoco en el espacio fractal⁶: flotan en una dimensión intermedia. Así pues, ya no hay criterios de verdad o de objetividad, sino una escala de verosimilitud (Baudrillard, 2000: 125).

Así pues, podríamos decir que somos partícipes de una época donde no es sustancial pensar y comprender la virtualidad, pues ella nos supera, nos moldea y nos conduce tanto que se ha roto de una manera irreparable el umbral que existía entre lo real y lo ficticio. En este orden de ideas, sufrimos la descontextualización del borroso tiempo pretérito y del desértico tiempo futuro, dejando como única sensación residir en un vaporoso presente que no es sino el aleatorio “tiempo real”, caracterizado por lo etéreo y lo incorpóreo. Para ejemplificar este

⁵ Matemático polaco conocido por sus trabajos sobre los fractales. Es el principal responsable del auge y del interés creciente del público, desde el inicio de los años setenta, por este dominio de las matemáticas. En efecto, supo utilizar la herramienta que se estaba popularizando en esta época —el ordenador— para trazar los más conocidos ejemplos de geometría fractal: el conjunto de Mandelbrot, por supuesto, así como los conjuntos de Julia, descubiertos por Gaston Julia, quien inventó las matemáticas de los fractales, desarrollados luego por Mandelbrot.

⁶ Un fractal es un objeto semigeométrico cuya estructura básica, fragmentada o irregular, se repite a diferentes escalas. El término fue propuesto por el matemático Benoît Mandelbrot en 1975 y deriva del latín *fractus*, que significa quebrado o fracturado. Muchas estructuras naturales son de tipo fractal.

posible nudo de conceptos, pensemos en el Apolo 11, o en la afamada misión espacial que Estados Unidos envió el 16 de julio de 1969 desde el complejo Cabo Kennedy, siendo ésta la primera misión tripulada en llegar a la superficie de la luna. Sólo podremos decir que las pruebas de tan fantástica realidad tuvieron validez en el momento en que posiblemente el comandante Neil Armstrong pisaba la superficie de nuestro satélite, pues luego de ese instante se da el rompimiento total de lo que escasamente podríamos denominar como real. En otros términos, a partir de la virtualización del acto o de la transmisión en directo, se pasa a una conexión con el mundo de los simulacros, y en esta lógica la recreación del alunizaje, las fotografías divulgadas y pensar que este paseo lunático hace parte de una conspiración será lo que nos quede para reproducirlo una y otra vez, como lo hicieron en 1902 Georges Méliès y su hermano Gaston al rodar la película en blanco y negro *Le voyage dans la lune*.

De la misma manera, nuestro Facebook es una reproducción más de algo que no es ni falso ni verdadero sino instantáneo, pues no tenemos pruebas históricas porque todo es cambiante, reencauchable y camuflable. En nuestras manos está la opción de alterar las fotografías, de engañar a pesar de la mala ortografía, de reducir la vida a un video casero, de tener por amigo al gran desconocido, de ser un invisible para los demás, de adquirir una nueva nacionalidad a cualquier hora del día, de mutar nuestro género; casi hasta llegar a un punto de desanclaje total o de agujero negro, donde nada penetra sin ser desustancializado o, lo que es lo mismo, de llegar a un vacío a causa de los excesos.

Adentro

Si hablamos de aquello que no deseamos publicar, es decir, de lo que podríamos denominar personal, deberíamos afirmar que esa condición íntima, intrínseca y taxativa, siempre emana de un alto costo, ya sea de sufrimientos, de sacrificios, de angustias, de silencios, de desilusiones, etc. De esta manera, y parafraseando al escritor francés Guy de Maupassant, “nuestro gran tormento en la vida, proviene de que estamos solos y todos nuestros actos y esfuerzos tienden a huir de esa soledad”; así pues, nuestra lucha incesante con la soledad ha hecho que lo en-

trañable sea prefabricado con un material flexible, hasta el punto de sentirnos acompañados aun en el aislamiento.

Ya estamos con el “otro” cuando tan sólo vemos el listado de conocidos y de amigos en común, cuando podemos escudriñar el *currículum vitae* depurado de nuestros agregados, cuando inspeccionamos las notificaciones, cuando hemos sido etiquetados y comentados por propios y extraños, cuando se acumulan los mensajes y los saludos en el muro. En este sentido, hemos construido una nueva Babel, donde no será posible que nos cambien la lengua porque ahora alteramos los lenguajes artificiales con los cuales podemos re-unirnos. Esa alianza virtualizada explica por qué ya no hay separación ni ausencia, pues desde la página de inicio somos parte de la pantalla y encaminamos nuestra intimidad cada vez más transparente y pública a unos códigos comunes que nos dan la felicidad y la tranquilidad efímera que necesitamos. En la misma dirección, esa imagen de nuestra intimidad reproducida puede ser invadida, interceptada y espiada, “del mismo modo que la ciencia se infiltra en el genoma, en el código genético, para transformar desde ahí el cuerpo mismo” (Baudrillard, 2000: 204).

Ahora bien, este tránsito de interacción con “el otro”, que presupone un capital social y a la par un trágico huir angustioso de la soledad, nos demuestra que la vida líquida no es sino una colcha de retazos de nuestros comportamientos en esta modernidad tardía, también llamada hipermodernidad que, de antemano, es un reflejo de una devastadora máquina de consumo que in-visibiliza los límites. Así entonces, podemos ser partícipes de una red social que paradójicamente nos reduce a condiciones degradantes de soledad, por el hecho de no ser capaces de aceptarla y de disfrutarla, lo que nos bautiza como unos desérticos consumidores perfectamente consumibles. Sin embargo, la imposibilidad mental y corporal de renunciar a estos nuevos conceptos para estar en contacto con el otro, nos mantiene aquí: asomados cada uno desde una ventana diferente, merodeando la vida ajena y corriendo así con la suerte de ser unos amantes sin sexo porque deseamos a alguien con quien ya no podemos estar.

La incertidumbre en la cual permanecemos des-unidos ha debilitado, antes que a las comunidades y sus lazos, a los individuos y sus apócrifas

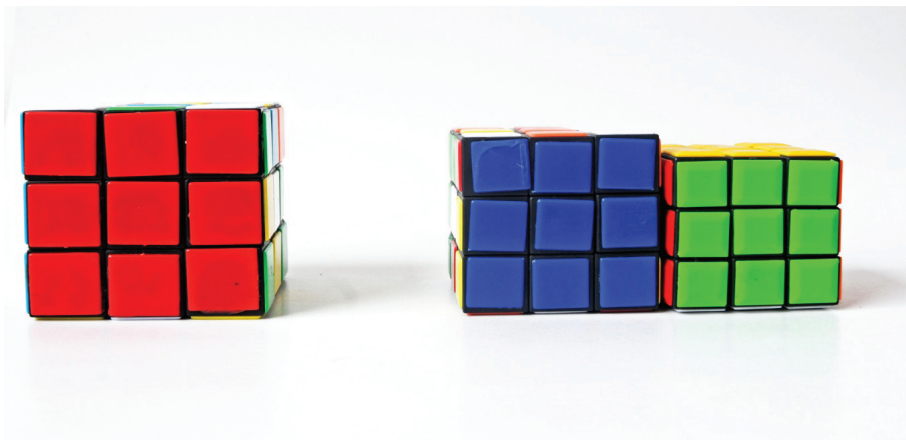
identidades sólidas, que se traducen hoy por hoy en in-sensibilidades ciegas que ahondan nuestro miedo a vivir y a sentir. Pero aun así, necesitamos mirarnos en el otro para encontrar un yo desfigurado, un rastro perdido o un viejo amigo de colegio.

BIBLIOGRAFÍA

Facebook. Disponible en <http://www.Facebook.com>, consultado el 28 de febrero de 2010.

Rimbaud, A. (1873). *Une saison en enfer*. Bruselas, Alliance Typographique,

Baudrillard, J. (2000). *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama.



Vínculos virtuales y melómanos
digitales: un acercamiento al portal
Last.fm

Vínculos virtuales y melómanos digitales: un acercamiento al portal Last.fm

MANUEL LOZANO*

En los últimos años, Last.fm se ha posicionado como la comunidad musical más importante del ciberespacio. Con más de quince millones de usuarios registrados, esta red social presenta varias de las dinámicas de convergencia que se articulan en la actualidad entre los diferentes medios de comunicación: con un *plug-in* para el iTunes —y otros reproductores de medios—, Last.fm no solo crea un registro virtual de la música que los usuarios escuchan en el computador, sino también de la que reproducen en sus dispositivos móviles (iPods, celulares, etc.). Esto permite que el sistema reúna al usuario con aquellos suscriptores que tienen los gustos musicales más cercanos al suyo y recomendar a los neófitos nuevos géneros e intérpretes. Lo anterior se logra al remitirse sincrónicamente a la base de datos recopilada de manera incesante por medio del *plug-in*. Como resultado se crean de modo automático comunidades virtuales intermitentes —llamadas vecindarios—, en las que la cohesión social entre los individuos no responde a circunscripciones territoriales sino a “afinidades electivas” musicales. Ahora, si bien es cierto que esta red social estimula la discusión y cooperación entre los miembros, también lo es que sus vínculos se articulan y desarticulan tan rápido como cambian los gustos musicales contemporáneos. Como usuario asiduo de este servicio, quisiera documentar y analizar algunas de esas experiencias de sociabilidad, a través de gustos musicales compartidos.

* Antropólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

El barrio (o vecindario), en sentido tradicional, es aquel espacio público que “conjuga una cierta funcionalidad con una carga simbólica innegable” (Maffesoli, 2004: 74). Si las ciudades son lugares donde los desconocidos se encuentran, permanecen en mutua proximidad e interactúan durante largo tiempo sin dejar por ello de ser desconocidos, el barrio es un lugar familiar: su encrucijada de situaciones, momentos, espacios y gente lo hacen portador de un aura¹ específica. Allí, del lazo entre la emoción compartida y la “comunalización” abierta, se suscita lo que Weber llamaría “comunidades emocionales”, conjuntos cimentados por la inscripción local, la “especialización” y los mecanismos de solidaridad.

Ahora bien, sabemos que con la aparición de nuevos contextos, los viejos términos adquieren nuevos usos y significados. En 1984 vio la luz el ciberespacio, en el terreno de la ciencia ficción, con la publicación de la novela “cyberpunk” *Neuromante*. Pronto se hizo una palabra de uso común, extendiéndose desde la fantasía literaria hasta la teoría social: hoy hablamos de ciberespacio cuando nos referimos a la dimensión imaginaria que se extiende entre los dispositivos “computacionales” (Turkle, 1984) —como los reproductores de mp3 y teléfonos móviles. Su llegada ha posibilitado la interconexión y unificación de la economía y la cultura alrededor del globo. A su paso, las prácticas y representaciones sociales han cambiado de naturaleza. Son innumerables las comunidades que se han gestado en el ciberespacio, reuniendo a personas de todo el mundo entorno a gustos y opiniones en común. A propósito de *Well*, una de las primeras comunidades virtuales, el periodista Howard Rheingold escribió en 1987:

Las “comunidades virtuales” de interés son superiores a las comunidades tradicionales en la medida que permiten encontrar directamente a aquellos que comparten los mismos valores y los mismos intereses. Por el contrario, en la vida real, esta búsqueda es larga y aleatoria (Citado por Flichy, 2004: 100).

¹ En el sentido que Maffesoli (2004: 67) le da a la noción de Benjamin.

Con el pasar de los años, las comunidades virtuales se han hecho cada vez más populares. Facebook, Orkut, Hi5, LinkedIn, Last.fm, Twitter, MySpace... todas ellas cuentan con millones de usuarios registrados. Su realidad es virtual, no pertenece al mundo físico, pero no por ello son menos intensas o efectivas al momento de unir y movilizar. De hecho, los lazos interpersonales que establecen pueden llegar a ser para algunos más deseables que aquellos que se dan en el mundo material: proveen sociabilidad, apoyo, información y sentido de pertenencia; contactan a los usuarios con saberes e identidades similares a los suyos, pero en el momento en que la relación se torna complicada o se hace innecesaria, solo basta con desconectarse, cerrar la cuenta, oprimir *delete*. Ante tal situación, nociones como barrio o vecindario, como era de esperarse, también han de cambiar para adecuarse al ciberespacio, a la dimensión virtual. De hecho, en mi experiencia como usuario de la red social Last.fm, me encontré con la novedosa forma en que esta comunidad virtual establece vecindarios al reunir a diferentes usuarios, sin importar su ubicación geográfica, según parámetros de afinidad musical. Para abordar más a fondo tal cuestión, me permito comenzar con un breve repaso por la historia de esta comunidad, su funcionamiento y algunas de sus particularidades.

Fundada en 2002 por un grupo de programadores londinenses, Last.fm se proponía en principio dos cosas: establecer una estación de radio en Internet y crear una comunidad electrónica que agrupara perfiles musicales similares para proveer a los usuarios de listas musicales inteligentes. Al principio se trataba de dar a los visitantes la posibilidad de escoger canciones y artistas entre una base de datos almacenada por el portal, con el fin de que cada cual agregara sus temas favoritos a una lista y personalizara así un perfil musical en la comunidad. En 2003, el sitio AudioScrobbler se unió a Last.fm y trajo consigo los desarrollos realizados en un tipo de software conocido como Collaborative filtering. Básicamente esta herramienta tenía como función comparar entre los gustos de los miembros de la comunidad para poder agruparlos, de modo que cuando un usuario

reproducía una pista multimedia, el sistema comparaba la elección con la información recolectada y almacenada a partir de la actividad del resto de la comunidad con el fin de sugerirle artistas similares, ponerlo en contacto con usuarios de gustos musicales afines y crear emisoras de radio personalizadas. Se trataba de los primeros pasos para consolidar la construcción de un conocimiento musical comunitario, solidario.

En 2006, el sitio perfeccionó una nueva aplicación: un ligero software que permitía a los usuarios reproducir las emisoras de radio de Last.fm y sincronizar las reproducciones de audio provenientes del ordenador de cada usuario, generando para ello una simbiosis con reproductores digitales populares como iTunes y Winamp. En este punto es importante resaltar que el ideal de cooperativismo que se encuentra en la base de la invención de las redes sociales ha cautivado a algunos teóricos sociales. En el divulgado libro *La Inteligencia colectiva*, Pierre Levy (1994) sostiene que el objetivo comunitario en la red parte del reconocimiento y enriquecimiento mutuo de las personas; ella concentra fuerzas intelectuales y espirituales y multiplica las imaginaciones y experiencias, negociando en tiempo real, y a todas las escalas, las soluciones prácticas a los problemas complejos a los que se enfrenta la comunidad. En esa línea argumental, Scrobler representó un esfuerzo por crear un conocimiento a varias manos, al permitir que los usuarios fueran quienes etiquetaran la música que escuchaban según géneros o tendencias. En mayo de 2007, el portal fue comprado por CBS Broadcasting Inc., por ciento cuarenta millones de libras. Recientemente ha lanzado aplicaciones para iPhone y Xbox 360 que buscan llevar a otro nivel la experiencia musical de los usuarios. A mediados de 2010, Last.fm contaba con más de treinta millones de usuarios en más de doscientos países del mundo, y su página se encontraba traducida a doce idiomas. Según datos del portal (www.last.fm/resources), el 82% de los usuarios no supera la edad treinta años.

Según los administradores del portal, la meta de Last.fm ha sido siempre “hacer más democrática la cultura musical: que cada uno pueda escuchar

la música que quiera, cuando quiera. Sin un intermediario que diga lo que te tiene que gustar” (<http://www.lastfm.es/about>).

De acuerdo con lo anterior, no hay por parte de los administradores una imposición de categorías musicales o géneros: los oyentes están en total libertad de navegar en el portal en busca de nueva música; son ellos quienes rotulan (*taggean*), agrupan a los artistas y señalan en conjunto las tendencias dignas de atención en determinado momento. Para que el conocimiento circule, la comunidad se articula principalmente a través de dos vías: el perfil musical y Scrobblor.

El primero, ubicado en el portal www.last.fm, contiene la información clave acerca de cada usuario. Cada miembro tiene la facultad de personalizar su perfil a partir de una diagramación básica que el sitio ha estandarizado. Last.fm, como toda red social, solicita unos campos mínimos de información concernientes a la edad, género y ubicación del usuario (datos que, está por demás decirlo, pueden ser falseados). El perfil tiene la función de operar como una carta de presentación del usuario ante el resto de la comunidad. En él se proyectan los gustos musicales del usuario y su historial de reproducciones. Si queremos atender a la distribución en la pantalla, es importante señalar que la parte superior del perfil está dedicada a la información básica (nombre de usuario, avatar, nombre, edad, lugar de origen, etc.). El nombre de usuario (dentro de la comunidad), no suele tener relación directa con el nombre legal de las personas. En cambio, son habituales combinaciones de palabras que el usuario considera ingeniosas (JUSTATASTE, storyteller629) o con las que hace referencia a una preferencia musical determinada (surferRosa114, deathmagnetic). La imagen de perfil (o avatar), puede ser la fotografía del usuario, pero generalmente es un intento de éste por complementar de alguna manera la información sobre sus gustos o afinidades (animaciones en formato .gif, carátulas de álbumes, posters o fotogramas de películas, imágenes icónicas, etc.). En la información básica también se encuentra el dato del número exacto de pistas reproducidas por el usuario desde su fecha de ingreso a la comunidad. Cuando un usuario visita otro perfil, se encuentra

también con un cálculo de “afinidad musical” que se genera automática y especialmente para él: en una barra como aquellas que aparecen en los celulares indicando la cantidad de carga que le resta a la batería, se “mide” la compatibilidad musical existente entre los usuarios: muy baja, baja, alta, muy alta. Este cálculo es un criterio importante para los usuarios a la hora de entablar conversaciones con otros acerca de ciertos artistas y géneros.

Ahora bien, en el espacio inmediatamente inferior al asignado para la información general se encuentran, en orden descendente, los siguientes inventarios: temas escuchados recientemente, colección del usuario, artistas más escuchados, temas frecuentes y, por último, el muro. El primer campo es una lista de las últimas diez pistas que el Scrobbler registró (con fecha y hora). Como los artistas, los usuarios tienen sus propios perfiles: en la colección se fijan con nombre y fotografía los enlaces para ir al perfil de los ocho artistas más escuchados por el usuario. Las siguientes dos secciones son sólo listas más extensas, sin fotografías de los artistas y las canciones más escuchados (el usuario puede seleccionar si presenta el balance de la última semana, los últimos 3, 6 o 12 meses o desde que se registró). El muro es un lugar para el intercambio de ideas entre usuarios.

Paralelamente, en la parte izquierda de cada perfil solo hay una barra de menú que permite el acceso a información más detallada concerniente a la colección “total” del usuario (es decir, la lista completa de los artistas escuchados), las listas musicales que ha creado, los eventos (conciertos, toques) a los que ha acudido, los amigos y vecinos, los grupos y *blogs* a los que se ha unido y los *tags* (etiquetas) con los que ha rotulado artistas o canciones. Además de un reproductor pequeño en la parte superior, el costado derecho del perfil está dedicado a un uso más libre. Allí los usuarios pueden disponer de imágenes, textos y aplicaciones tipo *flagcounter* (que registra el número de visitas al perfil según la nacionalidad). Los perfiles suelen ser renovados con regularidad y cada usuario puede agregar imágenes e información nueva, mientras elimina todo lo que ya no le parece verosímil. Si en un momento escuchaba a cierto artista

con frecuencia, pero hoy le parece de mal gusto o pasado de moda, el portal le permite eliminarlo del historial de reproducciones. Como en el Ministerio de la Verdad de 1984, todo registro en Last.fm está siempre sujeto a una continua revisión y edición al servicio del presente.

El segundo complemento al portal es un pequeño programa llamado Scrobbler, que monitorea la biblioteca del usuario en iTunes, Winamp y otros reproductores de medios. A medida que los usuarios escuchan su música (en el computador, y más recientemente en el iPod o Xbox-360), la información es enviada a los servidores de Last.fm y almacenada, al tiempo que se proyecta un resumen de tal actividad en el perfil del usuario. Con solo dar un clic, el Scrobbler también permite emitir juicios frente a la música (es decir, agregar un canción a la lista de favoritos o vetarla). Por último, al igual que el portal, el Scrobbler informa sobre bandas similares a la que está siendo sincronizada en un momento dado, y permite al usuario escuchar emisoras que se generan automáticamente con solo ingresar el nombre de un artista o género (la emisora se encarga de encadenar artistas similares). También se puede seleccionar la reproducción aleatoria de los temas favoritos de los vecinos y amigos.

Last.fm colecta información de forma intensiva sobre toda actividad que tenga lugar en su portal. Mientras los usuarios buscan y escuchan música en el sitio, su historial de reproducciones es almacenado. Como ya mencioné, los artistas también cuentan con perfiles a los que los usuarios pueden ingresar para agregar *tags* (o palabras clave) que relacionan los géneros o tendencias musicales y ayudan a la construcción de un conocimiento conjunto a partir de categorías. Sin embargo, esa tarea no sería posible sin aquel dispositivo que ayuda a recolectar sincrónicamente información de los computadores y dispositivos móviles de los usuarios.

Existe una importante diferencia entre Last.fm y otras redes sociales como Facebook o Hi5. Mientras en las últimas los usuarios tienen generalmente algún tipo de conexión previa con sus contactos, los conocen personalmente o tienen amigos en común (con excepciones

notables como las “amistades” con celebridades y figuras públicas en Facebook), en Last.fm el nuevo usuario es como aquel que se muda a un nuevo vecindario: no conoce a nadie (o a muy pocos). Sin embargo, tiene una tarjeta de presentación ante la comunidad: su gusto musical. Lo primero que hace entonces el sistema es generar un registro (por medio del Scrobbler) de la música que ha sido reproducida en el computador desde el cual el usuario se está registrando. Esto genera una base de datos que hace al “recién llegado” susceptible de comparación con el resto de la población. Aquellos miembros de la comunidad con un gusto similar entrarán a hacer parte del vecindario que se crea para el usuario.

Estas “comunidades personalizadas” —siguiendo el término de Manuel Castells (2001)— se caracterizan por estar centradas en el yo y brindar oportunidades sin fin para el ejercicio del individualismo en la red, de modo que los vecindarios conformados no se pueden cartografiar si no se piensa en círculos individuales de inclusiones y exclusiones: cada usuario tiene un círculo de 50 vecinos, pero esta pequeña comunidad solo funciona para él, pues cada miembro de su vecindario tiene a su vez su propio vecindario, que se adapta específicamente a sus “muy singulares” afinidades musicales. Por ejemplo, en promedio no tengo más de cinco vecinos en común con cada uno de mis vecinos, lo que puede llegar a sonar contradictorio, pero toma sentido si se presta atención al “centramiento” en el individuo que opera en el momento de crear la matriz de datos que servirá para agrupar a los integrantes de cada vecindario. Para complicar aún más el asunto, la composición del vecindario es continuamente modificada por el sistema. Al revisar cada tres días mi vecindario me percaté de que en cada ocasión solo persistían entre diez y quince nombres en comparación con la revisión anterior: mis vecinos se mudaban con facilidad, llegaban y se iban en cuestión de días, o quizá horas. En oposición, la lista de amigos se mantenía fija con el tiempo (a menos que el propio usuario la modificara). Cada integrante de la lista de amigos debía ingresar personalmente (no era automático como en el caso del vecindario) y era requerida la confirmación del otro.

Después de describir la manera en que Last.fm agrupa a los usuarios en vecindarios, encuentro al menos dos factores medulares para entender las dinámicas propias de esta comunidad virtual: el estrecho vínculo entre música e identidad, y los lazos sociales que de esta relación se desprenden. La identidad, nos recuerda Simon Frith (2003: 185), “no es una cosa sino un proceso: un proceso experiencial que se capta más vívidamente como música”. Esto se debe a que la experiencia de la identidad “describe a la vez un proceso social, una forma de interacción y un proceso estético” (2003: 186). De aquella sensibilidad colectiva proveniente de la forma estética (el sentir en común) desemboca la relación ética (la argamasa colectiva) (Maffesoli, 2004: 67). Al escuchar lo que suena bien nos expresamos y expresamos nuestra idea de la virtud y nos absorbemos en un acto de participación, una interlocución en la que los participantes se escenifican unos a otros, se representan y representan al otro a partir de cualificaciones y juicios valorativos (Rivera, 2006: 261-316).

El ciberespacio también es lugar de escenificación. Las redes sociales se manifiestan a través de rituales contemporáneos que se acercan a lo que Jean Baudrillard llamó “rituales de la transparencia” (2001), manifestaciones propias del tiempo de la desmesura de lo visible y la información, en las que se hace patente nuestra obsesión por exhibirnos y estar siempre a la vista pues ya no hay secreto ni intimidad. Algunos usuarios de Last.fm sincronizan promedios superiores al de 200 canciones por día, y al mismo tiempo publican su estado de ánimo en Facebook y suben las fotos de sus viajes a Flickr. Todo está ahí para quien lo quiera ver, pues el ciberespacio nos ofrece una “ubicuidad potencial”, una “movilidad absoluta que anula su propio espacio a fuerza de recorrerlo incesantemente y sin esfuerzo” (Baudrillard, 2001: 34). Sin embargo, en medio de la ubicuidad, en el más catastrófico de los escenarios nos convertimos en niños-burbuja que miran al mundo por una ventana mientras evitan todo contacto físico con el exterior.

La música también participa del vértigo, las tendencias y gustos siempre están cambiando y nunca llegan a tomar una forma determi-

nada, pues “la perseverancia, la pegajosidad y la viscosidad” (Bauman, 2006: 11) son vistas como peligros latentes para quien pretende andar en las últimas tendencias. El *Homo eligens* musical de Last.fm se nos presenta como un sujeto perpetuamente incompleto e indefinido. Dentro de una sociedad de masas, navega en las bastas aguas de la indeterminación. Empero, llega a presentarse ante la comunidad con ciertas afinidades electivas (algunas predilecciones musicales) que comienzan de inmediato a socializar con aquellos que considera sus pares, pues la música (ya sea pop, blues, garage rock o hardcore) representa, simboliza y ofrece la experiencia inmediata de la identidad colectiva.

Con el paso del tiempo, cada cual se da cuenta de que la música que ha venido sincronizando en las últimas semanas dista de aquella que escuchaba hace algunos meses. Los integrantes de los vecindarios desaparecidos (entre los cuales cada usuario escogió muchas veces unos pocos contactos para ir constituyendo una lista de amigos) son ahora extraños, sus gustos son incomprensibles, no tiene sentido que los siga frecuentando cuando se encuentran en una nueva etapa de su trayecto como melómanos digitales. Para aquellos que no eliminan estos viejos contactos, su lista de amigos serviría, al igual que los mensajes intercambiados en el muro del perfil, como un registro histórico con el cual se podría esbozar de algún modo el trayecto del usuario, su biografía musical. Sin embargo, estas comunidades se caracterizan por el carácter efímero de sus registros. Los perfiles son modificados con regularidad por los propios usuarios, que agregan y eliminan amigos, mensajes, imágenes y aplicaciones con frecuencia. Y así se comporta también la propia música: nacen géneros híbridos con nombres insólitos como *noisy-shoegaze* o *gothic indie*, que están condenados a caer en el olvido poco después de ver la luz; artistas que en un momento se incluían dentro de un género musical determinado, dan para el siguiente álbum un salto vertiginoso y pasan a interpretar música de un estilo muy diferente.

Los vínculos en esta comunidad son paradigmáticos de la sociedad contemporánea. Si bien aún existe el impulso por entablar lazos so-

ciales, los mantenemos flojos² para poder desanudarlos con facilidad cuando sea necesario. Es excitante conocer y disfrutar de cosas nuevas y diferentes personas, pero pronto nos cansamos de ellas, de modo que queremos poder liberarnos a voluntad. Entonces dejamos la tarea de agrupación a un software que calcula afinidades incansablemente con el fin de estar siempre vigente y marcar el paso de nuestro deseo de frecuentar siempre lo novedoso. Así funcionan los vecindarios virtuales: reúnen a los usuarios con la misma rapidez que los vuelven a dispersar, pues es la única manera de responder siempre a las cambiantes necesidades. Cabe resaltar, no obstante, que existen colectividades un poco más estables dentro de Last.fm: en los grupos, espacios de encuentro con una lista de participantes definida e igual para toda la comunidad, los miembros se pueden encontrar para compartir el gusto o desprecio por un género musical o banda, o para articular comunidades preexistentes (una universidad, la escena musical de una ciudad, etc.). Esto podría llevarnos a pensar que el usuario de Last.fm es en cierta forma un especie de anfibio: navega por la red, conoce nueva gente e intercambia conocimientos y pasiones con la comunidad, pero al mismo tiempo apoya a su banda local favorita, se pone de acuerdo con amigos para ir a conciertos y hasta puede conocer (en casos excepcionales) personas en su ciudad de residencia con las que eventualmente un encuentro cara a cara sería posible. Sin embargo, está claro que esta red social es eminentemente virtual; para muchos de los usuarios la mayor de sus ventajas radica precisamente en que la articulación con la vida material es mínima, lo que facilita la proyección de identificaciones que encuentran su definición en el campo de los placeres estéticos relacionados con la música.

Ahora bien, es importante mencionar que a partir de la adquisición del portal por parte de la CBS se han introducido en los últimos años cambios significativos que afectan las dinámicas de la comunidad. La reproducción de las emisoras de amigos, vecinos y artistas relacionados pasó de ser un servicio gratuito a tener un recargo mensual (€3, £3 o

² Siguiendo la metáfora de la “vida líquida” de Zygmunt Bauman.

US\$3, dependiendo del lugar en que se encuentre el usuario). También es de esperar que los grandes volúmenes de información referente a gustos y preferencias musicales que se almacenan en el sistema sirvan en el ámbito corporativo para crear perfiles de consumo en medio de un contexto caracterizado por el vértigo y la indeterminación. Además, se han acentuado las dinámicas de convergencia, aquello que Henry Jenkins describe entre los medios en la cultura contemporánea: un “flujo de contenido a través de plataformas y cooperación entre múltiples industrias mediáticas” (2008: 15). Por ejemplo, ahora a los usuarios se les ofrece la opción de adquirir canciones con portales comerciales como iTunes, Amazon o 7Digital. En el caso de que las transacciones sean completadas a través de iTunes, Last.fm recibe un 5% de comisión por cada venta calificada (Apple Inc., 2009). Con el ánimo de generar ganancias adicionales a través de las relaciones de los afiliados, el portal puede integrar a su servicio de recomendación de eventos enlaces con vendedores de boletas como TicketMaster. Los dispositivos digitales cruzan datos: mediante las ya mencionadas aplicaciones creadas para iPhone y Xbox-360, la información de la música que el usuario escucha (artista y canción), mientras camina por la calle con sus audífonos o mientras juega con su videoconsola en red, es cargada al sistema y publicada en el perfil en tiempo real para compartirla con el resto de la comunidad de oyentes. Tal convergencia representa un cambio cultural, toda vez que anima a los consumidores a buscar nueva información y a establecer conexiones inusitadas entre dispositivos y contenidos mediáticos. Las redes sociales, además, han demostrado ser lugares promisorios para la circulación de mercaderías y publicidad.

Para finalizar, hay que admitir a lo largo del texto una oposición entre dos formas de ver el impacto que tiene el ciberespacio en la vida comunitaria. Por una parte, como señala Zizek (2006: 229), “está el sueño de un nuevo populismo, de que las personas se unan y construyan desde abajo un sistema político participativo, un mundo transparente del que desaparezca el misterio de las impenetrables agencias burocráticas estatales”. Esa perspectiva utópica es la propia de la Inteligencia Colectiva

de Levy. Por otra, está el riesgo de que el uso de los ordenadores y de la realidad virtual como herramientas para reconstruir la comunidad traiga como resultado que ésta se construya “dentro de la máquina”,

reduciendo así a los individuos a simples entidades aisladas, cada una de ellas sola frente al ordenador, sin saber del todo si la persona con la que se comunica a través de la pantalla es una persona “real”, una falsa identidad, un agente que combina varias personas “reales” o un programa informático (Zizek, 2006: 229).

Las comunidades personalizadas de Castells podrían ubicarse en ese extremo de la discusión. Aunque Zizek concluirá que esa ambigüedad es irreductible, también resaltará que esto no quiere decir que la relación sea simétrica. Es claro que las redes sociales no representan un tejido social homogéneo y definido en el que cada célula es parte integral del funcionamiento de un organismo que la supera. Parece que los individuos presentan un comportamiento análogo al de ciertas bacterias, aquellas que combinan en su movimiento errático pequeños impulsos rectilíneos, direccionados, con virajes al azar, impredecibles. No se trata de organismos totalmente solitarios: dadas las condiciones impuestas por el medio pueden llegar a agruparse y constituir pequeñas colonias (vecindarios). No obstante, esos nuevos cuerpos nunca son estables y, con el tiempo, la naturaleza siempre cambiante del entorno obligará a los elementos individuales a dispersarse. Al igual que aquellos seres unicelulares, también nos agregamos y desagregamos con regularidad: deseamos la libertad pero aún tenemos la necesidad de crear vínculos, de estar al lado del otro.

BIBLIOGRAFÍA

- Apple Inc. Frequently Asked Questions. Disponible en <http://www.apple.com/itunes/affiliates/faq.html>, consultado el 28 de abril 2009.
- Baudrillard, J. (2001). *El otro por sí mismo*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Ediciones Paidós.

- Flichy, P. (2004). *Lo imaginario de Internet*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Lévy, P. *L'intelligence collective, Pour une anthropologie du cyberspace*. París: La Découverte. (1994).
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus*. México: Siglo XXI editores.
- Rivera, F. (2006). De Jack el Destripador al síndrome de Scarface. En *Universitas Humanística* (62). Bogotá, 261-316.
- Turkle, S. (1984). *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. New York: Simon & Schuster.
- Zizek, S. (2006). El ciberespacio, o la suspensión de la autoridad. En *Lacrimae rerum: ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Buenos Aires: Debate.



**Dislocación de la gramática
conversacional en la telefonía móvil**

Dislocación de la gramática conversacional en la telefonía móvil

HERNANDO SALCEDO-FIDALGO*

Las estructuras de la gramática conversacional propuestas por Harvey Sacks en 1974 son la base del *análisis conversacional* que derivó en desarrollos lingüísticos pragmáticos fundamentales durante los últimos veinte años. Si los trabajos de Sacks se iniciaron gracias a datos “naturales”, obtenidos mediante grabaciones telefónicas en un centro de suicidios en EE.UU., muchos *corpus* subsiguientes utilizaron también grabaciones telefónicas logradas en diversos medios sociales.

En este trabajo se pretende utilizar un *corpus* documentado de conversaciones entabladas a través de telefonía celular en Colombia y en Francia, con el fin de demostrar cómo se han modificado algunas máximas de Sacks a través del uso contemporáneo del sistema. Se exploran las modificaciones sufridas por los principios de apertura y de cierre de la conversación, los cambios en la dinámica funcional de los “lugares de transición pertinentes”, las modificaciones de prioridad y contigüidad de los pares adyacentes, y la producción de nuevas “unidades proposicionales del discurso”. La mirada etnográfica permitirá un análisis pragmático de las redes semánticas que acompañan *performativamente*¹ estos cambios (posturas corporales, entonación, prosodia,

* Médico y candidato a Doctor en Ciencias del Lenguaje de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París.

¹ Este anglicismo da cuenta de lo que implica, no solamente la experiencia somática de un acto, sino la puesta en escena, a la manera de Goffman, de los actos de la vida social.

ritmo...) para proponer nuevas configuraciones de la conversación determinadas por un dispositivo tecnológico.

Si Durkheim consideraba los hechos sociales como cosas, es posible hoy pensarlos como cosas virtuales. Esta es quizás la propuesta de algunas sociologías contemporáneas, como las de Maffesoli y de Bauman. Lo actual-líquido, lo cotidiano-efímero son acaso posibles fórmulas de volver la mirada sobre las relaciones, los lazos y las formas de (re)construcción de lo social hoy. El objeto que nos ocupa en este capítulo es el del campo tecnológico del uso de la telefonía móvil y su posibilidad de recomponer vínculos virtuales en transición. El procedimiento que he seguido en el posicionamiento teórico, en la metodología de recolección de la información y en la perspectiva analítica es muy particular, y requiere una fase previa de explicitación y discusión.

Pragmática, interaccionismo y análisis conversacional

La primera consideración que debo explicitar es la del uso del término “conversación” en el ámbito de los estudios herederos de la pragmática, y de la introducción del análisis conversacional (AC²) a las ciencias sociales, en particular a la sociología de las interacciones³.

Harvey Sacks, proponente del AC (Fornel y León, 2000: 131-155), culminó sus estudios de Derecho en 1959 y luego continuó su doctorado en Sociología en la Universidad de Berkeley, California. Durante sus estudios doctorales, se vio fuertemente influenciado por la etnometodología, en particular por la obra de Goffman, quien fuera uno de sus más apasionados opositores; a pesar de ello, Sacks logró graduarse en 1966. La mirada de Sacks sobre las interacciones comprendía un intento de síntesis de teorías tradicionales del lenguaje (Grice y Pierce) y configuraciones teóricas de la sociología interaccionista y de la etnometodología.

² En adelante utilizaré la sigla AC para referirme al análisis conversacional.

³ La obra de Harvey Sacks fue presentada en dos volúmenes por Emanuel Schegloff en 1992, en una edición descomunal (cerca de 1200 páginas), editada por Blackwell Publishers, en Massachusetts. En este trabajo de investigación tomé como referencia la reimpresión en un solo volumen de 579 páginas de esta obra, que contiene el conjunto de sus conferencias dictadas entre 1960 y 1972, titulada *Harvey Sacks. Lectures on conversation*.

Las duras críticas y oposiciones de Goffman provenían de la constatación argumental, cuya versión del mundo social y sus interacciones no se correspondía con ninguna de las dos tendencias sociológicas.

Como lo describe Anita Pomerantz (1997: 68), Sacks estaba imbuido en la observación de datos recuperados del discurso “naturalmente producido”, obtenido de una línea telefónica de atención a potenciales suicidas en Los Ángeles en 1960. A partir de estos registros, Sacks construyó un análisis estructural que proponía una verdadera gramática conversacional, opuesta a la aseveración de Noam Chomsky, para quien la conversación contenía una expresión desordenada e incierta de los discursos y del lenguaje, sin posibilidad de poder dilucidar en ella una estructura.

Si bien Sacks trabajó inicialmente con estas grabaciones de llamadas telefónicas, la conversación no fue nunca para él una simple cadena fonológica del intercambio lingüístico. No concebía el acto comunicativo sin contexto social, y entendía desde entonces la conversación como un “acto de habla”, esto es, como una disposición social comunicativa, que implica no sólo una producción de sonidos, sino además una condición somática construida socialmente con los demás interlocutores o interactuantes. Goffman no estaba tan lejos de esta comprensión del mundo social (Quéré, 2000)⁴, pero no lograba inscribir los procesos interactivos en el contexto de las producciones del lenguaje, y se oponía crudamente a ello.

La evocación del fenómeno conversacional como hecho social, implicó en la teoría de Sacks una recuperación inminente del *principio de cooperación* de Herbert Paul Grice, en el sentido de que cada interlocutor debe proporcionar contribuciones “adecuadas” referidas al camino que toma una conversación en un momento dado⁵. Este principio tuvo como consecuencia para el análisis estructural de la conversación lo que inicialmente se tradujo al francés y luego al castellano como “preferencia por el acuerdo”, a lo que Michel de Fornel

⁴ Véase también en este sentido de “la vida social como escena” a Goffman (1959).

⁵ Las fuentes de consulta sobre los principios de Grice provienen de Michel de Fornel (2000) y de Herbert Paul Grice (1979: 57-73).

llamará más tarde “la preferencia por el empalme confirmativo”⁶. Este rasgo estructural conversacional —cooperar y empalmar la interacción bajo el orden confirmativo— ha sido muy discutido pero nunca del todo refutado, puesto que una oposición, por fuerte que sea dentro de una conversación, es siempre un empalme de cooperación hacia una meta que se define en el decurso de la interacción y a partir de ella. Así pues, nos referiremos a lo conversacional como un “acto de habla” siguiendo a Searle (1969), y como un conjunto de rasgos de producción pragmática, somática y cognitiva.

Comunicación y telefonía

El intercambio comunicativo de la conversación telefónica tradicional⁷ implica también todos los componentes del acto de habla. La variación consiste en que los interlocutores no se ven, ni pueden dar testimonio de todos sus actos pragmáticos comunicativos⁸. Esto no quiere decir que dichos componentes no estén presentes, sino que están vedados, tal es el caso de la telefonía móvil. Muchos de estos elementos aparecen hoy como íconos, a menudo en el chat, mediante los cuales las expresiones comunicativas somáticas acceden al recurso gráfico estereotipado para dar cuenta de formas lingüísticas inscritas afectivamente. En este trabajo no me ocuparé del chat ni del mensaje de texto, puesto que uno y otro serán tratados en otros apartes de nuestros *Vínculos virtuales*.

Regreso, por tanto, a un análisis estructural similar al que hizo Sacks de las comunicaciones de los suicidas en el centro de llamadas de los Ángeles en California, pero registraré también la pragmática perceptible a través de los elementos que definen las tomas de turno en la conversación, y las expresiones corporales visibles de por lo menos uno de los interlocutores.

⁶ Traducción mía de *préférence pour l'enchaînement confirmatif* (Fornel, 2000).

⁷ Huelga recordar que la telefonía tradicional inventada a mediados del siglo XIX consiste en una transformación de un impulso eléctrico en vibraciones sonoras transmisibles a distancia.

⁸ Sin embargo, se han hecho también estudios de AC sobre videofonía, en donde los interlocutores acceden a una imagen parcial del cuerpo del otro (Fornel, 1994: 107-132).

Es claro que la conversación “a distancia” que ha permitido la telefonía en todas sus formas desempeña un papel crucial en la transformación de la cantidad y calidad de nuestros intercambios sociales, toda vez que la telefonía móvil permite utilizar el dispositivo en cualquier momento y lugar, siempre y cuando la señal transmitida lo permita. La implicación inmediata a través de este uso es la de reducir el “mundo social” a una base potencial de comunicaciones concentrada en el aparato que se puede llevar consigo “a todas partes”. Trataré, entonces, de dilucidar cómo esta base comunicativa produce o no transformaciones en la gramática habitual de la conversación cara a cara.

Toma de turnos y pares adyacentes

Uno de los problemas del AC es que nos topamos con un objeto de estudio que utilizamos en permanencia; es decir, al poseer la facultad del lenguaje en todas sus formas, nos parece evidente hablar de ello. Sin embargo lo que muestra el AC es que existe una gramática que orienta la interacción y su encuadre, y que está centrada en la dinámica de *toma de turnos de palabra*⁹. Me referiré luego a los componentes de esta toma de turnos, con base en el artículo fundador de Sacks, Schegloff y Jefferson (1974). Por ahora me contentaré con enunciar los principios básicos de esta dinámica interaccional.

Una toma de turno de palabra implica por lo menos *una gestión local de la interacción*, una *gestión compartida*, un *control* a través de la interacción, y una *sensibilización* hacia quien se dirige un propósito comunicativo. De tal manera que una toma de turno de palabra no ocurre al azar, ni de manera aleatoria, sino que corresponde a un ordenamiento secuencial que depende del encuadre de una interacción social. Levinson (1983) y Schegloff, Ford y Thompson (1996) han llegado a través de este modelo a formular la existencia de un “lugar de transición pertinente” y “unidades de construcción de turno”.

⁹ *Turn taking* en inglés y *prise de parole* en francés; traduzco la expresión como toma de turno de palabra.

El primero es una ubicación espacio-temporal del discurso pragmático en el que puede ocurrir (solamente allí) una toma de turno de palabra. Este lugar no corresponde a espacios de la sintaxis formal proposicional, sino a una instancia conversacional, al cabo de la cual el sentido completo proposicional de una interacción se ha logrado. Esto es, el lugar hasta donde el cálculo de los interactuantes ha permitido generar una toma de turno, y a estos turnos (T1 y T2, respectivamente) se les ha caracterizado como “par adyacente”. La lógica conversacional de tomas de turnos y de pares implica entonces una *completud interaccional binaria*. Aunque en una disputa podamos interrumpir una interacción colgando el teléfono (por ejemplo), el hecho de colgar forma parte de un T2, es decir, es un acto de habla que está en correlato con un T1. El par adyacente incompleto es posible, pero no da cuenta del principio de cooperación, y por lo mismo deja abierto el campo de la interacción a la *completud* en algún momento. Una imagen clara del mundo de las comunicaciones virtuales es la del envío de un mensaje electrónico (T1) al que nunca se responde: el T2 estará siempre siendo la potencial forma completa de esta interacción.

La dinámica de toma de turnos y de pares adyacentes es la base estructural analítica de los datos que trataremos en este escrito. La complejidad de esta estructura puede imaginarse con el uso de subcomponentes de T1 y T2 que pueden dar lugar a todas las formas creativas de encuadre interaccional (el humor, los implícitos, la metáfora), pero en todos los casos es posible reconocer la estructura de toma de turnos y una gramática conversacional estable. Las unidades de construcción de turnos estarán entonces constituidas por las agrupaciones de pares adyacentes, al cabo de las cuales una secuencia interactiva produce convergencia cooperativa, aunque pueda haber disenso.

Descripción del trabajo de campo

El trabajo de campo se enfrentó a dos dilemas puntuales, uno de carácter ético, y otro de carácter legal. En efecto, pretender hacer registros de los intercambios conversacionales realizados a través de la telefonía móvil

implica, por una parte, una intromisión en la esfera de la vida privada de los actores sociales y, por otra, un acto con implicaciones legales que varían de acuerdo con la madurez de la legislación existente en los países en que se trabajó: Francia y Colombia. Por esta razón, el trabajo está centrado en una observación etnográfica iniciada en Colombia en marzo de 2009, que progresó hasta noviembre del mismo año, y en Francia entre diciembre de 2009 y enero de 2010. Se realizaron registros de “datos naturales” (Duranti, 1999: 84-121) autorizados por uno de los interlocutores y se logró grabar únicamente los turnos de palabra producidos por este interlocutor, sin interferir en la llamada telefónica como tal. Este procedimiento implica una dimensión deductiva que será visible en el análisis de los datos, soportada por la observación etnográfica. Se pudo trabajar en los ámbitos de la esfera privada y pública como muestra la tabla 1.

Tabla 1. Tipo de registros conversacionales de telefonía móvil realizados por grabación audio (2009-2010)

Actores	Lugar	Autorización
Hombres (adultos jóvenes) 19 a 41 años Mujeres (adultas jóvenes) 20 a 28 años	Seguimiento Bogotá 8 6	Sí Sí
Hombres (adultos jóvenes) Mujeres (adultas jóvenes)	Transmilenio Bogotá 2 3	No No
Hombres (adultos jóvenes) 25 a 45 años Mujeres (adultas jóvenes) 29 a 38 años	Seguimiento París y Dijon 3 2	Sí Sí
Hombres (adultos jóvenes) Mujeres (adultas jóvenes)	Metro de París 2 2	No No

Las grabaciones por seguimiento se hicieron durante media o una jornada, en los momentos en que las personas recibían o hacían llamadas por el teléfono móvil. Los demás registros fueron hechos durante observaciones, sin que las personas fueran interpeladas para solicitar su consentimiento, en medios de transporte masivos de Bogotá y París. Las difíciles condiciones de grabación no permitieron una calidad óptima de los registros que fueron completados con las notas de observación. Todos los interlocutores eran adultos entre los 19 y los 38 años, sin poder determinar las edades de quienes no fueron interpelados para el registro.

Sobre el sistema de transcripción de datos

La transcripción pragmática de datos recogidos mediante grabación audio o audiovisual ha sido objeto de muchas discusiones en el campo de la pragmática y del AC. En esta investigación he utilizado una modificación del Sistema de Transcripción de Interacciones Audiovisuales (STIAV) (Balthasar, 2001)¹⁰. Utilizaremos por tanto un STIAV simplificado, consistente en una transcripción interlineal, cuyas convenciones pueden ser consultadas en los textos citados en la nota 10.

Aperturas de la conversación: ¿dónde estás?

El habla está socialmente organizada, no solo en términos de quién habla a quién y en qué lenguaje, sino como un pequeño sistema ritualmente gobernado por la acción cara a cara en un encuentro social.

Sacks, Schegloff, Jefferson, (1974)

La apertura de una secuencia de acción en una conversación está basada en la convergencia de recursos pragmáticos de los actores en juego. El desencadenamiento de una secuencia de toma de turnos requiere una primera instancia en la que los cuerpos ejercen presiones constructoras de signos de cooperación. El primer cálculo para la apertura de una

¹⁰ En los ejemplos no utilizaré puntuación; las mayúsculas indicarán énfasis prosódico, y el signo punto (.) señalará los silencios. Se anotan entre paréntesis los códigos que identifican a la conversación citada dentro del *corpus* general de la investigación.

conversación es el desempeño somático que indica caminos interactivos cooperativos. Un cruce de miradas, la interpelación del otro, los gestos que conducen a la misma acción (es el valor gestual de los saludos corporales), todos eventos que necesitan formas rituales de inicio conversacional. En algunos casos estos rituales se complejizan y se alargan en el tiempo, lo que constituye verdaderas formas de ajuste para la negociación entre las partes. Es el caso de los saludos ritualizados y prolongados en Malí, o de los entrelazamientos de formas “educadas” del saludo en países andinos.

La comunicación a distancia ha implicado otras formas de reconocimiento y de convergencia para la cooperación, no menos ritualizadas, pero formateadas de acuerdo con este nuevo contexto. En el caso de la telefonía móvil, la interpelación de un contacto se realiza a través del llamado por un *ring*, que puede incluso ser escogido según la identificación del número entrante, lo que implica haber diseñado en el dispositivo tecnológico un recurso pragmático que reemplaza ese primer momento somático de la convergencia hacia la cooperación. En efecto, el primer llamado indica al receptor una señal de identidad inicial que interpela su capacidad de cálculo frente a la posibilidad de converger o no con el otro.

Llama así la atención que la ruptura de los códigos de desencadenamiento conversacional, que son recursos pragmáticos, se busquen por fuera del cuerpo, en la prolongación que de éste, entero, se convierte el aparato móvil. Esos recursos pragmáticos, a través del dispositivo tecnológico, se han ido afinando con el tiempo, y el diseño parece ir de la mano con la búsqueda de una aproximación estable al encuentro cara a cara. La comunicación videofónica, estudiada por Michel de Fornel en Francia, muestra cómo estos recursos fueron buscados en la telefonía convencional a través de la imagen, sin éxito alguno. Quizás el recurso pragmático visual era insuficiente a la hora de cumplir con los requisitos de la complejidad exigente de la convergencia. Si el *ring* es estándar, el mismo para cualquier llamada entrante, existe entonces el recurso de la identificación del número entrante, que al captar en la base de datos personales los nombres de interlocutores conocidos los indica o, por lo

menos, indica el número de quien llama. Todos estos recursos reemplazan, entonces, las funciones pragmáticas del reconocimiento cara a cara y determinan la decisión de una apertura conversacional. Vemos así cómo el dispositivo tecnológico ha sido diseñado a partir de necesidades de recursos pragmáticos de la identificación, para obtener la convergencia que desencadena el acto conversacional; es decir, se ha adaptado el dispositivo a una exigencia propia de las estructuras de la interacción, pero éste a su vez impone estrategias de adaptación frente a su uso.

Ring (B)

—*Hola Mauricio (MC, Bogotá)*

En el ejemplo vemos cómo este recurso adjudica al *ring* un T1 sin intervención fonológica del interlocutor, esto es, el marcado de “B” constituye la primera toma de turno, y el lugar de transición pertinente está marcado por el instante en que “A” contesta, saltando un par adyacente, pues el *ring* en sí mismo contiene la hipotética interacción que proponemos en lo que sigue:

—*Hola Carmen*

—*¿Con quién?*

—*Con Mauricio*

—*Hola Mauricio*

Vemos entonces que los tres primeros turnos podrían haber sido reemplazados por el *ring*. La identificación del interlocutor antes de responder una llamada contiene una serie de actos somáticos que reflejan la afectividad disponible o no hacia la cooperación al llamado. Aparece ahora otra modificación dentro de lo que llamaremos “formas pragmáticas”, es decir, economía¹¹ en la toma de turnos que aceleran el paso a los pares adyacentes periféricos en pro de la apertura conversacional. Un

¹¹ Se utiliza aquí el término en el sentido tradicional de Pierce, en cuanto se refiere a economizar tomas de turno en vez de saturar la interacción a partir de un exceso de éstas.

lugar común a muchas culturas, es la pregunta ¿Dónde estás? Una vez identificado el interlocutor e iniciada la secuencia, un componente de la unidad de construcción de turno está contenido en esa pregunta. Los rasgos transculturales de esta sentencia muestran cómo, ante la ausencia del encuentro cara a cara y al hacer del teléfono móvil una prolongación del cuerpo que se desplaza con él, se necesita, para el encuadre interactivo, una representación del lugar en el que está el interlocutor. Es verdad que socialmente la pregunta puede remitir a formas de control pero, en su origen, la demanda del interlocutor que la hace tiene que ver más con una carencia del “cara a cara” en la apertura conversacional¹².

Ring

—*Salut Ghislaine (.) T'es où? (GB, París)*

Muchas estrategias sociales en la organización de la vida cotidiana emergen de los recursos diseñados para cumplir con la secuencia de pares adyacentes de la apertura conversacional. Estos recursos tienen que ver con la no-respuesta a un llamado. Si el *ring* constituye un verdadero T1, la ausencia de respuesta —por la razón que sea— plantea un aplazamiento de T2 (en realidad, un aplazamiento indefinido de completud del par adyacente). Esa prórroga se ve asistida por dos diseños tecnológicos que informan al usuario sobre el T1: la indicación de llamadas perdidas y la mensajería. Completar el par adyacente es una inminencia que se incumple tan sólo en casos extremos de ruptura conversacional: es al modo de Goffman una “pérdida de faz”¹³.

¹² A este respecto hemos visto la aparición de nuevos diseños informáticos lanzados al mercado (en este caso *Google*) que permiten ubicar geográficamente y mediante sistema georreferenciado al interlocutor. Este tipo de programas ha sido objeto de debate, pues plantea una derivación del requerimiento adaptativo para el encuadre interactivo, y va más hacia los dispositivos de control social.

¹³ *Perder la faz* es para Goffman una destrucción del ritual conversacional. No perderla y hacer que el otro no la pierda a causa del locutor, es un principio de cooperación esencial. Véase Goffman (1987).

Toma de turnos, pares adyacentes y lugares de transición pertinentes

La observación indica que la dinámica de toma de turnos de palabra descrita por Sacks (1974) se conserva estructuralmente en la conversación por telefonía móvil, pero esta estructura pone a prueba algunos rasgos por medio de dislocaciones diversas. Dos de ellos nos interesan como funciones dislocadas a través del recurso comunicativo: 1) la proyección de los turnos con sus implicaciones para las unidades de construcción de turno y 2) los modos de reparación conversacional.

La estructura percibida a través de los datos grabados, en lo referente a los procesos de proyección, parece estar directamente relacionada con la preferencia por el empalme confirmativo. El esquema propuesto a partir del análisis es:

- T1: Requerimiento indirecto (A)
- T2: Preferencia por el empalme confirmativo con retroacción (B)
- T3: Requerimiento preciso (A)
- T4: Preferencia por el empalme confirmativo definitivo (B)

En esta estructura, es claro que el mecanismo de proyección que permite que el cálculo de B a propósito del requerimiento de A, que no se ha completado en T1, sea certero y se complete en T4. Así las cosas, aunque existen dos pares adyacentes, hay solo una unidad de construcción de turno constituida por el par T1 – T4. La capacidad de proyección de B se mantiene en la conversación por telefonía móvil. La dislocación posible consiste en la velocidad de transmisión del mensaje, que nunca es igual a la de la conversación cara a cara. Lo que llamamos tiempo real en telefonía celular es, en verdad, un tiempo aplazado en porciones de segundo, suficientes como para alterar el lugar de transición pertinente. Es así como notamos en los datos recogidos que los encabalgamientos son dobles o triples porque la ubicación del lugar de transición pertinente por parte del interlocutor es tardía, ya que el locutor inicial ha avanzado en la porción enunciada de su proposición. Ilustraremos ahora estos fenómenos descritos.

- A. Est-ce que tu es libre ce soir parce-que...
- B. Respuesta al requerimiento
- A. Euh (.) On passe le film Avatar
- B. Preferencia por el empalme confirmativo (CG, Dijon)

En este ejemplo vemos que el lugar de transición pertinente pudo haber sido el instante teórico posterior a “soir”, lugar en el que “B” habría podido responder al requerimiento con retroacción. Sin embargo, el locutor alcanza a proponer el inicio de una secuencia explicativa y se detiene. Es presumible entonces que el encabalgamiento se haya dado en el punto de la conjunción de coordinación “parce-que...”, pero que el interlocutor ya hubiera realizado la proyección de una invitación a algo por la noche desde el instante teórico posterior a “soir”. Las décimas de segundo que tomó la transmisión de la cadena fonológica del locutor y las de la respuesta del interlocutor dejaron emitir una parte de la secuencia complementaria que se inicia en “parce-que...”, desplazando el encabalgamiento. La parte complementaria a la preferencia por el empalme confirmativo se completa entonces en T4, cuando es posible pensar que el interlocutor ha aceptado la invitación implícita a cine, realizada mediante una proyección con retroacción que se da desde el primer par adyacente pero que no se concreta sino hasta el T4.

Tenemos entonces aquí tres fenómenos producidos en la dislocación temporal del tiempo que toma la transmisión de una cadena fonológica de un aparato a otro. Por una parte, la captación tardía del lugar de transición pertinente que desplaza al encabalgamiento, luego la persistencia del encabalgamiento tardío que logra un T2 cooperativo pero incompleto, y por último la explicitación del enunciado de T1 y la cooperación definitiva de “B” en T4. Esta característica temporal de aplazamiento produce un cúmulo de subcomponentes de la unidad de construcción de turno que no se da necesariamente en la conversación cara a cara. A la manera de las muñecas rusas, el retardo de la señal sonora es reparado a través de múltiples subcomponentes de la unidad que van complementando la preferencia por el empalme confirmativo.

Así las cosas, la conversación por telefonía móvil parece incrementar la longitud de las unidades de construcción de turno, oponiéndose al principio de economía y de minimización descrito por la mayoría de los estudiosos conversacionales (desde Pierce, pasando por Goffman hasta Sacks).

Epílogo en punta...

Los datos recogidos en esta investigación son el preámbulo de un largo camino analítico de los eventos pragmáticos y de sus dislocaciones cuando la conversación ocurre a distancia, mediada por un dispositivo tecnológico y sin la posibilidad de un encuentro cara a cara. Hemos mostrado aquí tan sólo los elementos que orientan unas bases del cambio conversacional, a partir del uso de esta herramienta tecnológica. Quedan abiertos los interrogantes a propósito del ordenamiento de las secuencias de acción en el contexto social de reproducción de un encuentro a través del prolongamiento somático que representa el aparato telefónico móvil. Interesan entonces los recursos que reemplazan la ausencia del cara a cara o, mejor, del cuerpo a cuerpo, y por tanto es necesario ocuparnos del diseño de metodologías complementarias que, sin vulnerar los derechos a la intimidad, permitan ver cómo se equipara la somatización afectiva cuando no estamos frente al otro. El uso de los íconos y el complemento que los mismos representan en estas formas de comunicación constituyen un amplio campo de exploración conversacional.

Es importante subrayar el hecho de que no parece haber modificaciones estructurales de la gramática conversacional en la telefonía móvil, sino que se evidencian dislocaciones en su organización y secuencia temporal. Esto querría decir entonces que las estructuras se mantienen al modificarse en sus modalidades de producción y en sus componentes superficiales. Las preguntas centrales en este sentido serían: ¿hasta dónde estas modificaciones superficiales determinan cambios de reglas que afecten la estructura profunda de la conversación convencional? ¿Cómo se introducen los nuevos contextos secuenciales de situaciones sociales que tienen que representarse a distancia, en cualquier momento y en cualquier lugar? ¿Podrían estas dis-

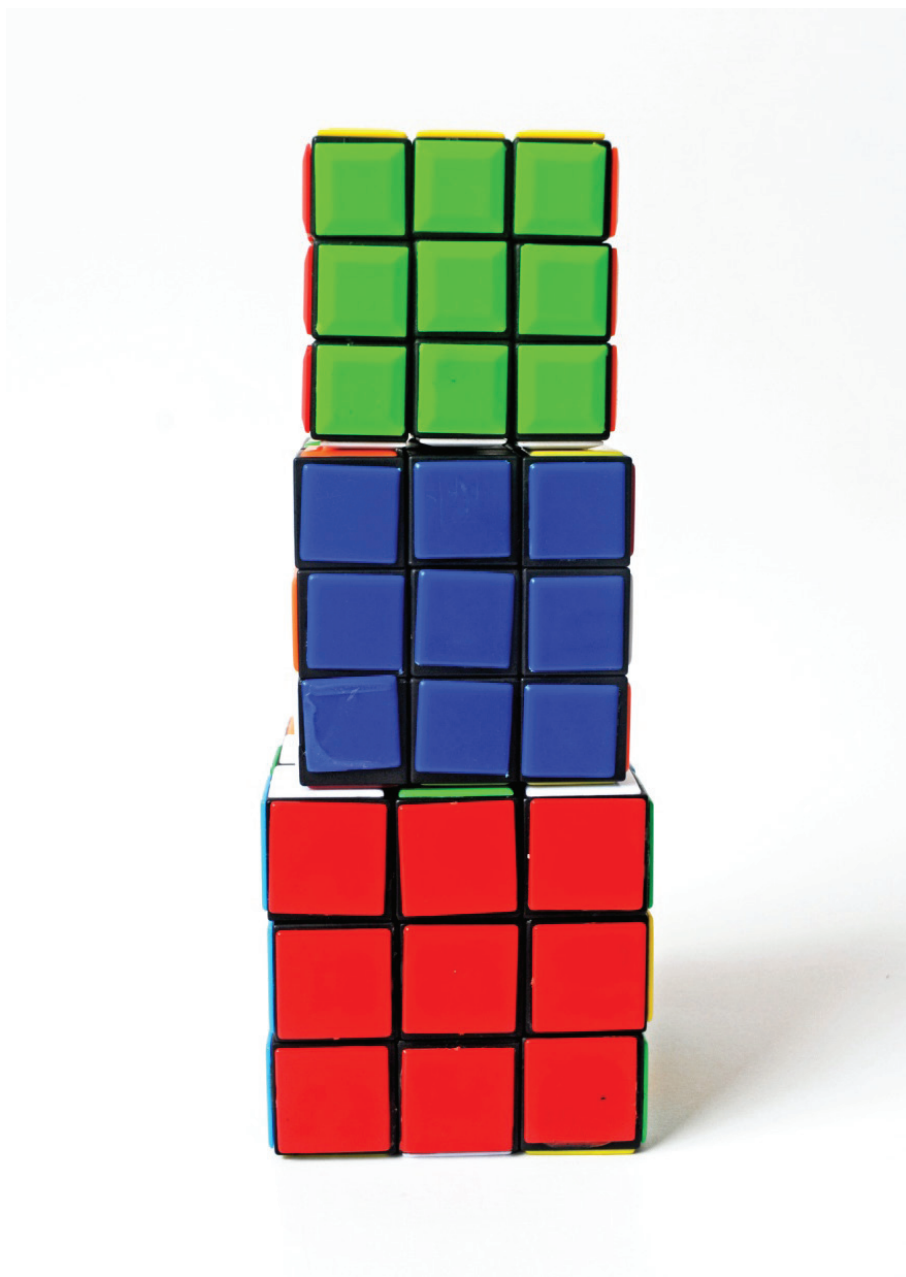
locaciones producir modelos de interacción que supriman definitivamente el requerimiento del encuentro cara a cara?

He aquí tan solo los propósitos preliminares de la formulación de nuevos escenarios, acaso virtuales, de producción de lazos sociales complementarios a los de la comunicación por chat y a los de la red en general, que parecieran producir un mundo paralelo que se encabalga sobre aquel que llamamos “real”.

BIBLIOGRAFÍA

- Balthasar, L. (2001). *Interactions audiovisuelles, théorie pragmatolinguistique et transcription*. París: EHESS.
- Duranti, A. (1999). *Linguistic Anthropology*. Londres: Cambridge University Press.
- Fornel, M. de (1994). Le cadre interactionnel de l'échange visiophonique. En *Réseaux*, 12, (64), París: CNET, 107- 132.
- _____ (2000). *Le sens de la conversation. Éléments de pragmatique cognitive*. París: Celith.
- Fornel, M. de & Léon, J. (2000). L'analyse de conversation. De l'ethnométhodologie à la linguistique interactionnelle. En *Histoire Épistémologie Langage*, 22/I. SHESL, París: PUV., 131-155.
- Grice (1979). H. P. Logique et conversation. En *Communications*. (30), 57-73.
- Goffman, E. (1987). *Façons de parler*. París: Éditions de Minuit.
- _____ (1959). *La mise en scène de la vie quotidienne*. París: Minuit.
- Levinson, S. (1993). *Pragmatics*. Londres: Cambridge University Press.
- Ochs, E., Schegloff, E. & Thompson, S. (1996). *Interaction and grammar*. Londres: Cambridge University Press.
- Pomerantz, A., Fehr, B. J. & van Dijk, T. A. (1997). Conversation analysis: An approach to the study of social action as sense making practices. En *Discourse as social interaction*. London: SAGE, 1, 68.
- Quéré, L. (2000). La vie sociale est une scène. En *Le parler frais s'Erving Goffman*. París: EHESS.

- SACKS, H. (1995). *Lectures on conversation*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Sacks, H., Schegloff, E. & Jefferson, G. (1974). A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. En *Language*, 50, (4), Los Ángeles: University of California.
- Searle, J. (1969). *Speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press.



Microblogging: consumos y lenguajes

Microblogging: consumos y lenguajes

ADRIANA FERNÁNDEZ*

Una nueva tendencia en Internet se impone desde hace poco más de tres años. Esta es el *microblogging*: una derivación de los *blogs*, caracterizada porque ofrece al usuario 140 caracteres para “postear” frases en alguna página (Twitter, Jaiku y otros), usualmente desde un dispositivo móvil (celular, PDA, BlacBerry, iPhone), donde es posible “fusionar” diferentes redes sociales virtuales, para que muestren los mensajes que se envían. Estas características y la alta frecuencia de uso (varias veces al día), configuran nuevas formas de consumo, al punto que no es extraño que redes como Twitter tengan mayor difusión entre celebridades y empresas que prefieren un contacto más directo/personal con el público consumidor.

La tendencia del *microblogging* afecta las relaciones y el lenguaje, el uso y (abuso) de este tipo de redes sociales configura nuevas manías de consumo y de adaptación del lenguaje: ¿cómo afecta la cotidianidad de un grupo social redes como Twitter? Así mismo, ¿cómo se adaptan los sujetos al uso de sólo 140 caracteres?, ¿cómo afecta eso los contenidos publicados?, y ¿qué tipo de relaciones se construyen en torno a estas redes? Responder a esos interrogantes es el alcance del presente artículo.

* Socióloga de la Universidad Nacional de Colombia.

Sospecha inicial

En el cada vez más complejo mundo virtual, las redes sociales son parte del último boom al cual adscribirse. Desde que nos reconocemos como usuarios asiduos y participantes de los no-lugares¹ o “espacios del anonimato”, la necesidad de contacto global (virtual por definición), y el frenesí con el que producimos información, llega a la oferta de redes sociales como medio para permanecer en contacto, en un primer plano, con todos los que hacen parte de nuestro nicho social inmediato (familia, amigos, compañeros de estudio, colegas, etc.) y, en otro ámbito, para alcanzar la *aldea global*.

Las redes virtuales con el mismo y pretendido fin social abundan en un mercado ultra competido, al borde de saturarse: desde MySpace, Facebook, RadiusIm, AIM, hasta el ya veterano MSN; la solución mercantil parece especializar las funciones y apuntar mejor hacia el público objetivo. La propuesta de redes como Twitter se fundamenta en la movilidad e inmediatez de los *micropost* publicados; aún así, cabe preguntarse: ¿es justa y necesaria otra red social?, ¿cuál es la utilidad de tener a los mismos contactos en tres plataformas virtuales diferentes, pero con la misma función?, ¿tienen futuro este tipo de redes?, ¿qué tan social es el *microblogging*?

¿Cómo funciona?

La creación y sostenimiento de las variadas redes virtuales se debe principalmente al público consumidor, ávido de participar de las nuevas tecnologías y de mantenerse actualizado de las publicaciones frenéticas del “nuevo mundo” al que cada vez nos acostumbramos. La movilidad y facilidad de consulta, la frecuencia de uso y, la brevedad, configuran una serie de pautas de consumo a las cuales nos adaptamos con relativa facilidad. El *microblogging*, como fenómeno virtual, es relativamente nuevo: empezó desde el 2007 con redes como Jaiku (apoyada por Google)

¹ Entiendo por “no-lugar”, desde la perspectiva de Marc Augé, aquellos lugares que se caracterizan por su transitoriedad, donde no alcanzan a tejerse plenamente identidades, alteridades ni historias. Traducir este concepto al ámbito de lo virtual supone que Internet es el no-lugar por excelencia: un espacio para interactuar a través de conexiones, más que estableciendo relaciones.

y Twitter (desarrollado por Obvius Inc.), portales que a la fecha son los que principalmente ofrecen este servicio. Dichas redes operan con dos principios básicos: movilidad y brevedad; cada mensaje publicado posee un máximo de 140 caracteres y son enviados a través de sms (*Short Message Service*), aplicación desarrollada para ese fin (usualmente usada en BlackBerry, iPhone o cualquier teléfono con acceso a Internet) o desde la interfaz web² de estos servicios.

Cualquier persona que desee empezar a “postear” (o a “trinar”) en estas páginas sólo debe crear un perfil de usuario, con información básica (nombre, correo electrónico y una opcional y corta biografía), y enseguida puede publicar allí desde cualquier banalidad, comentarios acerca del día laboral, enlaces a otros sitios web, noticias varias, incluso es posible publicitar contenidos de eventos a los que se está asistiendo en tiempo real, tales como conferencias, eventos deportivos, hasta desastres naturales como el último tsunami acaecido en Japón que hizo colapsar a la plataforma del servicio de Twitter debido a la gran cantidad de “trinos”.

El constante y variable flujo de información que caracteriza a Twitter como uno de los medios de información más rápidos del mundo virtual, está basado en la premisa de que “si muchas personas apuntan en una misma dirección eso debe ser importante”. David Carr (2010) —periodista del *NYTimes*— menciona en una de sus columnas cómo, a través de Twitter, se conocieron por primera vez las nuevas reglas de transporte y equipaje para los vuelos internacionales hacia los Estados Unidos, cambio realizado luego de un ataque terrorista frustrado, clasificado de “doméstico”. Si bien el cambio fue publicado por todos los medios de comunicación horas más tarde, Charlene Li, una asesora de seguridad que desde Montreal “trinó” en su perfil el cambio efectuado a las normas a las 7:30 de la mañana, no sólo logró adelantarse a los medios tradicionales —y digamos, oficiales— sino que también hizo parte de los *twiteros* que han creado un nicho dentro de esta plataforma virtual para la información instantánea. En ese sentido podemos hablar de “tiempo real” en la web: la incursión de lo virtual en lo real ya no

² www.twitter.com, www.jaiku.com

es una narración en pasado, ahora es posible actualizarla momento a momento, a medida que la vida va sucediendo, pues tenemos la opción de narrarla y transmitirla mientras se participa de la vida misma.

De este modo entra en el juego la categoría de “audiencia”, la de “credibilidad”, y la posibilidad de ese esquivo “tiempo real” registrado en la virtualidad a través de los trinos. Así, cabe preguntarnos ¿qué tanto somos escuchados o “seguidos” en un medio que se precia de ser efímero? ¿Qué tan fiel es nuestra audiencia? ¿Es posible la reciprocidad y la interacción dentro del restringido marco del *microblogging*?

El modo en que los diferentes usuarios se relacionan, que se descubre sólo al empezar a usar Twitter, consiste en “seguir” las publicaciones de una determinada persona. En este mundillo de trinos no hay amigos (como en otras redes: Facebook, MySpace), hay “seguidores” que pueden o no responder a las publicaciones, y que pueden ser (o no) extraños; sin embargo, ¿es Twitter una red social? Difícil de precisar, si bien sus características permiten la interacción, el servicio está orientado principalmente a las publicaciones que hacen los usuarios. Un medio como Twitter está definido por el uso que se le da: su “sociabilidad” deriva de allí.

La movilidad que caracteriza este servicio nos abre la posibilidad de una cierta “omnipresencia virtual”: estar siempre conectados —aún cuando en esa conectividad nos limitemos a “seguir” la actividad o las publicaciones de otros. Esto implica ser partícipes de los medios sociales virtuales, los cuales han desatado una especie de revolución en los últimos dos años.

En el artículo *How Social is Too Social?*, David Armano (2010) comenta la interrupción que hacen los medios sociales en la privacidad: la sobrecarga de información compartida a través de estos medios refuerza los cuestionamientos o dudas que nos pueda generar Twitter, volviéndolos un poco más “culturalistas”, puesto que cuando los medios sociales irrumpen hasta en los grados de privacidad mínimos que un usuario desea tener en su (o sus) perfil(es), aparece como condición *sine qua non* considerar quién se está beneficiando realmente de las tecnologías, al tiempo que se debe establecer un conocimiento más profundo de las personas y culturas a las que se les ofrecen tales medios.

Twitter: usos y abusos

El extensivo uso de Twitter (actualmente reporta setenta y cinco millones de usuarios³) como red social, y el creciente uso como medio de difusión de noticias configuran un nuevo tipo de dispositivo virtual al cual nos hemos adaptado rápidamente. La flexibilidad y acomodación al usuario permiten que este medio sea aplicable a los requerimientos de quienes lo utilizan. No se descartan —en el vasto horizonte de los usos para un medio al cual no le encontramos un límite claro aún— diversos usos: el personal (en conversaciones, pensamientos o actividades del usuario), el “noticioso” (enlaces publicados a *blogs*, artículos, revistas y periódicos en línea), el político (como herramienta de promoción para políticos/candidatos), el publicitario (como herramienta de mercadeo, de avisos publicitarios, de promoción de productos o personalidades, o para hacer encuestas); incluso como medio que mide el “pulso” a lo que está pasando en el mundo. Lo cierto es que Twitter se comporta como una autopista de información altamente personalizada donde todo queda en manos del usuario: a cuántos sigue para establecer qué tanta información consume y con qué frecuencia se actualiza.

En *Semantic Hacker*⁴ encontramos dos artículos de Cliff Crawford, quien cuestiona el uso informativo de un medio social como Twitter y concluye que el 57% de las publicaciones que aparecen en él caen en la categoría de “uso personal”, sean conversaciones, mensajes, etc., y sólo un 43% se utiliza en cualquier otro propósito. Siendo así, el servicio deja a discreción del usuario el empleo de “filtros” para llegar a temas que le sean útiles, interesantes, necesarios o deseables. Si bien estamos frente a un nuevo modo de acceder a la información y de comunicarse de modo multidimensional, Twitter representa un caos objetivo y un cosmos subjetivo: si más de la mitad de las publicaciones no entran

³ Esta y otras cifras acerca del uso de Twitter están disponibles en The Metric System (2010).

⁴ Blog especializado documentos web. Es posible encontrar dos artículos que hacen referencia a la característica informativa del *microblogging*: “How informative is Twitter ?” en <http://blog.textwise.com/?p=222>, publicado el 8 de enero de 2010 y “How informative is Twitter? (part 2)” en <http://blog.textwise.com/?p=269>, publicado el 26 de enero de 2010; allí también se encuentran estadísticas acerca de los lenguajes usados, el tipo de mensajes publicados y el número de seguidores.

en la categoría de información útil y consumible, y llegar a la información que puede interesarnos dependerá del tiempo y esfuerzo que dediquemos a ello, ¿tiene futuro un medio que dispara información a velocidad frenética, sin ningún orden lógico apreciable, salvo el que cada quien le de a partir de su propia subjetividad?

¿Para quién se publica?

Dentro del laberíntico mundo de Twitter y sus redes altamente personalizables lo que funciona como “sistema de organización” de los contenidos publicados está, una vez más, a discreción del usuario. Para ello el sistema permite emplear *hashtags* (el símbolo #) que precede a una palabra o frase y constituye así una forma de agrupar publicaciones (trinos) dentro de una categoría determinada. Aun cuando los *hashtags* son una creación de los usuarios —para facilitar la búsqueda de información, o sea el rastreo de “trinos” sobre un mismo tema—, éstos aparecen al realizar una búsqueda en tiempo real en Twitter⁵. Dicha búsqueda muestra resultados globales de las publicaciones y se actualiza a medida que otros usuarios emplean el mismo *hashtag*.

Un recurso de Twitter para saber “qué está pasando en el mundo” son los *trending topics* o temas tendencia que buscan informar a los usuarios sobre lo que se está publicando en la red global de Twitter. Usualmente son mostrados en la página de inicio de cada usuario, discriminados según ubicación, mostrando los temas con más trinos por minuto, día o semana. Con estos dos criterios, la publicación, actualización y búsqueda de información se facilita a los usuarios. Ahora bien, teniendo en cuenta que Twitter como medio social propone la alternativa del tiempo real, surgen las preguntas de ¿qué estamos publicando? y ¿cómo estamos explotando un medio tan prolífico? Los usos comunes abarcan desde la comunicación personal con los amigos, la información promovida por los medios, la difusión de diversos artículos de consumo, las campañas políticas, hasta los *twitters* de celebridades.

⁵ Es posible ver los *hashtags* que marcan tendencia o están siendo publicados en <http://hashtags.org/>, asimismo es posible realizar búsquedas sobre *hashtags* publicados anteriormente.

Paralelamente, es posible rastrear noticias y eventos producidos desde Twitter. Medios “oficiales” como periódicos y revistas están publicando contenido obtenido a través de lo que publican los usuarios: al realizar una búsqueda en periódicos como el New York Times, El País y El Espectador, los resultados que contienen noticias sobre Twitter superan los diez mil en cada caso. Las noticias varían: desde reportes de negocios anunciando la posible fusión de Twitter con Yahoo, la creación de un perfil en Twitter del Secretario de Prensa de Obama, las ventajas educativas del *microblogging*, las formas de evadir controles policiales, las citas para competencias ilegales, incluso reportes de un ataque a la red de *microblogging* que silenció la plataforma virtual por varias horas, y así muchos otros casos. La publicación de información es entonces de doble vía: Twitter se consolida como un medio social en el cual es posible compartir información casi de cualquier rango, al tiempo que obtener las publicaciones o *updates* de los usuarios que revelen datos valiosos, que a la larga pueden traducirse en “noticias”.

Klout: audiencia, influencia y gráfico social

Si bien Twitter —en general los medios sociales y cualquier otra red de *microblogging*— se ha configurado como un espacio en el que es posible seguir y ser seguido, publicar contenidos diversos y de algún modo “medir” la propia influencia sobre una determinada red, hace difícil no comparar este comportamiento con los warholianos “quince minutos de fama”.

El concepto mismo de tener seguidores que “están pendientes” de nuestras publicaciones, las contestan, reproducen y se vuelven parte de nuestro círculo de influencia virtual nos lleva a pensar en la “necesidad” de un gráfico social que logre cuantificar la influencia de un usuario en la red, ya sea con el uso de estadísticas que informan cómo se está usando Twitter o mediante diagramas que discriminen a los usuarios de acuerdo con ciertas categorías para establecer o, simplemente entregarse a la ilusión que transforma de algún modo los momentos efímeros en “instantes eternos”. Algunos cuadros estadísticos se obtienen

con la aplicación Klout⁶, que es muy sencilla. Sólo se necesita digitar el nombre de usuario en la interfaz de Klout⁷ y en segundos allí se calcula la influencia en la red social, medida a partir de la cantidad de “trinos”, la frecuencia de uso, el número de seguidores, entre otros factores. Así mismo, se calcula la popularidad de los temas de actualidad al tiempo que se mantienen listas de personas, temas y tendencias que están siendo publicados en ese momento para ofrecerlos como sugerencia a los usuarios; incluso se afirma que esto ocurre para “encontrar a la gente que el mundo escucha”, lo que da continuidad a la premisa twitteriana: *cuando muchas personas apuntan al mismo lugar, eso debe ser importante*.

Una vez el perfil en cuestión es analizado, de acuerdo con los parámetros del sitio le es otorgado una calificación cuantitativa, entre cero y cien, y una cualitativa que ubica al usuario en una de cuatro categorías, en su orden: Persona, Conector, *Climber* o Casual, que se distribuyen en un diagrama cartesiano en el cual el eje ‘x’ corresponde a la “audiencia” de seguidores, y el eje ‘y’ corresponde a la “influencia” que se tenga en la red. Como yo era una nueva usuaria de Twitter, la puntuación que me otorgó el sistema fue de seis puntos y me ubicó en la categoría de “Casual”⁸, lo cual significaba —en términos de la aplicación— que tenía poca influencia, no tomaba en serio mi participación en los medios sociales o probablemente era novata en ellos.

Del resultado de la medición se desprenden cinco categorías clave para la descripción general del uso que el usuario da a su perfil: la demanda, el alcance, la actividad, el compromiso y la velocidad. Estas

⁶ Es necesario destacar que no es la única aplicación diseñada para medir la influencia de los usuarios de Twitter, pero es una de las más populares y efectivas.

⁷ <http://klout.com/> Aplicación que “mide la influencia en temas a través de la web social para encontrar a las personas que el mundo escucha” (tomado del cabezote del sitio).

⁸ Cabe destacar que empecé a usar Twitter en octubre del 2009, e inscribí mi perfil en Klout para el 30 de noviembre del mismo año. La primera puntuación que me fue otorgada —de acuerdo con el uso de mi cuenta— fue de seis en la escala uno-cien; para el 9 de enero de 2010 —fecha en que revisé mi puntuación— mi influencia en la red social era estable, y para el 23 de febrero de 2010, mi puntuación había subido de seis a veinticuatro en la escala del sitio. ¿Cuál es la importancia real de estos puntajes y calificaciones?

categorías sirven para evaluar el uso de Twitter como medio social, al tiempo que le indican al usuario qué debe mejorar para subir su puntuación y optimizar su experiencia en la red.

La primera vez que utilicé Klout, además de asignarme una puntuación de seis, el sistema calificó mi uso de Twitter de acuerdo con las siguientes cinco categorías que transcribo:

Demanda: las personas hablan sobre ti y quieren ser tus amigos ¡Felicitaciones!

Alcance: estás ganando una fuerte audiencia y tus mensajes son escuchados.

Actividad: wow, tienes personas influyentes enviándote mensajes y retweetteando tus mensajes. Tu gran contenido es recompensado.

Estas son las cosas que te recomendamos mejorar:

Compromiso: intenta tener más conversaciones y menos publicaciones parciales.

Velocidad: sé original, creativo y ofrece buen contenido a tus seguidores y tu mensaje “viajará”.

Una segunda “evaluación” de mi perfil, me asignó una puntuación de veinticuatro y la respectiva calificación en función de esas categorías:

Demanda: las personas hablan sobre ti y quieren ser tus amigos ¡Felicitaciones!

Compromiso: gran trabajo escuchando y siendo parte de la conversación.

Velocidad: tus trinos han sido lo suficientemente interesantes para que otros lo extiendan a su propia red.

Alcance: estás ganando una fuerte audiencia y tu mensaje está siendo escuchado.

Actividad: !wow!, tienes personas influyentes enviándote mensajes y retweetteando tus mensajes. Tu gran contenido es recompensado.

El significado práctico de un sistema de evaluación de perfiles, como el desarrollado en Klout, radica en la necesidad de implementar filtros para información que están en constante flujo en un medio tan móvil, veloz y cambiante; más allá de una medición de la “popularidad” que pueda tener un usuario en la red, funciona en el marco del *microblogging* como otro sistema para encontrar información y comunicarse con personas con los mismos intereses. La idea de “tomar el pulso” de los contenidos publicados y encontrar a los usuarios que los están actualizando pretende encontrar, más que usuarios con miles de seguidores, el usuario que “trina” sobre el tema que interesa.

Cierre

El *microblogging* como sistema social construye a los usuarios como sujetos participantes que moldean y modifican el medio mientras lo usan y exploran las posibilidades que éste ofrece. La maleabilidad de una red como Twitter, en tanto sus contenidos dependen necesariamente de los usuarios, la posiciona como el medio abanderado en las tecnologías 2.0. Así mismo, la oferta de participar en “tiempo real” constituye para los usuarios una opción en el saturado mercado de las redes y medios sociales: las tecnologías 2.0 permiten a los adeptos cambiar sus formas de relación, de comunicación y de trabajo al ofrecer una plataforma diferente que facilita el proceso de compartir información, de incrementar la difusión y de llegar a distintas personas más allá de las redes geográficas locales.

El uso del lenguaje y la adaptación a un medio nuevo modifica cómo leemos, cómo escribimos y cómo razonamos, particularmente cuando estamos limitados a un determinado número de caracteres. El lenguaje y la cultura se adaptan al dinamismo de la red; así como Twitter es lo que uno quiere que sea, el lenguaje, la cultura y los contenidos de las publicaciones/actualizaciones también lo son. La economía lingüística a la cual nos vemos obligados, crea la necesidad de ir “directo al grano”. Por ello, la búsqueda de información y comunicación (el “hacerle señas a otros”), se facilita en un medio como Twitter: lo breve, lo móvil, lo actual es lo

que permite una interacción efectiva, real, inmediata. En últimas, una conexión efímera que da la impresión de actualizarnos constantemente.

BIBLIOGRAFÍA

Armano, D. (2010, febrero 22). How Social Is Too Social? En Harvard Business Review, disponible en http://blogs.hbr.org/cs/2010/02/how_social_is_too_social.html, consultado el 22 de febrero de 2010.

Carr, D. (2010, enero 1). Why Twitter Will Endure. En *The New York Times*, disponible en <http://www.nytimes.com/2010/01/03/weekinreview/03carr.html>, consultado el 3 de enero de 2010.

How informative is Twitter? (2010). Disponible en <http://blog.textwise.com/?p=222>, consultado el 8 de enero de 2010.

How informative is Twitter? (part 2) (2010). Disponible en <http://blog.textwise.com/?p=269>, consultado el 26 de enero de 2010.

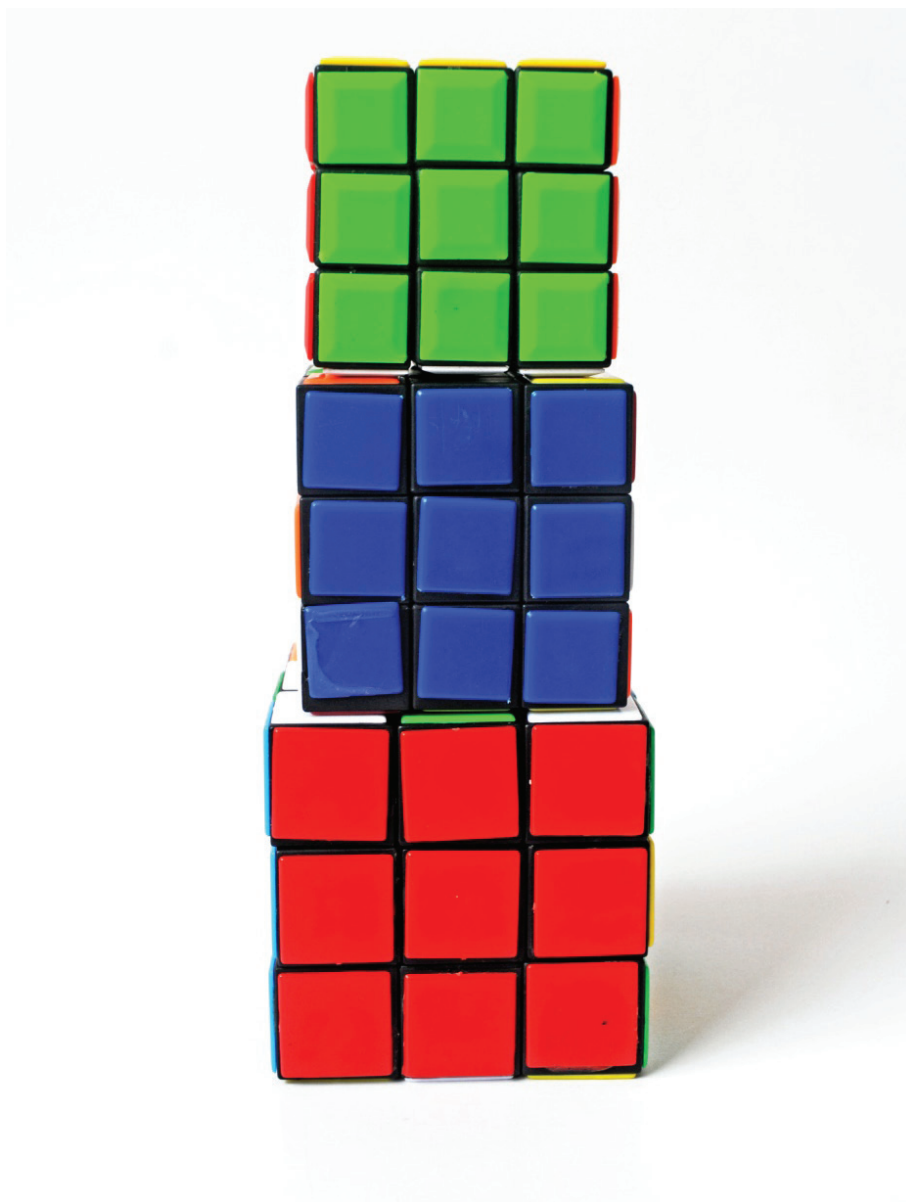
<http://hashtags.org/>

<http://klout.com/>

The Metric System. Disponible en <http://themetricsystem.rjmetrics.com/2010/01/26/new-data-on-twiters-users-and-engagement/>, consultado el 30 de enero de 2010.

www.jaiku.com.

www.twitter.com



Foros virtuales y nuevas formas de
“afinidades electivas” en la red

Foros virtuales y nuevas formas de “afinidades electivas” en la red

BENJAMÍN DE LA PAVA*

La propuesta de trabajo para este artículo parte de la experiencia personal que ha sido “trabajar” en foros de Internet y mantenerlos “vivos”, durante por lo menos 10 años. La experiencia etnográfica durante este tiempo ha posibilitado lidiar con situaciones que dan una base para hablar sobre cómo estos espacios permiten al usuario formarse una personalidad frente a otros participantes, pero dicha “personalidad” obedece a un proceso de identificación que corrobora los desarrollos conceptuales elaborados por Michel Maffesoli. Más aún, los foros virtuales obedecen a un intento de poner reglas y límites a la famosa expresión del *No man’s land* que es la Internet. Por tanto, esos ámbitos constituyen una composición virtual jerarquizada para nuevas formas de sociabilidad, basadas en identificaciones y “afinidades electivas” que a los usuarios les permite perseverar. El texto mostrará las diferentes articulaciones que existen a través de los foros virtuales, una de las muchas formas actuales de sociabilidad donde abundan muy diversos protocolos de participación, y una interiorización de reglas a partir de los elementos constitutivos de cada uno.

Durante más de diez años he navegado en la Internet, socializando con gente de casi todos los rincones del mundo. La mayor parte del tiempo he encontrado a individuos de otras latitudes por medio de foros presentes en algunas páginas web, o intercambios que en sí prestan

* Antropólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

diversos servicios como aderezo. La modalidad nace alrededor de 1995 como reemplazo de los *newsgroup* que predominaban en la web y sólo permitían una única conversación. Los primeros foros surgen a finales de 1995 y principios de 1996, como EMTs o *Electronic mailing lists*, pero se consolidan a partir de la creación de *Ultimate Bulletin Board*, software que permitió la creación de una estructura en forma de tabla y una base datos que posibilitó la evolución de las EMTs en los conocidos vBulletin y phpBB (ambos *freeware* o software de libre reproducción y código abierto). Estos dos son los sistemas de foros más usados en el mundo y la estructura que manejan es simple: el operador de vBulletin o phpBB crea ciertas rejillas que conformarán las áreas principales de los foros; el usuario decide entonces si crear subespacios dentro de estas rejillas que serán empleados normalmente para subtemas específicos. Por ejemplo, en un foro sobre fútbol, las áreas normalmente van diferenciadas por continentes. Cada una de éstas obedece a un espacio dentro de la estructura. Fútbol europeo comúnmente se separará en fútbol italiano, holandés, alemán, español, inglés, etc., constituyendo subespacios dentro del área “fútbol europeo”. Así, en “fútbol inglés” pueden existir subespacios para la cuarta, tercera, segunda y primera división del fútbol de ese país.

La estructura del foro es generadora de prácticas, y sus usuarios no determinan el comportamiento que debe existir al comunicarse. Esto es un lugar común en la Internet, y se puede alcanzar un desmedido placer al romper las reglas de juego y no ser castigado por ello. De hecho, debido a numerosos comportamientos transgresores, los administradores de los foros buscan promover otros donde la estructura configure el modo de ser del usuario y lo recompense de distintas maneras. En otras palabras, hay foros que buscan disciplinar a los usuarios de la Internet al ofrecerle una serie de reglas de comportamiento y promover el control social virtual a través de los participantes.

Ahora bien, en los sistemas de foros phpBB hay más que un sistema de tablas para la organización temática y subtemática de una comunidad virtual. Otras características muy importantes de los foros son los

mensajes privados, la subida y descarga de archivos, la personalización del perfil y de la estructura del foro al establecer zonas especiales a las cuales se les puede restringir el acceso para que sólo ciertos miembros puedan entrar en ellas. Las restricciones más comunes son el número de *posts*¹ o la fecha de registro del usuario. También está la aplicación de los poderes especiales que tienen los usuarios conocidos como los *admins*, que incluyen la capacidad de dar advertencias y restringir temporal o indefinidamente la conexión a ciertos participantes. Este poder se conoce como *ban*², y en algunos foros existe la capacidad de silenciar e invisibilizar las acciones de ciertos sujetos. Normalmente, se conoce a esto como *sqlching*³.

Los foros virtuales se encuentran en páginas especializadas de cine y televisión, de deportes, arte, videojuegos, animé, manga, política, de intereses religiosos, de salud o de tecnología. Un factor común a todos los foros identificados es buscar que los usuarios de la página gasten buena cantidad de tiempo surfeando, además de la participación activa al interactuar⁴. Una de las preguntas más comunes que surgen cuando se empieza a merodear en un sitio de Internet, actividad más conocida como *lurking*, es por qué la existencia de más de un foro sobre un mismo tema. Hay diversas respuestas que se pueden categorizar, dadas por dos foros (A y B), así:

El foro A tiene un control demasiado estricto sobre su contenido si se compara con B.

¹ *Posts* es el término anglosajón para los comentarios que hacen los miembros de los foros. Sin embargo, su uso se ha extendido incluso a los foros de habla hispana.

² *Ban* significa prohibición o destierro de algo.

³ *sqlching*, derivación de *to sqlch*, significa silenciar o callar a alguien.

⁴ Los encargados de realizar esto cuando una página de Internet se crea son los dueños de otras páginas, quienes piden que se publiciten dentro de otros foros de la misma temática, aunque una vez establecidos sean muy pocos los que logran atraer usuarios por largos periodos de tiempo. Esto se debe a que la atención se desvía hacia otras cosas, como por ejemplo en un foro de videojuegos donde cada juego nuevo tumba al anterior, por lo que usuarios de un foro del primer videojuego pasan a otro, y así sucesivamente. Esto también ocurre con los foros de música, cine, tecnología y salud, donde la mayoría de sus miembros sólo se registran por intereses específicos y nunca con la intención de gastar su tiempo de divagando.

El foro A no tiene x característica para la personalización del perfil si se compara con B.

El foro A se enfoca mucho más en cierta temática que el foro B. Ejemplo de esto se ve en los videojuegos. Por ejemplo, Starcraft tiene dos grandes comunidades (www.gosugamers.net y www.teamliquid.net); una se ocupa de lo que sucede en Europa y América, mientras la otra se concentra en Asia, específicamente en Corea del Sur⁵.

El foro A tiene una comunidad mucho más activa que la de B.

El foro A tiene una comunidad mucho más “madura” y amable que la de B.

El foro A posee una atención al usuario mucho más rápida y completa que la de B⁶.

El foro A tiene *Shoutbox*⁷, B no.

El foro A tiene mejores administradores que B.

Lo que cabe resaltar de estos foros es que al ser escogidos ya se define cierto tipo de *afinidad electiva* entre sus usuarios. El término de *afinidad electiva* corresponde al uso moderno que Goethe le da en su novela, como al análisis que Walter Benjamin hace de ella, y a la implicación que Weber le da al comparar la ética protestante con el espíritu del capitalismo (Benjamin, 2007 y Weber, 1991). Aclarado esto, como afinidades electivas se entenderán aquí las acciones, emociones, sentimientos, ideologías, preferencias y gustos que generan agrupaciones, imitaciones y diferencias entre personas, tanto virtual como materialmente, tratando de evitar el

⁵ Starcraft es un juego de estrategia en tiempo real que salió a la venta en 1998 y desde entonces ha generado una de las mayores comunidades que existen en toda la Internet.

⁶ Esta razón es la que más se encuentra en foros sobre salud y tecnología, donde el usuario se registra normalmente para preguntar una o un par de cosas y no vuelve al sitio. En términos generales, estos foros no suelen formar comunidades muy unidas o muy grandes, y la mayoría no constituyen siquiera una comunidad.

⁷ Shoutbox (no tiene traducción al castellano) es una característica parecida a un chat dentro de un foro, normalmente ubicada en la parte principal de los foros con el objetivo de permitir a los usuarios ver quién se encuentra en línea, hacer ciertas preguntas para obtener una rápida respuesta, o simplemente para charlar sobre cualquier cosa.

uso dicotómico que se hace entre lo “virtual” y lo “real”, puesto que hoy es muy importante considerar la socialidad⁸ virtual como moldeadora del individuo en su vida cotidiana.

Interesado en desarrollar el concepto de “nuevas afinidades electivas”, concentraré el análisis en los foros de Internet que suele desarrollar una comunidad de visitantes frecuentes, lo que quiere decir que foros como los de tecnología y salud quedan por fuera de la observación, pues en éstos las actividades se focalizan en las secciones dedicadas al soporte técnico y a las preguntas sobre lo que puede llegar a entenderse por “síntomas”. Infortunadamente, la Internet es muy conocida por el anonimato que brinda a sus usuarios gracias al uso de seudónimos, por la alienación que causan algunas páginas, la generación de movimientos y agrupaciones masivas de personas (como en YouTube y en Facebook), por la falta de interacción cara a cara, la sobreabundancia de identificaciones, entre otras, pero no por los vínculos virtuales que fomenta. Una *virtual community* no puede ser vista a la luz de las socialidades en las redes tipo MySpace, ya que las formas de relacionarse varían significativamente. Por ejemplo, en Facebook casi nadie es alguien, ni siquiera las estrellas, mientras que en un foro de Internet, siempre estarán los *fanboys*.

Se han nombrado ciertos tipos de personas encontradas en un foro, como los *admins*, los *webmasters* y ahora los *fanboys*. Pero ellos no son los únicos que participan, por lo que a continuación se hará una descripción del tipo de usuarios que normalmente forman una comunidad virtual:

- *Webmasters*: son los dueños o herederos de las páginas de Internet. Tienen en general todas las capacidades y permisos de los foros; suelen ser reconocidos por todos los miembros regulares y normalmente poseen algún tipo de símbolo que los hace diferentes del resto de usuarios. Cuando es más de una persona la que es dueña de la página, eso no ocurre. Es necesario diferenciar a Mark Zuckerberg, dueño y fundador de **www.facebook.com** de un simple *webmaster*. Aunque

⁸ Entendida en el sentido de “re-alianza” que le otorga Michel Maffesoli (2004: 26-49).

trabajan ambos en el mantenimiento de una página y sus aplicaciones, un *webmaster* es reconocible porque, al igual que el resto de miembros de una comunidad, usa sobrenombre y posee un perfil de usuario como los demás. Es en este perfil donde los *webmasters* se identifican por los pequeños detalles que sólo ellos tienen⁹.

- *Admins/Mods*: administradores nombrados usualmente por los *webmasters* para controlar el contenido, actividad, archivos y ser los encargados de supervisar al resto de los miembros. Normalmente los *admins* son concebidos como policías de los foros para hacer cumplir las reglas a cabalidad, mantener a raya a los *trolls* y lograr que las conversaciones se mantengan sobre el tema¹⁰. Los *mods* son los administradores más comunes en un foro y, como su nombre lo indica, moderar es su función.

- *Fanboys*: usuarios fanáticos de algo relacionado con el foro al que pertenecen. Pueden ser mencionados como un insulto para otros miembros cuando se comportan de manera eufórica, irracional e infantil. Un *fanboy* “defiende a muerte”, y muchas veces de manera agresiva, su predilección.

- *Elders/Senior members*: usuarios que debido a su actividad, contribuciones y longevidad se han elevado a ese rango y han obtenido privilegios que se pueden alcanzar por medio del cumplimiento de algunos requisitos: completar cierta cantidad de años en el foro o por haber hecho un número significativo de contribuciones al sitio, sean estas económicas, performativas o ejemplares para la comunidad virtual. Los privilegios pueden incluir mayor espacio para la imagen de perfil, mayores oportunidades para la personificación del perfil, acceso al foro de los *seniors/elders*, rango propio, nombre de otro color (algunos poseen capacidad como moderadores). Un fenómeno muy común de los foros es que los miembros antiguos son objeto de reverencias

⁹ <http://forums.d2jsp.org/user.php?i=245> Ejemplo de un *webmaster* donde se nota un *pikachu* (personaje de un dibujo animado japonés) al lado de su nombre. Ningún otro usuario en ese sitio puede tener un *pikachu* al lado de su identificación.

¹⁰ Las conversaciones que se crean en los foros siguen normalmente la ley de Godwin, la cual indica que a medida que avanza la discusión, la probabilidad de que el tema del nazismo irrumpa se hace cada vez más alta. La ley, aunque fue un comentario burlón sobre los foros, se ha convertido en casi una constante en muchos de ellos. Fuente: <http://www.faqs.org/faqs/usenet/legends/godwin/>

por parte de otros usuarios, debido a su experiencia y por las virtudes virtuales percibidas por otros.

- *Regular members/Randoms*: forman el grueso de los miembros activos y participantes de los foros; se les conoce como simples miembros, aunque existen algunos donde las jerarquías y distinciones son tan marcadas que se les da la connotación negativa de *randoms* (aleatorios).

- *Trolls*¹¹: usuarios que disfrutan realizando comentarios infantiles, agresivos, homofóbicos, racistas, clasistas, escribiendo en *leet speak*¹², y en general abusando del anonimato que permite la red constantemente, por lo que no suelen durar mucho a menos que multipliquen sus cuentas para seguir persiguiendo a la comunidad y a otros grupos de participantes.

- *Newbies*: foristas novatos, normalmente la presa de las burlas y abusos de los *trolls*, pues al ser nuevos muchos de ellos no suelen leer las reglas de convivencia y participación en los foros, cometiendo varios errores al principio de su “vida virtual”.

- *Lurkers*: su nombre viene del verbo *to lurk*, que traduce acechar; son el mayor grupo de usuarios de la Internet aunque casi nunca participan activamente en las discusiones de los foros. *Lurking* es uno de los comportamientos más habituales entre todo usuario de un foro, incluso algunos fomentan el *lurking* para promover que el contenido sea de buena calidad, partiendo de que al revisar y leer primero las conversaciones cada nuevo *post* aportará el estado actual de la conversación evitando devolverse a puntos ya aclarados de ésta. Como la mayoría de los foros no muestra a los foristas, el anonimato para los *lurkers* es completo: son participantes invisibles en todo el sentido de

¹¹ http://www.encyclopediadramatica.com/Main_Page Esta es la página más grande de *trolls* de la Internet. Incluye contenido sexual y violento explícito. Se recomienda no hacer clic en ninguna parte donde diga: “Haz clic acá para ver...” o algo por el estilo.

¹² El *leet speak* es un alfabeto creado en la Internet utilizando caracteres del código ASCII y reemplazando las letras latinas. Este alfabeto, derivado de la palabra “elite” en inglés, se usaba para describir a una persona cuyas habilidades de computación eran mucho mayores que las de la mayoría de usuarios. Después se ha empezado a usar por videojugadores, *trolls* de foros u otros usuarios para molestar o burlarse de aquellos que pretenden ser mejores que otros. Fuente: <http://en.wikipedia.org/wiki/Leet>

la palabra, de ahí que para que un foro sea activo y se mantenga vivo, la comunidad debe mostrar cierto comportamiento y contenido que permita que los *lurkers* se conviertan en usuarios regulares.

Toda esa introducción a los tipos de usuarios que participan en los foros conduce al eje del presente artículo: la jerarquía social y las afinidades electivas que allí se desarrollan. No es gratuito que muchos foros permitan la creación de *fanclubs*, *guilds* (gremios), clanes o sindicatos para la asociación de sus miembros, y concedan ciertos privilegios a algunos o se establezcan requisitos para acceder a esos grupos¹³. Sin contar los clubes, que son la forma más visible de las agrupaciones, existen tres formas muy importantes y visibles para revelar afinidades electivas y jerarquía entre los participantes:

- La firma y el avatar. Constituyen el espacio permitido a un usuario para que ponga las preferencias que lo identifican. Tienen restricciones sobre el contenido que se puede poner en ellas. Es común en muchos foros que privilegios de firma se den a partir de cumplir ciertos requisitos que le otorgan estatus a un participante frente al resto de la comunidad. Algunos de esas prerrogativas son: mayor espacio para las imágenes, figuras de gran tamaño y peso, mayor espacio en general para la firma. La firma en los foros es, en gran medida, la presentación que hace el usuario de sí, puesto que a partir de las imágenes que ponga podrá relacionarse con ciertos gustos y, por tanto, algunos usuarios estarán más dispuestos a establecer vínculos con él. Las firmas son comúnmente un conjunto de imágenes que los usuarios asocian para entablar algún tipo de relación más elaborada. El avatar o imagen de perfil comúnmente sigue la línea de la firma, o puede ser distinto a razón de expresar otro gusto. Las firmas son de uso común en muchos foros, pero en otros como www.facethejury.com¹⁴ no son muy usuales porque las fotos personales son lo que los demás usuarios esperan ver.

¹³ Es de aclarar que algunos foros no gustan de tal separación ya que la visión del sitio es el fomento de una comunidad unida y homogénea; sin embargo, existen otros métodos de mostrar las agrupaciones que tan normalmente se dan entre los distintos miembros de un foro. Ejemplo de ello: www.gosugamers.net

¹⁴ www.facethejury.com es un portal de Internet de citas, donde los usuarios suben sus fotos y éstas son calificadas por el resto de la comunidad, que además mantiene uno de los foros más activos de la Internet.

Todo lo contrario ocurre en un foro como www.anime-eden.com donde la animación japonesa es el tema: mostrar un tipo de animación o seriado preferido resulta común en la relación con otros participantes que gustan de lo mismo.

- El rango. Es la jerarquización estándar de todo foro. Normalmente contiene junto a otros nombres la estructura de los usuarios propuestos, eliminando a los *trolls* y uniendo a los *newbies* con los *lurkers* debido a que es característica común de todo foro que se suba de rango a medida que el número de *posts* de participantes aumenta. Algunos foros mantienen la opción de otorgar rangos especiales a sus participantes tras el cumplimiento de ciertos objetivos de longevidad, actividad o reverencia por parte del resto de la comunidad. El rango normalmente se ubica debajo del nombre escogido, indicando primero el tipo de participante de la persona: un *random*, un *newbie*, un *elder*, un administrador o el *webmaster*, aunque no necesariamente es a partir de esto que se categorizan los usuarios entre sí¹⁵. El rango sobre todo es una forma de mostrar a quién se debe respetar, a quién hay que educar y a quién se debe castigar. Esto último hace referencia a los usuarios que tienen un rango de miembros activos regulares, lo que supone que conocen bien las reglas de comportamiento, por lo cual los errores no les son perdonados.

- El perfil. Lugar donde el usuario es libre de poner sus preferencias, gustos, hobbies; en general se comporta como una hoja de vida o “fachada” en términos de Erwin Goffman (2004: 33). Aunque existen ciertos elementos como *shoutboxes* y personalizaciones posibles como videos de Internet, imágenes, textos u otras cosas que el usuario puede subir a su página de perfil..., a pesar de ser teóricamente el lugar donde se puede saber la mayor cantidad de detalles de un usuario, en muchos foros no es el lugar para “darse a conocer” porque muchos

¹⁵ www.d2jsp.org es un sitio de intercambio de objetos de Diablo II y de Runescape, ambos juegos de computador. En este sitio, existe una moneda virtual conocida como “Forum Gold” que ayuda a que los usuarios pongan precio a los objetos que tienen en alguno de los dos juegos. Una de las jerarquías más comunes de d2jsp.org es la fecha de registro de sus usuarios; 2003 es la fecha más antigua y poderosa posible.

participantes no completan allí sus preferencias y sólo visitan otros perfiles durante escasos segundos¹⁶. Pese a esto, los perfiles que sí contienen algún tipo de información, en contados casos suelen lograr que dos desconocidos (en términos de la comunidad virtual) se vuelvan amigos o, por lo menos, desarrollen algún tipo de comunicación por fuera de los foros.

Esos tres elementos forman la base donde la mayor parte de afinidades electivas y pequeños subgrupos se dan, ya que permiten reconocer entre sí a los participantes con respecto a sus iguales y superiores. Aunque las relaciones entabladas en los foros son todo menos horizontales y verticales, la importancia simbólica de las jerarquías, como en la vida social de interacción cara a cara, se ve en las reverencias, en los puestos asignados, los fundamentalismos y sobre todo en los gustos que los famosos y venerados de los foros generan. Michel Maffesoli habla de cómo la socialidad moderna está cargada de emociones, y de qué forma las agregaciones de hoy obedecen a un proyecto constituido por el “estar-juntos”:

Para formular una “ley sociológica”, yo diría como *leitmotiv*, que lo que se privilegia no es tanto aquello a lo que cada quien va a adherir voluntariamente (perspectiva contractual y mecánica), sino lo que es emocionalmente común a todos (perspectiva sensible y orgánica) (Maffesoli, 2004: 67).

¹⁶ Los *elders* son un ejemplo muy común de esto; al ser las estrellas de un foro debido a su gran actividad en los mismos y ser reconocidos por sus nombres de usuarios, no como el estudiante bachiller norteamericano adolescente nativo de Iowa, el cual todavía no tiene licencia de manejar, sino como “Lexus”, un *elder* cuyas opiniones son consideradas entre las más inteligentes en un foro lleno de niños que no superan los 15 años en promedio, no porque realmente lo sean. Es casi una regla tácita de los foros que los *elders* sean usuarios que nunca comentan nada sobre su vida personal ni nada que les pueda llegar a contradecir la personalidad que se han formado en el foro. Estas personas se han adueñado de su persona virtual, por lo que cualquier dato o comportamiento que los pueda delatar como otro personaje es normalmente eliminado o nunca publicitado, cosa que no sucede con la mayoría de los miembros.

Las agrupaciones en los foros siguen no sólo esta lógica, sino que el individuo masificado es sobre todo un sujeto con pulsiones a la moda (Lipovetsky, 2007) muy presentes. Así, el rechazo a cualquier actividad proyectiva que pueda asimilar al usuario o compararlo con otro es muy marcada (de ahí los niveles casi al infinito de “personalización” que mantienen los perfiles de usuarios en sitios como www.MySpace.com o en foros como los de Gaia online). Al mismo tiempo, las identificaciones a partir de afiliaciones a *fanclubs* cuando un usuario o grupo de participantes empieza a ser copiado por otros (siendo los *elders* normalmente los copiados, y los miembros regulares, *fanboys* y *newbies*, los que copian), hacen que los suplantados huyan de los impostores. Esto no quiere decir que las afinidades electivas en los foros no mantengan una estructura jerárquica importante; todo lo contrario, las jerarquías por longevidad y actividad son muy marcadas: hasta cierto punto actúan como pequeñas congregaciones de fieles religiosos (*fanboys*) frente a un sacerdote (*elder*).

Es fácil ver que en un foro de animé, cuando un miembro venerado comenta que tal seriado o manga es malo/bueno salgan a relucir varios miembros que, acto seguido, adoptan miméticamente la actitud del *elder* y, de paso, critican e insultan a todo aquel que no comparte su visión. Ejemplos son muchos, pero uno de los más significativos es la fundación de los *fanclubs*. Cuando varios usuarios regulares se juntan para formar uno de ellos, es muy común que aquellas agrupaciones donde se pueda encontrar un veterano tengan una mayor cantidad de miembros más rápidamente, cosa que no pasa en todo foro, aunque es muy común en los de cine, música, videojuegos y animé/manga.

Un *elder* que desde su registro se ha declarado fanático de x equipo de fútbol y se caracteriza por odiar a un equipo y, nunca podrá llegar a aceptar que el equipo y le haya ganado a un x, aunque la mayoría de fanáticos de x lo haga. Parafraseando a Erving Goffman, un *elder* nunca podrá permitirse la “tergiversación” (Goffman, 2004: 69-77) de su actuación, puesto que al establecer una comunicación discontinua se prestaría fácilmente a los malentendidos. Al mantener esa característica, los usuarios regulares, y sobre todo los *fanboys*, suelen enta-

blar relaciones por afinidades electivas con ciertos *elders* debido a que encuentran en ellos un “deber ser”, aparte de *fascinarsse* con ellos, en tanto usuarios. Todo lo anterior genera pequeños grupos de seguidores de los *elders*, normalmente manifestados en los *fanclubs* más activos, conocidos y grandes que pueden llegar a existir en un foro.

No sólo los *elders* movilizan las afinidades electivas y las agrupaciones entre participantes. Hay una forma general sobre cómo los miembros regulares se agregan: cadenas de favores o *rep giving*¹⁷. La reputación es un valor estándar de todo foro y, en algunos, es también un añadido que otros miembros le otorgan al usuario. En otras palabras, si yo comento algo y otros foristas lo encuentran de su gusto, ellos pueden darme “rep” (lo cual se verá en mi perfil), y dejar un comentario sobre por qué me dan tal reputación. Siguiendo la lógica del don y el contradon, debo yo devolverles la reputación cuando me sea posible. Aunque no es necesario: hacerlo se considera parte de los buenos modales en cualquier foro de Internet que mantenga ese sistema y genera cadenas de favores entre grupos de participantes y agrupaciones, a través de la connivencia generada por medio de “conceder reputación”. Esta forma de socializar entre miembros regulares hace que poco a poco se formen *fanclubs*, se defiendan y cuiden las espaldas dentro de la cadena y se generen afinidades electivas entre sí. En otras palabras, este sistema fomenta la fragmentación de la masa de foristas en pequeñas tribus que comparten experiencias, sensaciones, emociones, gustos y posiciones intelectuales, frente a la hegemonía que representan los *admins* y los *elders*, o contra los abusos de los *trolls*, pero es de anotar que no muchas de esas cadenas sobrepasan el momento o, específicamente la conversación del foro donde ocurren emociones, experiencias y sensaciones compartidas que suelen salir a flote más adelante, ya sea como formas de resistencia o tácticas de apoyo a cierta interacción en la conformación de algún *fanclub*. Tales cosas pueden suceder primero y después generar la cadena de favores, pero esto no suele ser el *modus operandi* común en los foros. La solidaridad entonces es una de las

¹⁷ *Reputation giving* o dar reputación.

formas más comunes para la agregación en los foros, solidaridad que puede verse entre miembros de igual categoría o servir para acercar a quienes de otra manera nunca se hubiesen conocido.

Ahora bien, esta descripción de los foros, ¿para qué? El foro actúa como una reproducción del sueño burgués de alcanzar cierto estadio de “nobleza”. En el mundo virtual, el usuario ya no necesita un capital económico para lograrlo, sino un capital de tiempo y actividad. Aunque algunos foros permiten obtener los mismos privilegios con alguna donación..., mientras el usuario decide participar, modificar su perfil, compartir sus intereses culturales o sociales, puede llegar a ser un noble *elder*. Por el contrario, aquellos que no disponen de tiempo para invertir son simples foristas, algunos con inclinaciones nobles, otros prefiriendo mantener un bajo perfil. Sería insulso acusar una “ideología” actuante detrás de la creación de cada foro, pero sí vale la pena resaltar que la identidad en éstos es un lujo, no un derecho. Por tanto, es de los *elders* de quienes importa saber quiénes son: el resto es masa.

La identidad en los foros es una idealización que el sujeto construye a diario. En la web, lo real se pierde en las decisiones del usuario que pretenden encubrir lo que él considera fuera de lugar en su perfil. Se trata de un simulacro. Esto no necesariamente implica esencialismos puesto que, como espacios temáticos, en ciertos foros un participante puede resaltar sus conocimientos de japonés antes que sus destrezas deportivas: es bien sabido que si algo gusta de alguien, esto consiste en ponerse voluntariamente por debajo de nosotros pidiéndonos educación. Pero los foros no tienen control sobre el conocimiento expuesto pues su verificación se basa en la confianza que inspira el participante, y en lo claro u obtuso que pueda resultar. En otras palabras, en los foros lo hiperreal sustituye a lo real no el sentido de un 11 de Septiembre, sino a manera de emociones compartidas entre sujetos. Al eliminar la necesidad de un conocimiento “verdadero”, dar lugar a opiniones y a la creación de facciones, los foros pasan a ser “ágoras virtuales” donde el que posee una voz más grande gana. El fanatismo, siempre buen sustituto de la razón, se sirve de las afinidades electivas para reafir-

mar la creencia ante otros usuarios: esto genera asociaciones entre los miembros de los foros y polarizaciones frente a lo discutido. Volverse extremista frente a un tema, independiente de cómo se presenta, ayuda a que se generen imaginarios y representaciones superlativas sobre el “deber ser” de los objetos discutidos.

El consumo es la razón más importante por la que se generan foros. El fanatismo es una excelente manera de generar perfiles de consumo, sobre todo en mercados tan delimitados como los de los videojuegos, el animé y el fútbol, por nombrar algunos. La identidad es definida a partir de aquello que se consume o, más exactamente, a través de lo que se muestra que se consume; para ello está el perfil de los foros, la firma, la foto de perfil y el avatar. Todas esas imágenes son un universo de los posibles objetos consumidos por un usuario y, al mismo tiempo, un conjunto de aquello que no se consume. Los hábitos de consumo se reflejan en los perfiles de las personas y este comportamiento no escapa a la lógica de la moda; el usuario no soportaría verse obligado a mantener una misma imagen más allá del tiempo deseado: un forista que mantiene su perfil intacto por un prolongado tiempo normalmente lo preserva mostrando un completo espectro de lo que le interesa consumir. Aquí es donde los favores (*rep giving*) entran a jugar un papel importante al forjar ciertos lazos virtuales: basados en recomendaciones sobre qué música escuchar, qué videojuego comprar, qué serie de televisión no ver, al establecer estilos de consumo que condicionan a su vez a los participantes.

Finalmente, en los foros de Internet se mantiene una separación casi al estilo de castas (ser llamado *newbie* es considerado un insulto para todo aquel que no lo sea, pues muchos *elders* prefieren que en las conversaciones aquéllos se mantengan alejados); las jerarquías son bastante marcadas, reivindicadas y veneradas; la solidaridad, las connivencias y las agregaciones obedecen a la lógica de la socialidad, tal y como la ha propuesto Michel Maffesoli a través de lo que es emocionalmente común a todos. El simulacro rodea el contenido: las personalidades de los foros, el consumo y la creación de necesidades presentes pueden

ser usados por encargados de mercadeo que han bautizado su trabajo como *trendsetters search*, lo que consiste en observar la influencia de la red en potenciales consumidores para planear campañas publicitarias. La lente de esos “investigadores” puede arrojar un resultado bastante funcional de lo virtual y, aunque ello parezca despreciable, no significa que no pueda iluminarnos.

BIBLIOGRAFÍA

Benjamin, W. (2007). Las afinidades electivas de Goethe. En *Obras completas*, libro I, vol. 1. Madrid: Abada editores.

Goffman, E. (2004). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus*. México: Siglo XXI editores.

Weber, M. (1991). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México D.F: Premia Editora.

Sitios web consultados

<http://en.wikipedia.org/wiki/Leet>, consultado el 14 de febrero de 2010.

<http://forums.d2jsp.org/user.php?i=245>, consultado el 14 de febrero de 2010.

http://www.encyclopediadramatica.com/Main_Page, consultado el 14 de febrero de 2010.

<http://www.faqs.org/faqs/usenet/legends/godwin/>, consultado el 13 de febrero de 2010.

www.d2jsp.org, consultado el 13 de febrero de 2010.

www.facethejury.com



Apuntes sobre el autor digital

Apuntes sobre el autor digital

SERGIO PÉREZ*

DevianART suma más de 8 millones de *artistas* en la red (entre ilustradores, dibujantes, fotógrafos y escritores) y recibe en promedio 1.5 millones de visitas al día. Un número que va en constante crecimiento. La posibilidad de colaborar en la construcción de textos mediante comentarios, críticas o incluso participar en comunidades virtuales, nos lleva a pensar que las relaciones entre lector y autor han ido transformándose: la distancia entre *lector* y *autor* aparenta ser más pequeña. En ese horizonte vale la pena pensar, por ejemplo, ¿cómo un *músico* hasta hace un siglo necesitaba años de dedicación en el conservatorio, mientras hoy un software y algunas horas de ocio convierten a un melómano en “músico”? Un debate a finales de los años sesenta de la pasada centuria, alrededor de la muerte del autor (gestado por Barthes, Derrida, Foucault), presagiaba, en parte, este cambio del cual somos hoy testigos. El presente artículo describe en términos generales los argumentos principales de ese debate, con el propósito de plantear la necesidad de re-significar en esta nueva era, la de Internet, las nociones de autor y lector, a la luz de propuestas digitales de páginas web dedicadas a compartir y difundir arte y literatura.

I

Pensar el hombre de nuestro tiempo, reflexionar sobre lo que tenemos ante las narices, no es fácil. En particular, llama la atención la paradoja

* Profesional en Literatura y Magíster en Filosofía de la Universidad de los Andes.

según la cual la mejor manera de ocultar algo es dejarlo visible, como si hubiera estado ahí desde siempre. Dos aspectos *evidentes* pero *circunstanciales* se quieren resaltar en este texto con respecto a la relación autor-lector que se configura en la Internet, pues ambos constituyen una transformación radical en las maneras de escribir y leer literatura: 1) La interactividad autor-lector proyectada en un principio en la novela moderna y ahora efectiva, gracias a un medio tecnológico con notables potencialidades. 2) La literatura puesta en tensión entre una *erótica de la palabra*, propia de la lectura en *libro* y, la *erótica de la imagen* propia de lectura en *pantalla*. No sobra entonces insinuar que, aunque se indaga sobre aspectos que no se pueden ya ignorar en el contexto donde hoy se produce literatura, habrá que esperar todavía algunos años para percibir ambos fenómenos en su forma completa.

II

“Desocupado lector”. Con esta expresión da inicio Cervantes al prólogo de la primera parte del *Quijote*, donde se institucionaliza un personaje moderno: el lector. Si bien existen antecedentes en Rabelais, por ejemplo, en adelante el lector va a aparecer en la novela como interlocutor necesario para configurar la existencia del autor. Cervantes siente la necesidad de compartir y comentar algunos aspectos de la vida, la narración y los problemas tratados en su obra con alguien que aparece de momento sólo “virtualmente” en su novela. El desocupado lector de novelas es el responsable de desarrollar, en compañía del autor, el sentido de la obra. Y esta actitud del lector moderno, es decir, la de asumir un papel más activo, puede ser comparada, respetando por supuesto las diferencias del tipo de situación comunicativa que se establece en la lectura en libro y la lectura a través de la Internet, con la exigencia de las tendencias interactivas de hoy.

En principio, la diferencia fundamental del lector medieval con respecto al lector de la novela cervantina consiste en que este último ya no sólo debe buscar lo que *quería* decir el autor. La exégesis pensada con el objetivo de conocer con rigurosidad e intencionalidades

semánticas para explicar por completo la obra es ahora insuficiente, pues en la obra ya no se presenta una sola verdad que debe averiguar su lector, sino múltiples verdades en la voz de cada uno de sus personajes. El espíritu de la novela, como señala Kundera (2004: 29), es el de la complejidad. Por eso, más allá de su *contenido*, de sus puntos de vista críticos y la anécdota descrita, el *ingenio* de la forma novelesca radica en la lectura inédita que propone, una lectura consciente de que el universo enrarecido y complejo de una obra sólo puede aprehenderse desde una perspectiva personal. Cervantes nos habla así de una obra en la que él mismo no se considera padre, su *autor*, sino su *padraastro*, pues el ejercicio interpretativo consiste ahora en hallar aquello que nos incumbe personalmente como lectores¹.

Varios argumentos se han considerado para explicar las particularidades y casi ninguno puede responder a la observación del teórico Mijail Bajtin sobre la novela como un género polifónico y polisémico (1989). Polifonía alude a las diferentes voces y miradas sobre las que es construido el universo novelesco. Son los rumores y sonidos sobre la que se erige una sinfonía. Y aunque el autor muestre predilección por cierta ideología o moral, no está escribiendo un tratado moral, por tanto la tensión narrativa justamente surge del conflicto entre diferentes miradas e intereses de los personajes. El avaro es un carácter que se resalta en oposición al generoso; el “loco”, se entiende cuando se contrasta con el “ cuerdo”. La polisemia por su parte hace mención a los diversos significados atribuibles a una obra, y se deriva por consiguiente de la polifonía. Una novela siempre supera en inteligencia a su novelista, porque la actualidad del relato no depende de la mirada

¹ “Pero yo, que, aunque parezco padre, soy padraastro de don Quijote no quiero irme con la corriente de uso, ni suplicarte casi con lágrimas en los ojos, como otros hacen, lector carísimo, que perdones o disimules las faltas que en este mi hijo vieres, que ni eres su pariente ni su amigo, y tienes tu alma en tu cuerpo y tu libre albedrío como el más pintado, y estás en tu casa, donde eres señor de ella, como el rey de sus alcabalas, y sabes lo que comúnmente se dice, que «debajo de mi manto, al rey mato», todo lo cual te exenta y hace libre de todo respeto y obligación, y así, puedes decir de la historia todo aquello que te pareciere, sin temor que te calumnien por el mal ni te premien por el bien que dijeres de ella” (Cervantes, 2004: 7).

circunstancial e histórica de quien la construye, sino del lector capaz de entender el juego de la conversación de los personajes, a partir de un contexto y experiencia vital distinta de la creada.

Así pues, el carácter polisémico y polifónico de la novela parte del presupuesto de un escritor capaz de abrir un mundo en el cual el lector puede articular la narración con su vida y su experiencia lectora. Sin embargo, el principio moral moderno de “pensar por sí mismo”, en oposición a los dogmas de las “representaciones antiguas” extendidos por la novela, no sólo se explica gracias a la aparición de *autores modernos*. Con frecuencia, como señala el historiador Roger Chartier en una de sus citas celebres, se atribuye demasiado protagonismo al contenido de ciertos libros en la movilización de transformaciones sociales, como en el caso de la Revolución Francesa analizada por el mismo Chartier, cuando su mérito es en realidad proponer un modo de lectura inédito: interpretar liberándose de las sujeciones dogmáticas y morales². Ahora bien, ¿cuántos lectores en realidad logran adentrarse en el complejo mundo del Quijote y no se quedan nadando en la orilla? Admitámoslo, Kant todavía sigue siendo para la mayoría el nombre de una mascota. No se trata pues de las ideas formuladas en el imperativo categórico o de las sabias palabras de Don Quijote; los directos responsables del nacimiento de este nuevo lector han cumplido una tarea valiosa en propiciar la adrenalina que despierta tomar una decisión contraria, revelarse contra la autoridad, contra la figura del padre y creer tomar una decisión con autonomía, es decir, arriesgarse a pensar por sí mismo, lo cual resulta irreversible.

Un hecho sociológico atraviesa la emergencia de este lector: la aparición de un mercado del libro que reducía cada vez más los costos de producción e impresión, permitiendo con ello acceso cada vez más

² “Lo esencial no radica tanto en el contenido subversivo de los libros ‘filosóficos’ —que quizá no tengan el impacto persuasivo que se les atribuye con demasiada generosidad— como en un modo de lectura inédito que, aún tratándose de textos que se apegan por completo al orden político y religioso, desarrolla una actitud crítica, desprovista de las dependencias y obediencias que daban fundamento a las representaciones antiguas” (Chartier, 1995: 112).

fácil a la información. En efecto, la emergencia de un *lector crítico* no se explica sólo en razón de *autores* proponiendo otro tipo de lectura, sino, sobre todo, por un medio tecnológico que permitió la *popularización* de este modo de leer novedoso. Así, con el desarrollo del personaje moderno que es el lector, cada uno empieza a tener una opinión, un consejo sobre cualquier situación, una manera válida de entender el mundo como cualquier otra, cuyo único requisito es tener el coraje de afirmarla. Recordemos que, en el marco de la reproducción técnica del libro y el periódico, nace en Europa el espíritu de la vanguardia cuyo paradigma, el *dadaísmo*, lejos del carácter pedagógico en defensa de la escritura automática y la pintura abstracta, abre la posibilidad a cualquier expresión *artística* por el mérito de transmitir una subjetividad. De hecho, el espíritu de la vanguardia es quien va a declarar la muerte del autor y la muerte del artista en la medida que ya no hay ninguna preceptiva o manual literario sobre el cual pueda recaer la responsabilidad de los criterios para determinar si una obra es o no de arte, quedando todo a merced del lector.

Nos tropezamos aquí sin poder eludirlo con el célebre ensayo inaugural de la estética contemporánea, *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica* de Walter Benjamin (1967). Allí, el teórico alemán afirma la pérdida de la condición de existencia irrepetible de la obra de arte, el aquí y ahora sobre el cual se sitúa su especificidad y naturaleza, respecto a la reproducción que convierte el objeto artístico en la figura estereotipada de un sentimiento colectivo. Para Benjamin, el arte ha sido siempre susceptible de reproducción, pero la manera y el modo como se *reproduce* la obra de arte en la modernidad transforma las dinámicas de valoración de ésta, a tal punto que perdió el carácter ritual y ceremonioso que le dio origen. Al convertirse en *objeto*, el arte sólo tiene el mérito de exhibir una subjetividad al alcance de todo el mundo, lo cual, paradójicamente, erosiona la misma individualidad. Ya no contemplamos y admiramos una obra de arte literaria sino como un ejemplo de apropiación personal del mundo que nos incumbe, al descubrirnos en el texto leído. Dejamos de lado las obras que no nos

hablan directamente, y el riesgo es creer que esta posición individual es suficiente para entender la obra. Ya no somos únicamente lectores y exegetas, todos nos convertimos en críticos potenciales.

Es en esta idea de lectores como críticos potenciales donde hay que pensar en la aparición de la Internet. Sin duda, cuando hablamos de ella hacemos mención a una gran red de personas vinculadas por ordenadores compartiendo contenidos. Hablamos entonces de una gigante red de autores. Ninguna biblioteca podría competir hoy en número de registros con un buscador como Google. Teclee amistad: encontrará frases sobre la amistad, días sobre la amistad, páginas para buscar amigos..., y cada página abre a su vez un universo complejo y diverso de temas. No obstante, la transformación producida por la Internet no sólo ocurre en razón de abrir la posibilidad a cualquier persona, de *colgar* opiniones, reflexiones, obras de arte en un medio de acceso libre, sino de la interactividad efectiva entre autor y el lector. Mientras el escritor de novelas simulaba la participación del lector interpe­lándolo en la narración e invitándolo a *decir* algo sobre sus personajes y su obra, el autor que se expresa en la Internet no invita sólo a decir, también le da oportunidad de participar en la obra, es decir, invita a *re-escribir*, con todas las posibilidades que el medio tecnológico le permite.

El lector en la Internet es mucho menos pasivo que el lector del papel. Con el hecho de encontrar las páginas de muy distintas partes —la pornografía al lado de la obra de arte, el artículo de “superación personal” al lado del de filosofía— se obliga, al menos, a ir configurando el sentido de lo que se busca. Así pues, el lector en la Internet no puede ser alguien que guarda sus comentarios para sí, en su intimidad, sino que el medio mismo le demanda hacerse partícipe dentro de la comunidad de autores y lectores (que es la misma web), ya sea al seleccionar o preferir algunos autores con respecto a otros.

El medio tecnológico de la Internet propone un horizonte de realización distinto al del libro o el periódico. Veamos: Juan tiene un manuscrito acerca de algún fenómeno de su interés. Para hacerlo público y darlo a conocer a los demás, ya no necesita pasar por el filtro de

una industria editorial con sus propias lógicas y burocracias, sino que puede abrir un *blog* o página *web* y dejarlo visible a todo el que tenga un ordenador con conexión. Con suerte puede tener más lectores que a través de la publicación de un libro; si no, tiene la oportunidad de abrir una cuenta en entornos virtuales como DevianART, el cual agrupa más de 8 millones de artistas (autores) entre ilustradores, diseñadores, escritores. No obstante, el hecho de no pasar por el filtro editorial, de no *competir* en el rango de libros posibles para la publicación, hace que la obra pierda su potencialidad significativa derivada del prestigio atribuido en la antigüedad a la letra impresa; ahora es el lector quien le otorga su valor literario. Ana, por su parte, hasta ahora comienza a explorar el mundo de la Internet; busca sus tareas en *Wikipedia* y tiene perfiles en páginas de contacto. Allí ha subido fotos, clasificado sus videos favoritos, contactado a personas con intereses similares; ha empezado a participar al crear contenido con sus elecciones, pues quien entra a su perfil electrónico puede vincularse con otra red a partir de sus sugerencias.

La posibilidad cada vez más abierta de comentar, compartir y discutir entre diversos autores hace cada vez más protagónica la intervención del lector. Sobre la base de la llamada lectura hipermedial —un compilado de textos hilvanados por una intencionalidad literaria que incluyen videos, textos escritos, audios, imágenes—, es el lector el encargado de ir armando incluso la misma anécdota en el marco de una ruptura de la coherencia *tradicional* de la lectura izquierda a derecha. La literatura hipermedial se presenta, digamos, como un *caos* creativo. Y lo interesante no son todos los recursos desplegados para atraer la atención del lector, sino que el lector participativo es una pieza imprescindible después de que se han cortado los lazos de subordinación que el mismo medio tecnológico (libro) le exigía. El libro nos propone un modo de lectura desde una lógica más o menos causal que va de la primera a la última página. La Internet nos abre una lógica circular que se ajusta, según sus defensores, con las lógicas reales del lector. Cuando ya no hay una preceptiva u orden moral para calificar una

obra como literaria o no, es el lector quien ve allí un mundo literario que siempre lo desborda.

III

Martin Heidegger (1996), en *La época de la imagen del mundo* [1938], habla de una sociedad donde la noción de real se reduce a lo *representable*, a lo *maleable*: Una foto, por ejemplo, no sólo es una prueba del pasado, es una imagen de su *realidad*. A los cuatro años me tomaron una foto en el capó de un carro que imaginé, por años, que era de color rojo; hace poco constaté que el carro era verde, cuando revisé la foto en casa de familiares. Era verde, nada que cuestionar. En el noticiero muestran las imágenes de la última desgracia ocurrida en Japón y su eficacia semántica es innegable: la desgracia es “real”, y no quisiera estar allá para corroborarlo. Incluso si el noticiero presenta imágenes de archivo sobre un hecho, como ocurre con cierta frecuencia, muy pocas veces llegamos a cuestionar si las imágenes corresponden o no a lo sucedido. La imagen es una totalidad, es una obra, y lo “real”, la mayoría de las veces, lo recibimos sin indagar si es verdadero o falso.

Uno de los aspectos que se pueden entrever en el análisis de Heidegger es que si en la antigüedad el prestigio radicaba en la literalidad de la palabra como fuente de la verdad (la idea de los *textos sagrados*, La carta magna, El contrato, La Constitución, como muestras de ese prestigio), ahora la literalidad de la imagen es la que da *valor* a la “verdad”. Para la mayoría de nosotros, la tierra es redonda y que sea achatada en los polos es un detalle menor; así podría considerarse para el medioevo cualquier crítica o sospecha de la verdad de los textos aristotélicos. Ahora sabemos que cualquier pasaje del estagirita es susceptible de interpretación; su obra dejó ser referente de la *verdad* para convertirse en una perspectiva, una imagen sobre la realidad de su tiempo. Lo mismo ocurre por desgracia, en ocasiones, con *La Constitución Nacional*, y hace tiempo que la literalidad de la Biblia está puesta en duda. No obstante, el hombre occidental que se resiste a vivir en la incertidumbre, en la multiplicidad de puntos de vista distintos,

ahora centra lo incuestionable no en la palabra sino en la *verdad* sobre aquello que podemos convertir en *imagen*.

Giovani Sartori en su *Homo videns* hace mención de lo que considera la transición entre un hombre reflexivo y pensante, *Homo Sapiens*, a un hombre irreflexivo y poco crítico: es el hombre en frente del televisor, el *tele-vidente*. Sometido al poderío hipnótico de las imágenes, el televidente sustituye la participación activa como lector para convertirse en un hombre cuya opinión es modelada por los *mass media*. El efecto de la imagen produce una *sensación* de verdad tal que el espectador en vez de cuestionar o especular si es “real”, la asume y la procesa. Sartori alerta así sobre la *pereza mental* al ver televisión, porque frente a esta caja de imágenes no hay operación cognitiva desafiante. Desconectado de las actividades cotidianas, del ritmo acelerado de la preocupación, frente al televisor, dejamos que el aparato piense por nosotros y procese de antemano las ideas³. Con el tiempo llegamos a pensar que lo que no se ha visto en la televisión pasa desapercibido o no es real, es simulacro, es lo “verdadero” (Baudrillard, 2004).

De esta manera, opuesto al lector crítico de la novela moderna está el tele-vidente: también un *personaje* moderno con la misma herencia. Mientras al lector medieval se le exigía ser responsable de la interpretación dentro de un orden moral y divino irrefutable —de ahí que su único camino era jugar con las metáforas del *autor*—, al lector de la novela de Cervantes se le invita además a *disfrutarla*. Ese *disfrute* viene a propósito de la no *responsabilidad* sobre la obra leída. Se trata ahora del acto de leer sin tener que dar cuenta de estructuras o sentidos morales, es decir, sujeciones de algún tipo. Puedo estar en desacuerdo con el autor y no hay temor de violar alguna regla. El tele-vidente es pues este lector entretenido de los libros de caballerías de quien nos

³ “No hay duda que los noticieros de la televisión ofrecen al espectador la sensación de que lo que ve es la verdad, que los hechos vistos por él suceden tal y como él los ve. Sin embargo, esto no es así. La televisión puede mentir y falsear la verdad como cualquier otro instrumento de comunicación. La diferencia es que la «fuerza de la veracidad», inherente a la imagen, hace la mentira más eficaz y, por tanto más peligrosa” (Sartori, 1998: 68).

habla Cervantes, que juzga lo leído a partir del grado de placer que le produce y no de su valor formal o riqueza de contenido, sólo que a diferencia del lector de caballerías está convencido de que al juzgar la realidad tal y como se la presentan está pensando por sí mismo.

En ese contexto, vale la pena hablar de la *erótica de la palabra* y la *erótica de la lectura*, haciendo referencia a un fenómeno destacado por Roland Barthes (1998). Por un lado, una lectura nos despierta *placer* al encontrar una idea antes pensada, un personaje que corresponde a otro personaje percibido en nuestra cotidianidad, una situación cómica que nos llama a risa. Este es el placer que reclamaban, por ejemplo, los lectores de periódicos del siglo XIX quienes, semana a semana, cautivados por historias y personajes particulares, con el anhelo de saber lo que iba a pasar a continuación, ven cómo una historia viene precedida por otra con igual o más sorpresa que la anterior. Este es sin duda el goce del estereotipo que, como dice Barthes, se confunde siempre, lamentablemente, con lo espontáneo. La extensión del estereotipo burgués de la posibilidad de liberarse y construir por sí mismo un futuro en el que podía llegar a ser un héroe, recreado muchas veces en la novela moderna, venía casi en paralelo con la búsqueda de la novedad, de la sorpresa. El libro en su figura de *entretenimiento* ha perdido entonces protagonismo gracias al poder *espectacular* de los nuevos medios de comunicación. Si queremos una historia convincente, entretenida y que nos impresione por su novedad, quizás sea más fructífero presentarla hoy a partir de imágenes que, gracias a las posibilidades tecnológicas, podemos hacerlas más complejas y fértiles, lo que garantiza acceso a la gran masa de tele-videntes.

La literatura, hoy por hoy, juega con esta erótica de la imagen, al pasar del libro a la pantalla. Por un lado porque en una pantalla la letra es apenas otro grafismo, otra imagen más compartida, pues no sólo tenemos palabras sino íconos, dibujos, videos, sonidos tan importantes como lo son las letras. La lectura en la pantalla puede ser más rica y compleja que la que podemos hacer en un libro. Por otro lado, la relación entre el cine y la literatura, por ejemplo, no nos revela una sinergia de estrategias argumentativas sino una superposición de estilos:

el escritor revela como en una fotografía los pliegues de la escena para que la visualice en su mente el lector, dejando la tensión en su poder de enunciación, como lo hace el cineasta con los ritmos de su cámara. Es la imagen la que *descresta*, la que llama a la empatía (“la primera impresión es lo que vale”, suele decirse en las escuelas de negocios), pero también equivale a maneras de mostrar lo real. En un magnífico ensayo, Roger Chartier nos habla de esta revolución de la lectura en pantalla:

Leer sobre una pantalla no es leer en un código. La representación electrónica de los textos modifica totalmente su condición: sustituye la materialidad del libro con la inmaterialidad de textos sin lugar propio; opone a las relaciones de contigüidad establecidas en el objeto impreso, la libre composición de fragmentos manipulables indefinidamente; a la aprehensión inmediata de la totalidad de la obra, hecha visible por el objeto que la contiene, hace que le suceda la navegación en el largo curso de archipiélagos textuales a través de ríos movientes. Estas mutaciones ordenan, inevitable e imperativamente, nuevas maneras de leer, nuevas relaciones con lo escrito, nuevas técnicas intelectuales [...] (Chartier, 1996).

Desde luego estas nuevas técnicas están por construirse, por pensarse. Prefiero imaginar el riesgo más grave, que el tele-vidente busque *placer* en el instante, en lo inmediato. En la sociedad europea mencionada por Heidegger —la misma de la que habla Benjamin en el ensayo citado en el aparte anterior— llegó el tiempo en el que todos tenemos una cámara fotográfica en los bolsillos, guardamos fragmentos, realidades, bitácoras del pasado, y si bien cada instante se considera único e irremplazable, al acercarlo en su reproducción pierde todo valor como punto de contemplación irrepetible. El instante no es más que otro fragmento de la realidad, sobre el cual ya no necesitamos pensar pues podemos volver a él a partir de las imágenes y fragmentos que guardamos. En esta sociedad fragmentada, la de múltiples voces y miradas, sin memoria, nunca antes se había armado el rompecabezas de

lo pasado con tanto detalle, pero nunca el pasado dejó de ser pasado en tan corto tiempo. El ritmo acelerado de generaciones, corrientes y modas es el contexto del imperio de la *erótica de la imagen*, que es la misma *erótica del instante*.

Pero además de este placer fácil, por llamar a un placer que viene de satisfacer el entretenimiento del lector, para Roland Barthes está otro disfrute, que es el que produce el *transfert*, palabra con eco en el psicoanálisis lacaniano. Se refiere al sentimiento que transforma de una vez para siempre nuestra perspectiva de las cosas, tanto del pasado como del futuro. *Transfert*, así alude a la experiencia transformadora de la obra de arte. Sin duda, después de leer cierto libro, observar determinada película o escuchar una canción, no volvemos a ser los mismos, algo ha cambiado en nosotros. Ese placer que, como dice un poeta colombiano, es un *lecho de espinas*; se trata de aquello de lo que no podemos hablar, es decir, de aquello en donde el estereotipo es insuficiente puesto que se requiere un lenguaje personal y único para describirlo en su singularidad, o sea, una escritura, porque es algo que nos afecta. “Te amo porque eres lo más bello que conozco”, es una frase que no es suficiente para decantar el estado de emociones y contradicciones que me suscita otra persona, pues el amor siempre está más lejos, en otra parte, es, como diría Oscar Wilde, aquello que no poseemos.

Esa incapacidad de producir significado sin apelar al estereotipo alude a un erotismo más antiguo, al de los *placeres difíciles*. La experiencia con una obra de arte nos interpela, nos obliga a cuestionar nuestros prejuicios y acciones, pero para ello es necesario involucrar algo íntimo, producir una cicatriz en la memoria de la experiencia; es decir, tomar distancia y contemplar nuestra vida bajo el prisma de la obra de arte. La experiencia con la obra de arte es hacernos a nosotros mismos objeto de una escritura. Una obra como el *Quijote*, por ejemplo, nos abre un mundo de sentidos nuevos, perspectivas distintas para leer el tejido de signos que nos rodean, pasando así del principio de autoridad obvio y absoluto, atribuido a los escritores antiguos, a la figura del escritor como un seductor de las letras. El escritor es quien invita no

sólo a dar cuenta de unos particulares matices, sino a co-participar en la construcción de sentido de la obra. Esto no lo hace a través de una imposición de argumentos, sino de la *persuasión*; a través de un *estilo literario* que da lugar a un efecto de placer, una *simpatía*, es decir, una escritura que nos afecta. La situación comunicativa de *distancia significativa* entre texto y lector, en tanto el *decir* del texto junto al *decir* de lo dicho en el texto, es el intersticio donde acontece la interpretación, atravesada además, en el caso de la literatura, por un discurso personal y único que revela las múltiples voces de la situación que es construida. Por eso, para expresar la pasión que nos despierta cierto tipo de libros, es necesario escribirlos de nuevo aunque no podamos hacerlo de la misma manera. A esto lo llamo la *erótica de la palabra*, una necesidad de la escritura, de la distancia.

Así pues, entre la necesidad de distancia, en este ritmo acelerado y fragmentario de los medios de comunicación en el cual los estilos y los recuerdos se han homogenizado, la tarea de la literatura sigue ocupando un lugar importante. Desde luego, ya no se puede hacer la misma literatura que cuando el medio tecnológico no existía. No se puede escribir el mismo libro. Y aunque algunos han intentado adaptarse a la actual situación de la literatura y hablan de incluir imágenes, audio y videos en ella, es decir, una literatura dominada por el erotismo de la imagen que juegue con la efectividad y complejidad del instante, también habría que admitir que la pantalla es mucho más compleja y rica en significados, y por consiguiente más exigente. Habrá que esperar algunos años para ver cómo lograr esa distancia; el riesgo puede ser que la imagen genere tal impacto que aleje la experiencia de contemplación, pues la contemplación es distancia, pero distancia significativa, no neutra como frente a lo real o a las imágenes del noticiero. Después de todo, en una pantalla falta un elemento trascendental de la comunicación: el cuerpo. Y, ¿acaso sabemos lo que puede un cuerpo?

IV

Borges (2005: 35-48), sensible como ningún otro al misterio de la escritura y al poder transformador de la lectura, menciona la historia de Pierre Menard, un oscuro escritor francés que escribe una obra que coincide letra a letra con los capítulos noveno y veintitrés de la primera parte del *Quijote*. La conclusión es que la obra de Pierre Menard aunque sea “igual” a la de Cervantes, es mucho más madura y superior: la obra de Menard está llena de entrecruces textuales con otras novelas no sólo de caballerías, como señalaba Cervantes, sino con obras contemporáneas a su escritor, por tanto cumplía con las expectativas de lectores de comienzos del xx y no con la distancia de tres siglos que a veces se nota en el escritor castellano.

La explosión de autores y miradas derivada de esta relación interactiva entre autor-lector puede verse como un aspecto que la Internet ha permitido y explotado. Por supuesto, se puede objetar que el “pensar por sí mismo” en la práctica sigue siendo apenas un ideal, y la mayoría de usuarios de la Internet jamás desarrollará una competencia crítica frente a lo leído. Pero también sería ingenuo si no se admitiera que la web está cada vez más nutrida de *firmas*, de personalidades manifiestas en un estilo de escritura que complementa, discute y dialoga con un lector y sus ideas. Repitamos, al menos la web exige atención necesaria para escoger el contenido útil; necesito una pregunta previa para *navegar* en esta red de autores. Si la mayoría del contenido encontrado en la Internet es prescindible, producto de autores dispersos y poco formados, la web también está llena de *autores*, y no se debe pensar que el autor deje de ser una excepcionalidad. *Quijotes* —como diría un amigo— *están por todas partes*. Basta mirar con atención en ese mar de posibilidades.

En resumen, se puede hablar de los mismos apocalípticos e integrados que mencionaba el semiólogo Umberto Eco (1999) a finales de los años sesenta. O bien puede mirarse con optimismo la emergencia de tal red interconectada de autores y lectores cada vez más activos frente a la información, o con algo de nostalgia señalar que ocurre un proceso de deshumanización y ceguera más complejo. Estamos, tal

vez, presos de una sujeción todavía oscura para los contemporáneos, una comunicación en la distancia que *resignifica* las nociones de *verdad* y *realidad*. A esta altura del desarrollo de la Internet deberíamos estar de acuerdo con ambas posiciones: hay un proceso de deshumanización porque hay un nuevo hombre que arriba. Este hombre no es necesariamente mejor, tampoco peor. Si, es el hombre que uno de los apocalípticos, Giovanni Sartori, ha llamado *homo videns*, el hombre del tele-ver, el paradigmático padre de los Simpson frente al televisor, despertando de una amnesia nueva y terrible, el que está hipnotizado por la erótica de la imagen y sólo de vez en cuando reacciona ante los problemas del mundo de la manera en que la pantalla le cuestiona... , también es el hombre activo, participativo, que no necesariamente se muestra indiferente ante la realidad que experimenta; es el lector crítico, cada vez más frecuente. La literatura podrá jugar con los apocalípticos e integrados, esperando que autores como Pierre Menard y Cervantes la acompañen. Pero no hay que olvidar que si quijotes hay muchos, Cervantes sólo hay uno.

BIBLIOGRAFÍA

- Bajtín, M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.
- Barthes, R. (1998). *El placer del texto/Lección inaugural de la cátedra de semiología lingüística del College de France pronunciada el 7 de enero de 1977*. México: Siglo XXI Editores.
- Baudrillard, J. (2004). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: Ed. Universitat de València.
- Benjamin W. (1967). La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica. En *Ensayos escogidos*. Buenos Aires: Sur.
- Borges, J. L. (2005) Pierre Menard autor del Quijote. En *Cervantes y el Quijote*. Buenos Aires: Emecé Editores, 35-48.
- Cervantes, M. de (2004) *Don Quijote de la Mancha* (Edición del IV Centenario). Madrid: RAE.

- Chartier, R. (1995). *Espacio público crítica y desacralización en el siglo XVIII: los orígenes culturales de la revolución francesa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- _____ (1996). Del códice a la pantalla: trayectorias de lo escrito. Disponible en http://javeriana.edu.co/relato_digital/r_digital/bibliografia/virtual/chartier-completo.html, consultado el 21 de febrero de 2010.
- Eco, U. (1999). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Heidegger, M. La época de la imagen del mundo. En *Caminos de bosque*. Madrid: Alianza Editorial. (1996).
- Kundera, M. (2004). *El arte de la novela*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.



Otros negados: los comentarios a noticias en las web de los periódicos

Otros negados: los comentarios a noticias en las web de los periódicos

DIEGO OSORIO*

Muchas cosas/situaciones de nuestra cotidianidad se han visto modificadas por la Internet. Por ejemplo las compras, las relaciones sociales e incluso la forma en que expresamos nuestras opiniones. Los medios de comunicación, y en particular los periódicos, han logrado una gran difusión y masificación en la red, precisamente porque ella nos permite conocer, de primera mano, las noticias o acontecimientos relevantes que están sucediendo en cualquier parte del mundo. Así, pues, la presencia de los periódicos en la red ha contribuido a una “democratización de la información”, entendida como la posibilidad de contrastar diversas fuentes respecto de un mismo hecho. En esa misma línea, en los últimos 3 o 5 años, en las ediciones web de los periódicos se ha permitido a los usuarios registrados comentar las noticias. Sin embargo, esta “democratización” ha redundado en algo totalmente opuesto: comentarios en donde la opinión de ese otro que piensa diferente es negada e insultada. La apuesta de este artículo consistirá en observar el fenómeno en dos periódicos de amplia circulación y con buen número de visitantes: El Tiempo de Colombia, y El País de España; en particular las noticias referidas a temas sensibles para la moral pública como por ejemplo el matrimonio homosexual o la adopción de niños/niñas por parte de parejas del mismo sexo.

* Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

“La capacidad de convivir con las diferencias, por no hablar de disfrutar de ellas y aprovecharlas, no se adquiere fácilmente y, por cierto, no viene sola. Esa capacidad es un arte que, como todas las artes, requiere estudio y ejercicio. La incapacidad de enfrentarse a la irritante pluralidad de los seres humanos y a la ambivalencia de todas las decisiones de clasificación/archivo es, por el contrario, espontánea y se refuerza a sí misma: cuanto más efectivos son el impulso hacia la homogeneidad y los esfuerzos destinados a eliminar las diferencias, tanto más difícil resulta sentirse cómodo frente a los extraños, ya que la diferencia parece cada vez más amenazante y la angustia que provoca parece cada vez más intensa” (Zygmunt Bauman).

La irrupción de la Internet —para hacer compras o para encontrar pareja, entre múltiples, casi infinitas posibilidades— ha implicado un cambio en las formas a través de las cuales establecemos, mantenemos o terminamos nuestras relaciones; incluso, un cambio en la forma en que llevamos nuestra cotidianidad. Posiblemente una parte importante de ésta deviene frente a la pantalla de nuestra computadora. Así pues, las relaciones cara a cara poco a poco han sido sustituidas por relaciones en las que “lo virtual” (esa pantalla o ventana con la que nos enfrentamos a diario) entra a intermediar, o por lo menos en donde “lo virtual” ocupa un lugar más importante respecto a las relaciones.

A diferencia de las relaciones cara a cara, en la virtualidad tenemos la posibilidad de configurar quiénes o cómo queremos ser, qué queremos tener (diferente del “quiénes somos”/“qué tenemos” de nuestro cotidiano). Tenemos la posibilidad de elegir qué información personal ocultamos y cuál hará parte de ese “querer ser” que configuramos en la virtualidad. Es, por señalar un ejemplo, el caso de Facebook, en donde todo lo que “queremos/deseamos ser y mostrar” se trasluce en la forma de un perfil. Nos mostramos a nuestros amigos felices en nuestras fotos, aunque nuestras emociones reales poco salen a relucir allí.

Podríamos decir que sucede igual con el “qué queremos tener”: ya no es necesario invertir cuantiosas sumas de dinero para comprar, por

ejemplo, un libro que no está disponible en el mercado local. Podemos ingresar a Amazon, y con nuestra tarjeta de crédito podemos adquirirlo. Ya no habrá que recurrir a intermediarios o esperar demasiado tiempo para que podamos leer el libro que deseamos leer. También tenemos la posibilidad de elegir la información que queremos ver: podemos elegir cuál diario y cuáles noticias queremos leer, descartando otras posibilidades que no concuerdan con nuestros gustos/intereses. Internet sería, en últimas, el paradigma de la democratización de la información: podemos elegir de los innumerables contenidos disponibles aquellos que nos interesan y sobre todo, cuyo costo es —en casi todos los casos— de \$0 dólares, libras o euros¹. Podemos hablar también de una instantaneidad de la información, por cuanto ésta llega a muchas más personas con un costo bajo: el costo que implica el acceso a Internet es menor si lo comparamos con la suscripción a un diario o revista impresos, que apenas nos brinda una limitada posibilidad de *vincularnos* con otros contenidos.

Otro aspecto de esa democratización de la información a través de la red es la posibilidad de decir “qué pensamos” o “qué opinamos” —por ejemplo, *¿Qué estás pensando?* (*What’s on your mind?*, o *Exprimez-vous*, según el idioma de su preferencia) de nuestro estado en Facebook, o el *¿Qué pasa?* (*What’s happening?*) de Twitter—; y es precisamente este último punto, “qué opinamos”, el que quiero desarrollar aquí.

Ese “qué opinamos” puede manifestarse de muchas maneras: podemos crear un *blog*, por ejemplo, en Blogspot o Wordpress para los menos experimentados, en donde es factible sacar a relucir nuestras habilidades como escritores, literatos, académicos o periodistas, y expresar lo que pensamos/opinamos/queremos sobre cualquier tema, o también discutir sobre los últimos acontecimientos en los portales web de los periódicos, revistas, semanarios, entre otros². El “qué opinamos” situado en las noticias que minuto a minuto reportan los portales web

¹ Salvo, quizá, el caso del diario británico *The Times*, que cobra a partir de mayo de 2010 £1 diaria por el acceso a sus contenidos web.

² Las posibilidades de comentar son igualmente infinitas. Además de comentar las noticias, podemos comentar los videos de YouTube o las mismas entradas que publicamos en nuestros *blogs*.

de los periódicos sugiere algunos elementos para reflexionar y, tal vez para concluir que aquella pregonada democratización en la opción de informarnos y expresarnos no es “tan democrática” como a primera vista aparece.

Si bien los administradores de dichas páginas aspiran a que los comentarios de los lectores se realicen en términos de cordialidad y respeto a la opinión contraria, vemos que, en la gran mayoría de casos, lo que hacen los comentaristas es refutar esa opinión contraria. Como no pueden/podemos borrar (eliminar) esas opiniones que nos disgustan (aquí me pregunto: ¿por qué nos disgustan esas “otras opiniones?”), lo que sí podemos hacer es descalificarlas, ponerlas en nuestro listado de “cosas impuras”, de las cuales no queremos saber ni tener contacto.

Algunos elementos para abordar la opinión en lo virtual

En las ciencias sociales y humanas, y en sus diversas corrientes, el concepto de opinión, y en particular, el de opinión pública, sin duda ha sido fuente de controversias. Por ejemplo, Pierre Bourdieu señaló que la opinión pública no existe, al referirse a la pretendida objetividad de las encuestas de opinión y de las estadísticas asociadas a éstas. Para Bourdieu, esa opinión pública —y los sondeos en los que ella se hace manifiesta— es una forma más de expresión de los intereses/demandas particulares:

Tal como están las cosas actualmente, el sondeo de opinión es un instrumento de acción política; su función más importante consiste quizás en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como mera suma de opiniones individuales; debe imponerse la idea de que existe algo que sería una especie de media de las opiniones o de opinión media (Bourdieu, 1990: 171).

No obstante, existen otras perspectivas que le otorgan a la opinión pública una parte importante en la construcción de valores democráticos. Tal es el caso del sociólogo norteamericano Jeffrey Alexander (2006: 69-71) quien, con la reconstrucción del discurso de la sociedad civil

norteamericana en términos binarios (por ejemplo, lo democrático y lo antidemocrático, lo sagrado y lo profano) resalta el hecho de que la idea que cada uno de nosotros tiene respecto a un tema sensible (por ejemplo, el de la raza para el caso norteamericano) está permeada, más que por elementos racionales, por elementos como las emociones y los alcances morales que para cada persona puede suscitar ese asunto en un momento dado.

En similar sentido va la perspectiva de Zygmunt Bauman (2001) quien, con agudeza, nos propone la diada pureza-impureza en el devenir de las relaciones sociales en nuestro mundo líquido. El otro —y lo otro—, es decir, lo extraño, se nos presenta como algo impuro, como algo que hay que asimilar a nuestro orden —o a nuestra concepción de orden. Y es impuro también, por cuanto nos cuestiona: altera nuestros patrones de visión y di-visión del mundo. Como veremos, la introducción de un elemento extraño, esto es, los matrimonios entre parejas del mismo sexo en sociedades caracterizadas por una “tradicón heterosexual” genera este tipo de divisiones entre lo puro y lo impuro, lo correcto y lo incorrecto y, por qué no, entre lo sagrado y lo profano.

Por último, quisiera resaltar la perspectiva de Michel Maffesoli, quien, en mi opinión, va en la misma dirección que los dos autores anteriores. Al hablar de la transfiguración de lo político, Maffesoli señala dos puntos que resultan interesantes para observar el fenómeno de la opinión pública en la virtualidad. Primero, que lo político, por su misma naturaleza, implica una negación del otro: “el otro me niega y debo adecuarme a esta negación, componer con ella” (2005: 54); considero que, a la par con las dos perspectivas anteriores, esta propuesta resalta una construcción de “sociabilidad” y una vida política, más por la vía de los disensos que de los consensos, en los cuales lo pasional juega un papel importante.

El segundo punto, lo quiero resaltar por medio de este breve acápite que sin duda nos suscita reflexiones en torno a cómo definir ese “otro”, a partir de nuestras pasiones:

El conflicto es, la mayoría del tiempo, nada menos que racional, pero siempre y más bien completamente trastocado por el afecto. Lo que es singularmente negado o desnegado por la mayoría de los observadores sociales. Denegación tanto más curiosa cuanto que sabemos cómo es la producción de ideas, con frecuencia, engendrada por la polémica y que en particular el pensamiento político tiene tendencia a definirse en pro o en contra; lo que ha llevado a decir que éste se estructuraba por medio de la “simpatía” (o antipatía) y no por medio de la lógica (Maffesoli, 2005: 54).

Homosexuales: opinión pública y negación del otro

En varios países europeos (y en algunos latinoamericanos), desde hace algunos años se ha puesto en la agenda de los gobiernos y de sectores de la sociedad civil el reconocimiento de derechos civiles a parejas del mismo sexo: entre ellos, la posibilidad de casarse y formar una familia, así como derechos relacionados con la seguridad social. Sin embargo, aún existe una “tradición” marcadamente heterosexual (o de dominación masculina, en términos de Bourdieu) en algunas sociedades, entre ellas las hispanoamericanas, en las cuales, la opinión pública ha estado notablemente influenciada por doctrinas religiosas. Por supuesto, dicha influencia varía en cada país, pero lo que sí podría afirmarse es que la aceptación y, más que ello, el reconocimiento del “otro”, de ese grupo específico de nuestras sociedades líquidas, aún genera, como diría Bauman, “sospechas”, y un sentimiento de impureza en el “orden social”. Al situar esta discusión en las páginas web de los periódicos y revistas, encontramos que, tal como lo señalan Bauman, Alexander y Maffesoli, las opiniones y comentarios alrededor de este tema, expresan esa tensión entre lo puro y lo impuro, así como entre lo racional, lo emocional y lo moral. Veamos:

Me llena de tristeza y dolor ver como se está destruyendo a la familia tradicional humana, formada por el varón y la mujer en su unión indisoluble, para procrear y formar la familia y extender la especie humana por toda la tierra [...] Estas leyes aprobadas y firmadas por gobiernos que permiten las uniones homosexuales, sean en Portugal, España u

otros países del mundo llevará a la humanidad al peor retroceso que ha registrado la historia, bien lo sabemos todos lo que aconteció en otra época de la humanidad.

El anterior es un fragmento de un extenso comentario a un reportaje publicado en el portal web del diario *El País* de España, sobre la aprobación de los matrimonios entre parejas del mismo sexo en Portugal³.

Esta noticia tiene alrededor de 250 comentarios en los que se expresan diferentes posturas: unas hacia la asimilación (o aceptación) de este hecho, y otras que tienden hacia la negación de ese *otro* (que la noticia reporta y de quienes opinan a favor de la noticia). En este comentario citado, e igualmente en otros comentarios a dicho reportaje, a la luz de las reflexiones que nos plantean Bauman y Maffesoli, podemos ver que es recurrente la argumentación de tipo moral o religioso para definir al *otro* como portador de lo impuro o lo indeseable del orden social.

Aquí cabe recordar y retomar a Bauman cuando cita en *Modernidad Líquida* a Levi-Strauss para hablarnos de las estrategias que se han empleado a lo largo de la historia humana para enfrentar la “otredad de los otros”: la antropoemia, en la que se expulsa a “los otros considerados irremediabilmente extraños y ajenos: prohibiendo el contacto físico, el diálogo, el intercambio social y todas las variedades de *commercium*, comensalidad o *connubium*”, y la antropofagia, en la que se “ingieren” o “devoran” cuerpos y espíritus extraños para convertirlos, por medio del metabolismo en cuerpos y espíritus idénticos, ya no diferenciables, al cuerpo que los ingirió” (Bauman, 2004: 109). En uno u otro caso los comentarios a las noticias en las páginas web tienden hacia una de estas dos estrategias.

Al hacer una introspección por cada uno de los comentarios, vemos que, además de la clasificación *puro-impuro* que hacen los comentaristas, las estrategias que menciona Bauman se hacen manifiestas. Se expresan con despliegues retóricos poco afortunados, como el que

³ Portugal aprueba el matrimonio homosexual tras un intenso debate. En: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Portugal/aprueba/matrimonio/homosexual/intenso/debate/elpepusoc/20100108elpepusoc_16/Tes. Comentarios: 253

podemos ver en una columna de opinión publicada en el portal web del periódico *El Tiempo* de Colombia, sobre el tema de la adopción de niños o niñas por parte de parejas del mismo sexo:

Si se induce a un niño o niña a ser homosexual, drag quen, lesba, o cualquier otra variante aberrada con la permisividad de la ley, la sociedad moriría por implantar arquetipos degenerados. Cero tolerancia... no es desarrollo de la libre personalidad permitir la conducta aberrada de seres humanos [...] que nacen con una tendencia degenerada y quieren engañar a los demás para volverlos igual de aberrados a ellos...⁴.

En esta columna (Thomas, 2010), que tenía alrededor de 150 acotaciones, podemos encontrar, además de comentarios similares al anterior, *nicknames* o nombres de usuarios registrados bastante copiosos, si se quiere: *Ignorante182*, *preocupadoporcolombia*, *pinochet73*, *kondor3*, autor del comentario anterior y quien tiene en esta columna alrededor de 50 comentarios similares al citado.

Nuevamente, las reflexiones planteadas por nuestros autores toman forma. Además de clasificar al *otro* como portador de impureza, se le niega. Como no es posible borrar/eliminar el comentario del *otro*, la estrategia, como nos lo recuerda Bauman, es la de expulsar —vomitar— esa impureza. Es, en últimas, la negación total del *otro*.

Supongo que todas las personas que satanizan aquí las uniones de parejas del mismo sexo, y que se horrorizan que ellos puedan adoptar niños, son los mismos que cuando ven niños en la calle, hambrientos y harapientos les dan la espalda como si se tratara de seres invisibles. Se horrorizan ante la idea de que un menor que no tiene a nadie en el mundo sea adoptado por dos hombres o dos mujeres, pero no dicen nada ante la prostitución infantil, son permisivos con los sacerdotes pedófilos e incluso les entregan a sus hijos para que sean monaguillos y, lo más triste, cuando se enteran de un abuso a un menor en su pro-

⁴ Los comentarios se han copiado con su ortografía original.

pia familia, callan, ignoran lo que sucede, perpetuando ese modelo de salvajismo y canallada. ¡¡¡Hipócritas!!!!

Hemos visto y veremos —si nos ponemos en la tarea de revisar a diario los comentarios a las noticias— que la opinión pública, más que el resultado del contraste entre diferentes posturas y posiciones respecto a un tema, es producto de nuestras visiones de mundo heredadas, sea por instituciones sociales como la familia, la Iglesia, o la escuela, o por los mismos medios de comunicación, o por la conjunción de todos ellos. Así mismo, como ya lo hemos reiterado quizá de manera un poco insistente, la configuración de esta opinión está y estará permeada por elementos emocionales y morales, que a su vez configuran la división entre lo que consideramos/vemos como bueno y lo que no.

¿Democratización? ¿Libertad de opinión?

Los lazos sociales —del mismo modo que la idea de “libertad de expresión”— se han re-configurado a partir de la irrupción de la virtualidad. Evidentemente vemos cómo los académicos, los medios de comunicación e incluso nosotros mismos pregonamos que una de las mayores “ventajas” o “pros” de la Internet es el hecho de poder expresarnos libremente y sin temor a ser juzgados o condenados por nuestras opiniones. No obstante, la famosa democratización de la información, en la que existen opiniones consensuadas respecto a un tema, no resulta tan democrática como parece.

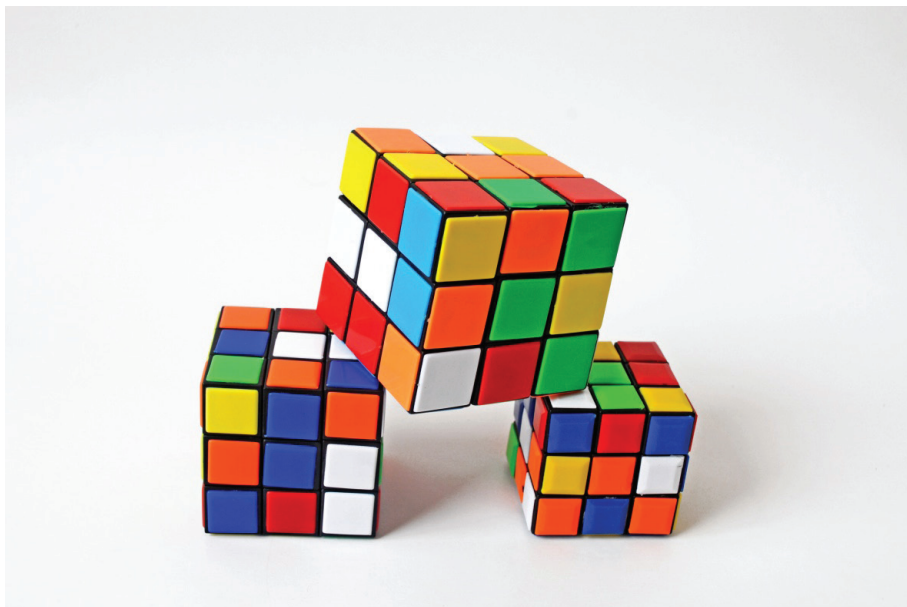
Diríamos que sería una transfiguración de la democracia en la *red* si existiesen mecanismos para dirimir posiciones contrarias; sin embargo, es algo que no existe: ya lo hemos visto con esa pequeña muestra de comentarios seleccionados, en los que más que generar crítica y discusión (dos componentes del *ethos* democrático), lo que se produce es una dispersión de opiniones, en las cuales las dicotomías juegan un papel importante: puro-impuro, bueno-malo, sagrado-profano. Quizás en estos nuevos lugares —o no-lugares— virtuales, más que una re-significación, re-composición y re-configuración del ágora, lo que vemos, en el más afortunado de los escenarios, es un retorno al

estado natural hobbesiano: somos libres, pero corremos el riesgo de eliminarnos unos a otros (a través de nuestras opiniones):

Paradójicamente, la “individualidad” está relacionada con el “espíritu de la masa” ya que se trata de una exigencia cuya observancia está vigilada por el colectivo. Ser un individuo significa ser como todos los demás del grupo (en realidad, idéntico a todos los demás). En esas circunstancias, cuando la individualidad es un “deber universal” y un problema de todos, la única acción que haría a alguien diferente y auténticamente individual sería que intentase (ante el desconcierto general) no ser un individuo, suponiendo, claro está, que alguien pueda lograr tal gesta y que se resigne a enfrentar sus (muy desagradables) consecuencias (Bauman, 2006: 28).

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, J. (2006). *The Civil Spher. New York*: Oxford University Press.
- Bauman, Z. (2001). *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid: Ediciones Akal.
- _____ (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. México: Editorial Grijalbo.
- Maffesoli, M. (2005). *La transfiguración de lo político. La tribalización en el mundo posmoderno*. México: Editorial Herder.
- Portugal aprueba el matrimonio homosexual tras un intenso debate. Disponible en http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Portugal/aprueba/matrimonio/homosexual/intenso/debate/elpepusoc/20100108elpepusoc_16/Tes, consultado el 10 de marzo de 2010.
- Thomas, F. La familia Quaker. Disponible en [http://www.el-tiempo.com/opinion/columnistas/florencethomas/la-familia-quaker_7102928-1\).htm](http://www.el-tiempo.com/opinion/columnistas/florencethomas/la-familia-quaker_7102928-1).htm), consultado el 10 de marzo de 2010.



La cibereconomía: ¿espacio de la ciudadanía global o de una nueva jerarquización social?

La cibereconomía: ¿espacio de la ciudadanía global o de una nueva jerarquización social?

JORGE-IVÁN BULA*

El ciberespacio ha transformado en buena medida el campo del mercado y creado nuevas condiciones de producción de sentido en nuestras sociedades. Si en la época fordista el espacio de la producción era el ámbito privilegiado de la creación de sentido a través de un fuerte énfasis en el *ethos* del trabajo, hoy es el lugar del consumo el que se erige como terreno donde tiene lugar el reconocimiento social.

El mundo virtual se convierte en una ampliación del mercado que aparentemente se abre a todos por igual pero que termina generando nuevas jerarquías de consumidores, conforme a su mayor o menor capacidad de acceso. Si bien del lado del consumo aparece una pluralidad de estilos de vida, conforme a gustos y preferencias que en el lenguaje de la teoría neoclásica en economía respondería a las preferencias reveladas de los agentes económicos, el acceso a esos mercados virtuales termina estratificando a los miembros de una sociedad conforme a sus capacidades económicas. Las posibilidades de comprar por e-Bay, MercadoLibre.com, Deremate.com, por ejemplo, dependen para comenzar, de poseer tarjeta de crédito, y obviamente de contar con la capacidad de adquirir los bienes o servicios allí ofertados. Esta estratificación genera nuevos tipos de ciudadanía y da lugar a la expresión neotribalismo, acuñada hace varios años por Michel Mafessoli, no para referirse a un fenómeno del espacio físico, sino del caber-espacio: ciudadanía

* Economista y Doctor en Sociología de la Universidad Católica de Lovaina. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia.

y tribus que estarían diferenciadas por el tipo de acceso a esferas de consumo y a la información disponible. Habría así una ciudadanía altamente globalizada (los ejecutivos de BlackBerry permanentemente conectados), y unos ciudadanos sin sociedad que difícilmente logran acceso a estos nuevos espacios de mercado. Gracias al cibermercado, el supuesto de libre información para optimizar la toma de decisiones del consumidor, tan caro a la teoría neoclásica, hoy parece estar más cerca de un número más amplio de la población. Este trabajo busca examinar esa dinámica y, entender sus lógicas subyacentes, tanto en la reconfiguración de los mercados como en la reconstitución del *ethos* sobre el cual hoy se construyen las condiciones de ciudadanía.

Una de las características del llamado proceso de globalización es, según David Harvey (1990), la compresión espacio-temporal en la forma como se tejen las relaciones sociales. En efecto, gracias al desarrollo de ramas de la producción como la informática y las comunicaciones, pilares de lo que hoy se denomina el ciberespacio, es factible organizar diferentes procesos en el orden económico, social y político. Procesos de tomas de decisión que básicamente podrían hacerse desde cualquier punto cardinal del planeta enlazando dimensiones temporales antípodas, e incluso ritmos distintos capaces de conducir la vida cotidiana (grandes urbes con pequeñas poblaciones). De esta manera es posible adelantar campañas políticas simultáneamente en diferentes espacios de un mismo país e interactuar con públicos distintos de diferentes localidades, gracias a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC); es igualmente factible adelantar una campaña social por tal o cual propósito y movilizar grupos desde diferentes rincones del planeta para converger en un momento dado en la red y aglutinar, a través de ella, las voluntades de los actores involucrados, y también es dable realizar transacciones económicas en tiempo real independientemente del momento y el sitio donde uno se encuentre.

Esta nueva condición ha transformado en buena medida los procesos productivos con lo que algunos autores han dado en llamar “nuevas

formas de acumulación a través de las tecnologías blandas y las dinámicas de flexibilización”, que han permitido, por ejemplo, en el ámbito en cuestión, una descentralización de actividades propias y administrativas. Se trabaja sobre la base de procesos de subcontratación y es posible deslocalizar la producción, gracias a la facturación electrónica, así como generar instancias de gestión en lugares distantes de las casas matrices.

Pero el ciberespacio dio lugar en el campo económico no sólo a transformaciones en el ámbito de los procesos tradicionales de trabajo y de la producción, sino también en la esfera del consumo. Las TIC abrieron de manera significativa el espacio del mercado dando lugar a dos nuevos fenómenos conocidos como *e-commerce* y *e-business*. Es a este tipo de transformaciones que el presente trabajo pretende dirigirse, con el propósito de entender las lógicas subyacentes y las implicaciones tanto en la reconfiguración de los mercados como en la reconstitución del *ethos* sobre el cual hoy se construyen las condiciones de ciudadanía.

La sospecha que se busca corroborar es que, si bien este desarrollo del lado del consumo aparece como la expresión de una pluralidad de estilos de vida, conforme a gustos y predilecciones —que en el lenguaje de la teoría neoclásica en economía respondería a las preferencias reveladas de los agentes económicos—, el acceso a esos mercados virtuales termina estratificando a los miembros de una sociedad conforme a sus capacidades económicas. En adición, este tipo de estratificación conduciría a una segmentación del ejercicio de ciudadanía en razón del nuevo *ethos* ligado a los espacios de consumo así constituidos.

De la ciudadanía basada en el trabajo a la ciudadanía sustentada en el consumo o el “ethos” transfigurado

La reconfiguración de las relaciones sociales, a la cual ha conducido ese proceso de compresión espacio-temporal inducido por el desarrollo de las TIC, ha trasladado el espacio efectivo del reconocimiento del ejercicio de la ciudadanía, de la esfera de la producción a la esfera del consumo. La que fue considerada una característica de la llamada sociedad postindustrial —un aparato productivo orientado a la producción de bienes de

consumo masivo soportado en lo que se conoce como la sociedad salarial de masas, con la incorporación de una cada vez más importante fuerza laboral—, iba acompañada de lo que igualmente se llamó una cultura de masas que, al decir de Lalive d’Epinay (1982: 145), “es un fenómeno industrial. En tanto se inserta en la dinámica del crecimiento económico, ella [la cultura de masas] se presenta bajo la forma de *productos de serie*, de un producto reproducido al infinito, apropiado por un gran número”.

Paradójicamente, esta sociedad de masas, caracterizada por lo que Bob Jessop denomina un keynesianismo envolvente sobre el cual se consolidó el estado de bienestar, limitó los espacios del reconocimiento ciudadano a lo que Palloix y Zarifiann (1988: 24) llaman el proceso de *socialización mercantil salarial*. Socialización atravesada por el sistema de valores de la lógica productivista, que, en últimas, gira en torno a un *ethos* del trabajo, que se expresaría en términos de: “aquel que no entra en el trabajo asalariado, que no se integra al circuito económico, es *un excluido, un ‘sin sociedad’*... Sólo el Estado, la familia, la protección social mantienen una existencia mínima” (1988: 24).

La ampliación del mercado gracias al desarrollo del ciberespacio podría decirse que es un *continuum* de la dinámica y evolución de esta sociedad de masas y, a su vez, se traduce en cambios cualitativos significativos. Si, no obstante su sello, la sociedad de la cultura de masas daba lugar a una serie de subculturas producto de las herencias culturales y de historias compartidas por los distintos grupos sociales de una memoria común (Lalive d’Epinay y otros, 1982: 155), en la época del ciberespacio se trata de “la consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores” (García Canclini, 1995: 24), facilitado por el desarrollo de las TIC. Si esa condición cuasi-universal de ciudadano para quien pertenece a la *polis* se veía restringida por el *ethos* del trabajo que atravesaba la socialización mercantil salarial arriba mencionada, hoy al ejercicio de la ciudadanía se le interpone una socialización mercantil del consumo, un *ethos* del consumo como

condición *sine qua non* de su reconocimiento. En palabras de García Canclini, en línea con los trabajos de Appadurai y Ewen:

[...] en las sociedades contemporáneas buena parte de la racionalidad de las relaciones sociales se construye, más que en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales, en la que se efectúa por apropiarse de los medios de distinción simbólica [y, por consiguiente,] en el consumo se construye parte de la *racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad* (1995: 45).

Pero del mismo modo que no hacer parte de los circuitos del trabajo asalariado era de alguna manera no tener un reconocimiento efectivo de la ciudadanía, hoy podríamos hablar de una jerarquización de ciudadanías en función de la mayor o menor inserción a los espacios de consumo. Habría una ciudadanía de primera clase, la ciudadanía globalizada, aquella que tiene acceso a los bienes simbólicos de alta gama del cibermercado (véase Bula y Camacho, 2006: 27-28). Es esa dinámica del ciberespacio como nuevo lugar económico y, a la vez, de la definición de nuevas identidades y, por tanto, de reconocimiento ciudadano, el que se analizará a continuación.

La construcción social del ciberespacio: acciones e interacciones de las “grandes ligas” y otros demonios en el cibermarket

El desarrollo de los llamados *marketplaces* a través de la red de Internet es una expresión más de ese proceso de flexibilización previamente mencionado que han facilitado las tecnologías de la información y comunicación y, por consiguiente, está estrechamente ligado a los procesos de liberalización económica (véase Miller y Slater, 2000: 129), concepto por lo demás afecto a la idea misma de globalización.

Todo mercado supone, en su acepción más fundamental, la presencia de dos tipos de actores o agentes económicos, como suelen ser designados en la literatura respectiva: unos oferentes (productores/vende-

dores), y unos demandantes (compradores/clientes). Sin embargo, los mercados suelen ir acompañados de prácticas y costumbres, y de formas institucionales, que involucran a otros actores en el simple proceso de intercambio: pueden participar publicistas, distribuidores, una red de vendedores al detal, así como las mismas entidades del Estado para regular o facilitar una determinada actividad comercial. Y muy a pesar de la idea de un *open market*, tan cara al concepto de globalización, son a la vez mercados diferenciados o, incluso, mercados segmentados.

Dicho de otra manera, en los mercados tradicionales encontramos una jerarquización que va desde países cuyos mercados son ampliamente desarrollados (los países industrializados), frente aquellos con mercados menos sofisticados tanto en los bienes ofrecidos como en los canales de distribución (los llamados países menos desarrollados). En el seno de cada uno de ellos a la vez encontramos las grandes firmas, las medianas y las pequeñas. Es el caso, por ejemplo, en el ámbito del comercio, de las llamadas grandes superficies, o grandes formatos (véase Gómez Escobar, 2005), como Carrefour frente a la bien conocida tienda de barrio.

De la misma manera en que los accesos a mercados “físicos” por parte de productores y consumidores están en función de su capacidad económica, igual sucede en el caso del *e-commerce* y del *e-business*. Comencemos por analizar este último en el marco del desarrollo de estos *marketplaces* o cibermercados, que no están exentos de la presencia de este tipo de actores, pero además, de alguna manera, involucran nuevos jugadores indispensables para el funcionamiento y la operación de dichos espacios. Es aquí donde comienza la historia de David y Goliat.

El desarrollo de las plataformas sobre las cuales se instauran los proyectos de negocios del *e-business* supone una serie de protocolos que son indispensables para su buen funcionamiento y que se condensan en lo que en inglés se denomina *Customer Relationship Manager* (CRM). Pues bien, el software para adelantar estos procesos es proveído básicamente por cinco compañías que en 2008 controlaban el 60.5% del mercado. En su orden SAP (22.5%), Oracle (16.1%), Salesforce.com (10.6%), Microsoft (6.4%) y Amdocs (4.9%), un mercado que habría crecido

en ese año en 12.5% y cuyas principales compañías se concentran en Norteamérica y Europa, con una participación del mercado de 31.6% y 52.5% respectivamente (Gartner News Room).

Detrás del desarrollo de estos sistemas se encuentra un actor oculto: la tecnología. En este caso, el lenguaje de programación sobre el cual se construye este tipo de software, cuyo uso debe permitirse en cualquier ordenador. El lenguaje por excelencia para hacer esto posible es el que hoy vemos con su símbolo de la taza de café: Java¹. Fue desarrollado por Sun Microsystems y, si bien es un lenguaje de código abierto, su propiedad pasó a manos de Oracle Corporation, el segundo gigante del mercado para este tipo de soluciones empresariales. Hoy por hoy, Java es prácticamente el lenguaje común en el mundo informático, el equivalente al inglés en el mundo de los negocios.

Para poner a funcionar estos protocolos, la condición *sine qua non* es, sin duda tener acceso a la red. Para ello es necesario contar con los proveedores de dicha conexión, conocidos como ISP por su sigla en inglés (*Internet Service Provider*). Este es quizás un mercado más competido pues involucra a jugadores de los ámbitos nacional e internacional. En América Latina, empresas como Telmex y Telefónica Telecom copan buena parte del mercado compartido con importantes jugadores locales, generalmente empresas estatales o alguna combinación de entidades público-privadas, normalmente en alianza con empresas internacionales como las nombradas. Ahora bien, las características técnicas y lo que se conoce como servicios de valor agregado (servicios de voz y datos como cuentas de correo electrónico, telefonía IP, etc.), suelen ser más robustos cuando el proveedor es una empresa transnacional o existe participación de alguna de ellas. La diferencia está marcada por el ancho de banda, dependiendo del tipo de conectividad ofrecida: cable,

¹ “Java le permite jugar en línea, participar en sesiones de chat con internautas de todo el mundo, calcular los intereses de una hipoteca y ver imágenes en tres dimensiones, entre otras muchas aplicaciones. “*Es también esencial para las aplicaciones de intranet y otras soluciones de comercio electrónico que constituyen la base informática de las empresas*”. http://www.java.com/es/download/whatis_java.jsp (cursivas añadidas).

satelital, telefónica, etc. En economías pequeñas esto puede ser un factor decisivo para hacer viable un proyecto de *e-business*. Así lo señalan Miller y Slater (2000: 138) en su estudio para el caso de la isla de Trinidad:

[...] el negocio de ISP como empresa independiente no es viable en Trinidad: Opus está explorando la idea de comunidades en-línea y volver al estilo de servicios BBS², y en cualquier caso obtener ingresos más allá de [la venta] de software anti-virus y de seguridad. El fundador de Wow.net estaba desesperado por ir donde está hoy verdaderamente el dinero: comprar y vender banda ancha. En el caso de Computers and Controls y Rave TT, los ISPs son parte de imperios más grandes de computadores/telecomunicaciones, e involucran de manera significativa ambiciones para obtener ingresos de negocios corporativos más que del uso doméstico de Internet.

El desarrollo de estos sistemas ISP obliga la entrada de otro actor esencial, las autoridades locales. La evocación sola de la red de Internet remite a la idea de un espacio libre, incluso sin regulación, pero el sistema de telecomunicaciones suele ser un espacio con una fuerte injerencia por parte de los gobiernos. El espectro electromagnético a través del cual se realizan las transmisiones en distintos tipos de frecuencias es un espacio regulado por las autoridades correspondientes que autorizan y asignan el uso de dichos canales. Las autoridades se mueven, en lo que concierne al desarrollo del *e-commerce*, entre un espacio abierto y flexible, como lo demandaría la lógica de los *open markets*, o un espacio sometido a las normas propias del mundo de las telecomunicaciones tradicionales en materia de licencias de funcionamiento y otros aspectos. Por lo que a ellas concierne, las empresas pretenden encontrar en el ciberespacio el mundo libre que les permita obtener los beneficios esperados, pero especialmente alcanzar posiciones de participación en el mercado, léase un importante control del “nicho visualizado” (Miller y Slater, 2000: 138-140).

² Bulletin Board System. Nota del autor.

El turno le corresponde a la banca y de nuevo aquí nos encontramos con sistemas financieros más y menos avanzados de acuerdo con el grado de desarrollo de la economía de un país. El sistema bancario juega un papel central en el desarrollo tanto del *e-business* como del *e-commerce*. De él depende el pago electrónico a través del uso de tarjetas de crédito; habría que facilitar la autorización en línea y el pago en tiempo real, entre otros, y garantizar las condiciones de seguridad debida —quizás debería incluirse en este último punto los jugadores, los hackers y ladrones *online*, pero haremos caso omiso de ellos para efectos de este análisis.

Es claro que en las economías más industrializadas el sistema financiero ha alcanzado los mayores niveles de modernización que facilitan las transacciones en línea a diferencia de lo que pasa en economías menos desarrolladas. Así se confirma en el estudio de Miller y Slater (2000: 173) para el caso de Trinidad: “La única cosa que prevenía el comercio completo es que los bancos no proveían todo lo que él [el emprendedor] necesitaba” (tiempo real, autorización en línea de pagos de tarjeta de crédito). Era, pues, la banca una de las fuerzas más conservadoras para facilitar el desarrollo del *e-business* y facilitar las transacciones en línea, no obstante tener en sus propios desarrollos en el campo de la red de cajeros automáticos, “que pareciera haber transformado la relación de las personas con la moneda: ella fluye ahora desde numerosas fuentes, a cualquier hora del día, en respuesta a una necesidad o capricho” (Miller y Slater, 2000: 177).

Finalmente están los emprendedores mismos, las grandes, medianas y pequeñas empresas que buscan explotar el ciberespacio para el desarrollo de sus proyectos de *e-business*. Dependiendo de su tamaño y su nicho de negocio, se involucran en transacciones en línea que dan lugar a los dos tipos de negocios hoy reconocidos (Milutinovic y Frédéric, 2002: 345), B2B (*business-to-business*) y B2C (*business-to-consumer*)³, y en uno en

³ “De acuerdo al segmento o terreno de mercado en el cual está inserto el *e-Commerce* puede ser categorizado como: *Business-to-business* (B2B), la mayoría del EC [*electronic commerce*] hoy es de este tipo. Incluye el mercado de transacciones electrónicas entre organizaciones. *Business-to-consumer* (B2C), son las transacciones al detal con compradores individuales” (Milutinovic y Frédéric 2002: 344).

muy menor medida C2C (*consumer-to-consumer*: reventa). De acuerdo con Milutinovic y Patricelli (2002: 128), el primero había alcanzado para 2004 un volumen de negocios del orden de los US\$2.7 billones. El problema de las pequeñas y medianas empresas es poder entrar en este circuito, y de cualquiera de organización, independientemente de su tamaño, permanecer en él. Entonces, el reto es poder hacer parte del sistema, contar con el software y la conectividad apropiados, con el entorno institucional adecuado, con los jugadores justos para pertenecer a las grandes ligas o interactuar al menos con ellas, y así lograr emprender este tipo de negocio.

Las condiciones descritas obviamente están atravesadas por las posibilidades de acceso a la red —asunto sobre el que se trabajará más adelante—, lo que implica una vez más un proceso de jerarquización en el cibermercado que va desde lo que algunos autores (como Castells, Lash y Urry, citados por Miller y Slater, 2000: 140) llaman los guetos informacionales, los desconectados (*un-networked*), una especie de pauperización postindustrial, hasta los *big players*, como el caso de Amazon, pasando por situaciones intermedias como la descrita por Miller y Slater (2000: 140): “Los asuntos para Trinidad son instructivamente diferentes [al de la pauperización]: ellos ya están en el circuito, y por tanto tienen una visión clara de las oportunidades que ellos quisieran aprovechar. Su temor es, si cabe, no la pauperización, si no la proletarización, que es incompatible con el tipo de realización de [alcanzar] una posición mundial que la Internet parece ofrecerles”. Y como lo señalan estos mismos autores, 1998 fue el año de inflexión para poder sacar provecho de este negocio: “move faster because it’s already too late” (2000: 162).

Consumidores de consumidores: entre “apocalípticos e integrados”

Servirse de esta expresión de una de las obras de Umberto Eco (tomada aquí en el sentido tanto del acceso mismo a los bienes como al tipo de bienes simbólicos) es una forma de señalar cómo se desarrolla el proceso de participación de los consumidores en el *e-commerce* o en los

mercados virtuales, lo que marca la diferencia del patrón de consumo que unos y otros pueden tener.

Se empieza por el grado de penetración de Internet en las distintas sociedades y son claras las diferencias entre regiones geográficas del mundo. Mientras en Europa, Oceanía y Norteamérica las tasas están por encima del 50% (52%, 60.4% y 74.2%, respectivamente), muy por arriba de la media mundial (25.6%), regiones como África y Asia no alcanzan siquiera este nivel (6.8% y 19.4% respectivamente), mientras que América Latina solo llega a un 30.5%⁴. Por ello, no es de extrañar los resultados obtenidos por la empresa Nielsen para el año 2007, cuando, si bien registran que más del 85% de las personas con acceso a Internet habían realizado compras a través de la red, los países donde esta práctica era mayor eran Corea del Sur (99%), Reino Unido, Alemania y Japón con 97% y los Estados Unidos con 94%⁵. Mientras que para América Latina se estimaba alcanzar US 4.700 millones en 2002 (Finquelievich, 2002: 9), en los Estados Unidos ese mismo año, el total del e-commerce (B2B y B2C) fue de 20.7 billones de dólares, algo menos de la mitad (10.2) en B2C⁶.

El medio de pago más utilizado es la tarjeta de crédito, y en particular la tarjeta VISA. Ello significa poseer un nivel de bancarización importante en el que la población pueda tener acceso a este tipo de medio de pago. Es sabido que los niveles de bancarización tanto en las hoy llamadas economías emergentes como en las menos desarrolladas es aún bastante bajo. Incluso la compra de libros por Internet que, de acuerdo con el reporte de Nielsen, es el producto más transado en el mundo, en el estudio realizado por Miller y Slater (2000: 179) para Trinidad mostraba un bajo comportamiento en razón precisamente de estas limitaciones: “Sin embargo, tal compra directa fue relativamente escasa. En ningún caso pareció aún ser proporcionalmente importante en las compras de las personas; y en cualquier caso, *la mayoría de la gente no tiene tarjetas de crédito internacionales*” (cursiva mía).

⁴ Internet World Stats, 2009.

⁵ <http://www.reuters.com/article/idUS16394+28-Jan-2008+PRN20080128>

⁶ <http://www.census.gov/econ/estats/2007/2007reportfinal.pdf>

Conclusión: mercados, productos y clientes, o la diferenciación de la ciudadanía a través de los objetos

Entrar en los cibermercados, ya sea a través del *e-business* como emprendedor, o del *e-commerce* como cliente, es de por sí entrar en el gran mercado, en el mercado global, propiamente dicho. Un mercado que por lo demás impone sus propias normas y sus propios códigos:

[...] un mercado real, donde las personas están negociando por sus intereses y sus derechos. Cada *marketplace* tiene sus propias reglas de juego, pero algunas de éstas son las mismas en cada *marketplace*. Estas son las leyes del negocio. El negocio es la ley, el juez, el jurado, y el ejecutor (Milutinovic y Frédéric 2002: 128).

En adición a los vendedores y compradores de todo mercado, aquí entra un tercero, el *e-marketplace*, con sus propias exigencias y especificaciones en materia de transacciones, apoyos al usuario, cadena de venta y valores agregados (Milutinovic y Frédéric 2002: 129). Pero también con sus propios problemas, unos de orden técnico y otros de orden cultural, económico y social: diseño del sistema, seguridad y confianza, cambios en el ciberespacio, la participación y la comprensión del mismo por parte de los usuarios (Milutinovic y Frédéric 2002: 144). Esto último es particularmente importante toda vez que a diferencia de los mercados físicos donde la interacción se da entre seres humanos, en el *e-marketplace* es la interacción entre el ser humano y la máquina. El lenguaje icónico y el color se vuelven elementos centrales para la comprensión del cliente, a la vez que el proveedor debe estar atento a cómo ordenar en línea, a la efectiva confirmación vía e-mail y a la velocidad de carga de la información en el website (Ruyter, 2002: 413-425).

Pero un problema mayor es el de la liquidez, tanto para compradores como para vendedores. En el caso de estos últimos, empresas que a finales de los años noventa demostraban cierta solidez como CDNOW terminaron siendo absorbidas como los jugadores de las grandes ligas (por ejemplo, por Amazon). Para los primeros, dependiendo de su capacidad de pago

y de los medios disponibles, las búsquedas de alternativas para acceder a estos *marketplaces* parecen ser infinitas: el regateo, el trueque, etc. Un recorrido por algunos de estos cibermercados (Mercadolibre.com, DeRemate.com), con base en una caracterización de productos que se han clasificado de alta, media y baja gama⁷, permite observar que las necesidades de los compradores varían en relación con dicha caracterización.

Mientras un comprador de baja gama se interesa por aspectos como la garantía o sobre la utilidad misma del producto (por ejemplo, un artefacto para arreglar la nariz en tan solo 10 segundos, o la crema para adelgazar), los compradores de media gama buscan mejorar las condiciones de pago o el precio (el caso de la ropa al por mayor), o convertirse en intermediarios... , los compradores de productos de alta gama se preocupan más por la exclusividad de los artículos (adquieren, un celular Nokia N - 86), por la diferenciación de los mismos (quieren comprar una nueva versión y la cambian por el anterior celular Nokia N - 85) o por las calidades del mismo (se aseguran de que es una versión nueva y no remanufacturado, *refurbished*), y están dispuestos a pagar recargos adicionales con tal de obtener el producto.

Por otra parte, en cuanto a los medios de pago, si se comparan esos mercados con el que genera el mayor número de transacciones en el mercado global, e-Bay, se puede observar que en este último el medio de pago más frecuentemente utilizado es el sistema Pay-pal, en tanto que en los arriba mencionados se utiliza la tarjeta de crédito, la consignación bancaria o efectivo contra entrega.

Marketplace, e-commerce, e-market o cibermercado, como se quiera denominar, es un nuevo espacio de construcción de las relaciones sociales y, en particular de las relaciones sociales económicas. Como toda relación social, lleva una dinámica implícita hacia la diferenciación, la segregación y la distinción, que conduce a segmentar lo que algunos llaman la ciudadanía global en ciudadanos de primera y de

⁷ En alta gama se han considerado teléfonos celulares, cámaras digitales y relojes de cierto nivel de sofisticación, por ejemplo, SmartPhones; en gama media, prendas de vestir, y en gama baja, productos de belleza y estética de consumo como reductores de grasa, etc.

segunda clase, y aún quizás se proyecte hacia una mayor estratificación. Habría así una ciudadanía altamente globalizada (los ejecutivos con sus BlackBerry permanentemente conectados), y unos ciudadanos sin sociedad que difícilmente logran un acceso a estos nuevos espacios de mercado, que por su precariedad quedan excluidos de los espacios de reconocimiento, y entre estos dos extremos toda una gama de formas que afectan el reconocimiento del “ciudadano”.

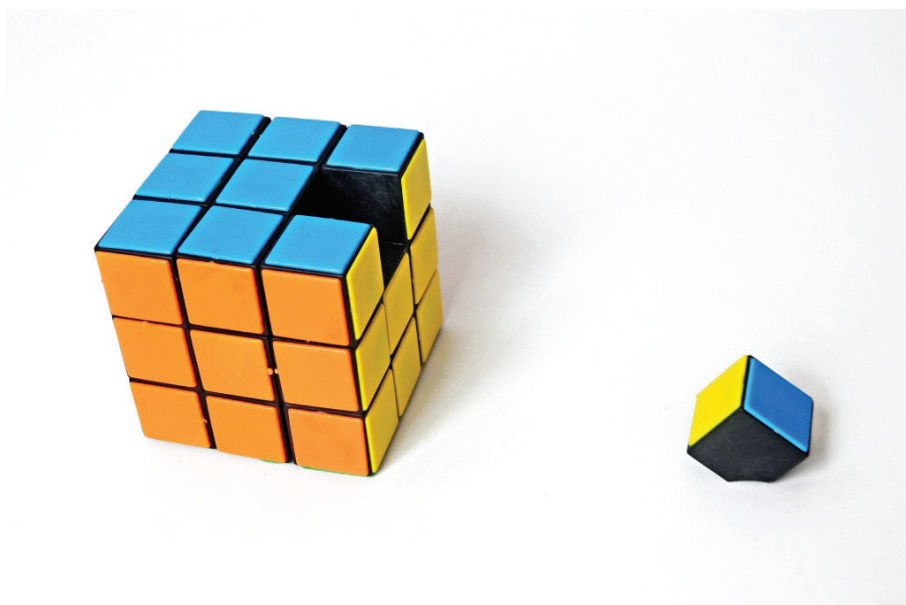
Al decir de Miller y Slater (2000: 182):

[...] en la vida personal y cultural, la Internet posibilitó ideales de relaciones sociales a ser alcanzadas en un terreno comunicacional expandido. Por contraste, en el caso de la economía política y de los negocios, la Internet misma expresó los ideales de relaciones de libre mercado, ventajas competitivas y demás, frente a lo cual las actuales relaciones sociales eran juzgadas como primitivas. Quizás, irónicamente, si la Internet no es generalmente virtual cuando se trata de la vida personal (donde casi toda la literatura al respecto presume que lo será), realmente es virtual en la economía política (donde la misma literatura argumenta que el frío comercialismo menoscaba la virtualidad).

BIBLIOGRAFÍA

- Bula J. & Camacho, L. F. (2006). *Ciudadanía y trabajo infantil. La lógica económica y la dimensión ética del problema del niño trabajador*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Finquelievich, S. (2002). *Los actores sociales urbanos en la sociedad de la información: de los hippies al e-commerce*. Buenos Aires: Clacso.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Gartner News Room. Disponible en <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1074615>, consultado el 28 de febrero de 2010.
- Gómez Escobar, I. (2005). La situación actual del comercio frente a los grandes formatos. *Gestiopolis*. Disponible en [| 186 |](http://www.ges-</p></div><div data-bbox=)

- tiopolis.com/canales5/mkt/igomez/57).htm, consultado el 28 de febrero de 2010.
- Harvey, D. (1990). *The Condition of Postmodernity*. Cambridge MA: Blackwell.
- Internet World Stats (2009). Disponible en <http://www.Internetworldstats.com/stats.htm>
- Lalivé d'Épinay, C. & ál. (1982). *Temps libre, culture de masse et culture de classe aujourd'hui*. Lausanne, Favre: Editions Pierre-Marcel.
- Miller D. & Slater, D. (2000). *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg Publishers.
- Milutinovic, V.& Patricelli, F. (ed.) (2002). *E-business and E-challenges*. Amsterdam: IOS Press.
- Ruyter, K. de (2002). *Research in Service*. Bingley: GBR: E.G.P. Limited.
- Zarifian P. & Palloix, C. (1988). *La société post-économique. Esquisse d'une société alternative*. Paris: L'Harmattan.
- Sitios web consultados
- <http://www.census.gov/econ/estats/2007/2007reportfinal.pdf>, consultado el 21 de febrero de 2010.
- http://www.java.com/es/download/whatis_java.jsp, consultado el 28 de febrero de 2010.
- <http://www.reuters.com/article/idUS16394+28-Jan-2008+PRN20080128>, consultado el 21 de febrero de 2010.



Turismo virtual o el viaje im-possible a través de Google Earth

Turismo virtual o el viaje im-posible a través de Google Earth

CAMILO ZAMBRANO*

Los nuevos avances tecnológicos en Internet ofrecen la posibilidad de navegar por diferentes partes del mundo y tener “acercamientos a vuelo de pájaro”, lo que permite realizar caminatas con giros de 360 grados y la producción de simulacros de viajes instantáneos por cualquier vecindario de las principales ciudades del mundo, con un desplazamiento en “alta definición”, como si se estuviera *in situ*. ¿Qué sucede con la condición ritual del viaje al perder su carácter de aventura, cuando el mundo se cuadrícula por las nuevas formas de hacer turismo? El encogimiento del planeta, la “sobremodernidad” evidenciada por los excesos de espacio, tiempo e individualidad, la supresión de lo indeseable en el viaje y las facilidades de “viajar” para el que no dispone de capital económico suficiente, así como las nuevas formas de asumir una relación con el otro ausente, son los temas que giran en torno a “hacer turismo” y su nueva categoría: parecer a través de la web.

¿Acaso hoy en los lugares superpoblados no era donde se cruzaban, ignorándose miles de itinerarios individuales en los que subsistía algo del incierto encanto de los solares, de los terrenos baldíos y de las obras en construcción, de los andenes y de las salas de espera donde los pasos se pierden, el encanto de todos los lugares de la casualidad y del encuentro en donde se puede experimentar furtivamente la posibilidad sostenida de la aventura, el sentimiento de que no queda más que “ver venir”?

Marc Augé.

* Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

El afán de una sociedad cada vez más ansiosa por realizarse dentro de un universo inmediato evidencia la aceptación de espacios virtuales que permiten estar en muchos lugares al mismo tiempo; así presenciamos un encogimiento del planeta que cada vez se debe más a la fácil disposición de tener el mundo a la mano. Los recorridos realizados a través de Internet han propuesto nuevas formas de acercarse a territorios hasta hace poco desconocidos para muchos y que, gracias a la tecnología y a los medios digitales, se ofrecen a escalas exponenciales para personas deseosas de movilidad y para aquellas que pretenden cuadrangular rutas turísticas a fin de maximizar los recursos económicos, temporales y espaciales. Google Earth propone nuevos modos de hacer turismo, pero son formas que han modificado sustancialmente las relaciones entre los sujetos y el espacio.

Posibilitar el viaje

La función básica de Google Earth es servir como sistema de información geográfica que permite ubicar cualquier lugar del planeta mediante la combinación de imágenes de satélites y mapas. Ofrece la posibilidad de ver lugares en tres dimensiones, lo que permite acceder a la visión de un entorno físico en el mundo real, armonizado con elementos virtuales para la creación de una realidad mixta, llamada también realidad aumentada. En el sitio, además, es posible trasladarse de un lugar a otro con sólo digitar el nombre de la ciudad de destino. Gracias a un acuerdo con el Instituto de Ciencia Telescópica Espacial de Baltimore, ofrece la posibilidad de observar las estrellas, ver las constelaciones y galaxias, e incluye animaciones de órbitas planetarias y naves espaciales modeladas en tres dimensiones, con tutoriales para conocer detalles del espacio exterior. Hay también viajes a la Luna y a Marte, contenidos interactivos, visitas guiadas por la historia de los alunizajes, e imágenes de alta definición donde se pueden observar los cráteres, cordilleras montañosas, huellas de astronautas, e información que otrora sólo estaba disponible para centros de investigación o personal especializado. Igualmente, dispone de un simulador de vuelo con el que se puede sobrevolar cualquier mapa almacenado de algún lugar del mundo.

Una de las características más notables de esta plataforma es la posibilidad que tiene el usuario de ver fotografías en 360 grados y poder realizar recorridos virtuales por las calles de las grandes ciudades del mundo. Adicional a esto, se pueden medir distancias, realizar rutas, almacenar fotografías, e introducir el nombre de lugares específicos como plazas, monumentos y sitios turísticos.

Una de las ciudades que mayores esfuerzos colectivos ha realizado para modelar sus edificios en tres dimensiones es Madrid, que ofrece una visita virtual al Museo del Prado y, muestra las obras de arte más relevantes con una resolución inimaginable, logrando detalles que ni siquiera estando en el Museo se podrían observar: obras de gran magnitud se presentan en planos detallados para que no se escape ningún trazo hecho por el artista. En tiempos donde se procura cada vez mayor movilidad, surgen este tipo de propuestas colectivas para que las ciudades, a través de modelos tridimensionales y fotografías, puedan exhibir sus encantos arquitectónicos y artísticos y venderse como posible parada turística para quienes hacen desplazamientos culturales o quienes tienen el capital económico para visitarlas. No obstante, de igual modo buscan crear un espacio que posibilite nuevas formas de hacer turismo a través de Internet para acceder a lugares a los que tal vez no se podría llegar por ser alguien poco grato en el lugar de destino. Entre algunos de estos no-invitados encontramos el otro con poco capital económico, puesto que hacer turismo implica consumo de cultura, tradiciones y obsequios que, al retorno, dan cuenta de esos lugares ofrecidos en los planes que procuran el recorrido únicamente por la arquitectura más relevante dentro de la distribución espacial de las ciudades. También está el otro excluido, al que le exigen visa para entrar a cualquier país del mundo, pues su historia llevada en la maleta no da buenas referencias para permitir su ingreso a un territorio sin antes hacerle una serie de preguntas a fin de conocer las razones de su travesía; eso sí, exigiéndole el capital económico necesario para poder hacer turismo de la mejor manera posible. Así mismo surge el otro étnico, que, a pesar de permitírsele la entrada sin restricciones, es juzgado por ser parte de una cultura que ha sido riesgosamente suicida

(musulmanes, japoneses) y, por último, otro aislado, al que no se debe visitar o recibir por ser de un país con alto riesgo biológico (México durante la pandemia de AHINI, o Botsuana y Suráfrica, países con los mayores índices de VIH en el mundo).

Parte de la gracia a la cual se entregan muchas personas al realizar recorridos por la web es que pueden experimentar una completa asepsia en el viaje, con esas visitas guiadas por expertos que muestran cada parte del recorrido, para simular caminar por las calles de las principales ciudades del mundo con vista de 360° sin que ningún olor, tempestad o persona extraña física o lingüísticamente vaya a interponerse por alguna razón, a fin de no alterar el idilio en el que se ha convertido el viaje virtual: la forma socialmente más depurada para acceder a cualquier rincón del planeta.

Esta plataforma revolucionó los métodos de hacer turismo, puesto que, a la par de todos los procesos y cambios tecnológicos, potencia la idea de instantaneidad, esa necesidad en el mundo contemporáneo de sentir la movilidad de forma exponencial para llegar a cualquier lugar en el menor tiempo posible. Se trata de recorridos atemporales, donde el tiempo ya no es un obstáculo para poder estar en un lugar u otro; ofrece dentro de su virtualidad la posibilidad de acceder a mucha más información que tal vez se omitiría en el viaje físicamente presencial.

Google Earth, junto con toda las nuevas formas de navegar en Internet, produjo lo que Roman Gubern llamó *simius informaticus*, individuo solitario y nómada con caparazón tecnológica como su segunda naturaleza; dicho espécimen viaja de un lugar a otro por la web, sin un destino aparente, solamente pretendiendo estar en un lugar y muchos a la vez, en contacto con muchas personas y espacios digitales que le permitan sentir esa instantaneidad con las múltiples maneras de ahorrar tiempo o aprovecharlo en este nuevo mundo de la movilidad virtual que prima sobre los espacios físicos que promueven las interacciones sociales tradicionales. Un ámbito donde se invierte más tiempo en tener que levantarse de la silla para ir al baño o a la cocina que el requerido para trasladarse de una ciudad a otra. Se ofrece transporte a cualquier parte del mundo aprovechando las escasas posibilidades de movilidad,

y el turismo virtual posibilita satisfacer esa necesidad de desplazarse a la velocidad de un clic. Se es nómada porque precisamente no se requiere estar en un solo lugar, porque “en el moderno mundo líquido, lentitud es sinónimo de muerte social” (Bauman, 2007: 118), pero se juega con una movilidad virtual deseosa de una mayor cantidad de actividades en el menor tiempo posible para realizarlas, y al ser otorgada la posibilidad de viajar por el ciberespacio, satisface la necesidad histórica de poder estar en varios lugares, comunicarse con varias personas en diferentes situaciones y con la satisfacción de hacerlo dentro de la rutina diaria.

El otro extraviado

En Google Earth se pueden cargar fotografías a través de Panoramio, un sitio web que permite georreferenciar cualquier lugar o paisaje dentro del mapamundi. La intención del sitio es que las personas puedan aprender de ciertos lugares a partir de fotografías tomadas por otros. No todas las fotografías de Panoramio pueden almacenarse en Google Earth; únicamente las que cumplen los requisitos dentro de las políticas de uso, que, entre otras, impiden subir fotografías en donde se muestren personas y no paisajes. La razón obedece a que la finalidad del sitio es que los usuarios puedan explorar lugares, no álbumes fotográficos familiares. En esta plataforma no se encuentra ningún tipo de identificación hacia semejantes, ni referencia hacia otros con características culturales diferentes. “Los no-lugares y las imágenes se encuentran en cierto sentido saturadas de humanidad: son producidos por hombres y frecuentados por humanos, pero se trata de seres desvinculados de sus relaciones recíprocas, de su existencia simbólica” (Augé, 2003: 91).

El viaje virtual (donde sólo puede relacionarse la persona con el paisaje, pues prima la instantaneidad y el rápido acceso a las rutas para navegar por el planeta virtual, y todos son manifiestos lugares de paso), puede llegar a considerarse, llevándolo al límite, como un no-lugar absoluto, donde no hay el mínimo riesgo que pueda existir una construcción identitaria, relacional e histórica; características fundamentales señaladas por Marc Augé para referirse a los lugares

antropológicos (2005: 83). Para estos espacios de construcción socio-cultural, es necesario el espacio público como lugar donde se entretajan vínculos relacionales e identitarios, producidos por la interacción entre los sujetos y su espacio. Entre más se ensimisma y afianza la relación con el mundo a través de prótesis tecnológicas, más alejado se está de aprehender prácticas sociales de una cultura determinada.

La imbricación entre televisión e informática produce una alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales, entre innovaciones tecnológicas y hábitos de consumo, que ya está produciendo un « aire de familia » en las diversas pantallas que reúnen nuestras experiencias laborales, hogareñas y lúdicas, que atraviesa y reconfigura los trayectos callejeros y hasta las relaciones con nuestro cuerpo, un cuerpo sostenido cada vez menos en su anatomía y más en sus extensiones o prótesis tecnomediáticas: la ciudad informatizada no necesita cuerpos reunidos sino interconectados (Martín Barbero y Rey, 1999: 38).

Los límites del cuerpo y la tensión producida en su relación con el espacio y consigo mismo al realizar un viaje cualquiera, desaparecen al momento de practicar turismo virtual, puesto que allí se ofrece y se accede a todo, sin restricciones ni contradicciones aparentes. Ese turismo posibilita conocer cualquier lugar y omitir la extrañeza del cuerpo con el espacio —con todos sus condicionamientos culturales—, inadvertencia que no se presenta ni siquiera en la ciudad de origen, porque en ciertas circunstancias se puede sentir que no se hace parte de una situación social desarrollada en un lugar específico del propio entorno, “incluso el nativo, tiene motivos para sentirse alguna vez extraño” (Delgado, 2002: 179). Cuando no se está en el rol de turista, se puede estar en el de anfitrión, viviendo en la ciudad de destino de muchas personas que acuden a ella para verificar lo contado por otros, y muchas veces no se construyen estrategias socializadoras suficientes para poder establecer relaciones: “La cuestión es que cada vez disponemos de menos tarjetas simbólicas de presentación” (Saborit, 2006:

14), precisamente porque la seguridad que se brinda en los viajes por la web desaparece al exponernos con el otro cara a cara. Hacer turismo virtual es evitar a toda costa la relación con el otro.

En esos carnavales identitarios, la socialización *offline* muestra lo que realmente es el mundo de los consumidores: una carga pesada y nada agradable, tolerada y padecida sólo por inevitable, pues el reconocimiento de la identidad elegida debe lograrse sólo a costa de interminables esfuerzos, a costa incluso del riesgo —que todo encuentro cara a cara necesariamente conlleva— de ser llamado mentiroso o ser rechazado. Reducir ese aspecto tan pesadoso de la batalla por el reconocimiento es uno de los mayores atractivos de la mascarada de Internet y su juego de confidencialidad (Bauman, 2007: 156).

La dinámica del turismo virtual se desarrolla en procura de suprimir cualquier clase de riesgo que pueda afectar la buena relación entre la persona y el paisaje, ofreciendo un patrimonio cultural que cada vez más se convierte en un mero objeto de consumo, en un producto a-histórico que se puede llevar a todas partes y que en todas partes se puede alcanzar. Las grandes edificaciones arquitectónicas son fáciles de observar en alta resolución y con visitas guiadas que cuentan su historia; desafortunadamente carecen de cualquier significado simbólico que su contexto les pueda dar. En la construcción identitaria del sujeto a través de su entorno, con todas las alternativas de conocimiento que ofrecen los espacios virtuales, se están moldeando personas con un capital cultural que dan cuenta de lugares y acontecimientos como si hubieran estado presentes pero, formadas en la soledad del hogar, adquieren un conocimiento que no puede dar cuenta de la aventura del viaje, ni de las relaciones simbólicas que construye el sujeto con el entorno.

“Es esencial y no carece ciertamente de motivo que la metáfora del viaje se asocie con tanta frecuencia en nuestros días a la actividad cibernética: se «navega» o se «viaja» por Internet. Esa insistencia del

lenguaje revela quizá un malestar cuya naturaleza percibimos mejor si la relacionamos con los dos ideales del conocimiento del otro y de la construcción de uno mismo, ideales tradicionalmente asociados a la idea del viaje. Pero, por el contrario, ¿no nos está haciendo creer la ilusión de la comunicación que los sujetos individuales existen, en forma intangible, al margen del acto de comunicación que los pone en contacto? ¿No nos está haciendo creer que intercambian informaciones para enriquecer sus conocimientos sin transformarse, que perseveran en su ser mientras se ahorran el cara a cara y el cuerpo a cuerpo? En este sentido, la comunicación es lo contrario del viaje, por lo mismo que, idealmente, éste implica la construcción de sí mediante el encuentro con los otros. La comunicación presupone lo que el viaje trata de crear: unos sujetos individuales bien contruidos. El *homo comunicans* transmite o recibe informaciones y no duda de lo que es. El viajero ideal trata de existir, de formarse, y nunca sabrá realmente quién es o qué es. La práctica turística actual, en este sentido, depende más de la comunicación que del viaje” (Augé, 2003: 75).

Aunque nunca se podrá dar completa garantía de que el espacio físico lleno de personas pueda reforzar y permear esa anhelada realización del individuo cada vez más perdida en entornos virtuales —puesto que en la agenda diaria de miles de personas que interactúan la cantidad de entrecruzamientos no es directamente proporcional con la calidad en la construcción de identidad que las relaciones pueden producir—, esas mínimas probabilidades (pedir fuego para encender un cigarrillo, preguntar la hora para llegar a tiempo, o solicitar indicaciones para llegar a un lugar desconocido) son suficientes para que el azar provoque encuentros sociales.

¿Des-aprender a viajar?

Wim Wenders, caracterizado por ser el maestro del *road movie*, nos presenta en una de sus ya viejas películas, *Paris-Texas* (1984), a Harry Stanton como Travis, un andante, un *flâneur* que trata de encontrarse a sí mismo a través de su entorno, de su paisaje y de su ruta; se entrega a

un destino incierto y a su vez cargado de sentido. Para Travis el recorrido no consiste en llegar lo más pronto posible a un destino preestablecido, sino en tomarse todo el tiempo necesario para descubrirse y entender su papel en el mundo que lo rodea. A diferencia de las formas actuales de concebir el tránsito, las rutas y las vías de comunicación, sean virtuales o no, en donde se pretende mayor movilidad en el menor tiempo posible, nuestro protagonista podría ser considerado anómico por no hacer parte de un sistema que le exige llevar un ritmo de vida acelerado acorde con el mundo contemporáneo. Nuestro andante llega, sin pretenderlo, a un destino aparente, en busca de la memoria y del amor con quien, en palabras de Travis, “un viaje normal al supermercado era toda una aventura”; una persona que ha llenado de sentido su vida, y que, al encontrarla, tiene que comunicarse a través de una cabina que no le permite ver la figura del protagonista, tan sólo su propio reflejo, al mejor estilo de las actuales relaciones a distancia que solemos tener al hablar por Messenger o comunicarnos por Facebook. La historia termina como empieza, Travis sigue en la búsqueda de sí mismo por un camino que tal vez no tenga fin...

Lo más ilustrativo de este recorrido es retomar los pasos que alguna vez se hicieron y dejaron atrás con el ánimo de ser más móviles por el mundo, dándole crédito a las nuevas plataformas virtuales que reducen exponencialmente distancias permitiendo estar en cualquier lugar con solo un clic. Ese estar allí no es más que un creer estar y, aún más, una ilusión del lugar, así nuestro recorrido por Google Earth tenga visita guiada o presente detalles en alta definición que en el recorrido físico nunca se puedan apreciar. En últimas, ¿qué es lo que se pretende apreciar, tal vez las pequeñas cosas que hacen del recorrido diferente de los otros que se repiten una y otra vez en nuestra vida cotidiana? “El mundo de la supermodernidad no tiene las medidas exactas de aquel en el cual creemos vivir, pues vivimos en un mundo que no hemos aprendido a mirar todavía. Tenemos que aprender de nuevo a pensar el espacio” (Augé, 2005: 42). Hay que cuestionarse las nuevas formas propuestas de hacer turismo virtual y pensar ¿qué veo? ¿Qué no veo? ¿Cómo

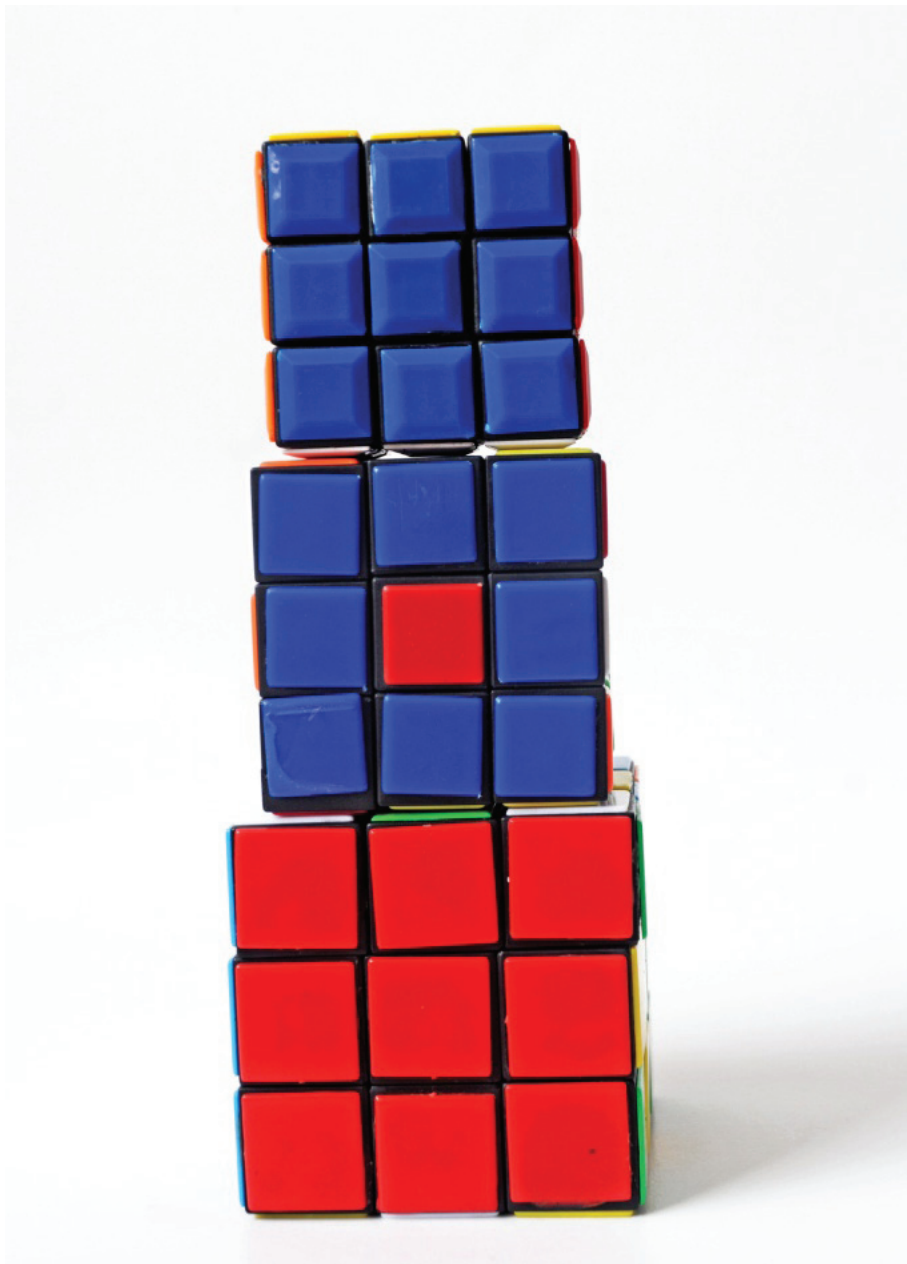
me muestran lo que veo? ¿Qué me dice ese espacio? ¿Qué papel juego en las formas de recorrer el espacio virtual y cómo se diferencia de otros recorridos?

En Paris, je t'aime (2006), el último cortometraje de la película, 14^e Arrondissement, dirigido por Alexander Payne, cuenta la historia de una mujer que realizó el viaje que había esperado toda su vida; ella relata que prefirió hacerlo sola porque simplemente prefería caminar por la ciudad. Su historia podría ser otra de las claves que estamos buscando para pensar los nuevos y cada vez más explotados caminos a través del turismo virtual y, para experimentar esas sensaciones perdidas que se encuentran en los viajes simples por una calle cualquiera, que reivindican esas formas algo extraviadas de una práctica extrañamente cotidiana. Una de esas claves podría ser lo que concluye la protagonista:

[...] encontré un lindo parquecito, me senté en el banco y comí un sándwich que compré, estaba muy bueno, y entonces algo pasó, algo difícil de describir [la escena se reproduce entre niños que juegan en el Trocadero, personas sentadas en el pasto y ancianos hablando en otras sillas] [...] sentada allí, estando sola en un país extranjero, lejos de mi trabajo y de toda la gente que conozco, un sentimiento vino a mí, era como si recordara algo que nunca conocí y había esperado siempre, pero no sabía qué. Quizá era algo que había olvidado, o algo que me ha faltado toda la vida. Sólo puedo decirles que sentí al mismo tiempo alegría y tristeza; pero no demasiada tristeza. Porque me sentí viva. Sí, viva. Ese fue el momento en que comencé a amar a París, y el momento en que sentí que París me amaba también...

BIBLIOGRAFÍA

- Augé, M. (2003). *El tiempo en ruinas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- _____ (2005). *Los no lugares*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Delgado, M. (2002). *Disoluciones urbanas*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Martín Barbero, J. & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Saborit, P. (2006). *Vidas adosadas*. Barcelona: Editorial Anagrama.



*It's not easy to be me: las angustias del
Supermán contemporáneo*

It's not easy to be me: las angustias del Supermán contemporáneo

DAVID DÍEZ-GÓMEZ*

La capacidad de ser sujetos reflexivos con relativa independencia de los preceptos tradicionales de la Iglesia, la escuela y la familia, entre otras instituciones en decadencia, hoy se vuelve una carga incluso para Supermán. Si bien en las películas de los años setenta este héroe salvaba la vida de su amor idílico, liberaba al mundo del temor a la maldad y la extinción, en series actuales como *Smallville* vemos a un superhéroe frágil, que diariamente se pregunta, desolado, de dónde viene. ¿Cómo analizarlo? Una opción es comparar algunas canciones de las bandas sonoras de las películas de los años setenta con otras de la serie actual: “*I’m only a man in a funny red sheet... even heroes have the right to bleed*” (sólo soy un hombre en una chistosa sábana roja... incluso los heroes tienen derecho a sangrar). También, si se contrastan escenas de ambas producciones, como cuando Supermán devuelve el tiempo para salvar a Luisa, el parangón en *Smallville* es mucho más impredecible y frustrante: si se salva uno muere el otro. ¿Ya no podemos salvarnos juntos? Quizá la ficción resulte más verosímil que la surrealista contemporaneidad, como escenario para vislumbrar posibles situaciones futuras del sujeto. ¿Mejores o peores? Seguramente diferentes.

El eterno retorno: de nuevo en el sillón

Tal vez Nietzsche tenía razón. Todo se repite. Quizás de otro modo. Como los decimonónicos etnólogos de sillón, un joven antropólogo

* Antropólogo y Magíster en Estudios de Género de la Universidad Nacional de Colombia.

se sienta en un escritorio a leer acerca del otro. Pero la situación actual es diferente —y desigual— en varios sentidos. El joven se encuentra en la oficina de una ONG, frente a su PC. Mayor tecnología: se escriben fácilmente las *field notes*. *Enter, backspace, enter*. Pero se vive en el “Tercer Mundo”, carente de un vínculo laboral estable con una universidad, precariamente reemplazado por un contrato anual para realizar una enajenante labor “innovadora”: usar recursos de caridad transnacional para “resocializar” a cierta población (auto) discriminada. Sin embargo, el joven antropólogo no quiere hablar de eso.

Al menos queda la resistencia. Nada tiene que ver este artículo con el contrato firmado. El fordismo posmoderno también tiene sus baches. Mi jefe tardará otras dos horas. Algo alcanzaré a escribir. Luego continuaré en casa. Ansiedad, rabia e impotencia. Hay de donde escoger: la presión psicológica del desempleo que excluye a los desocupados y vuelve dóciles a los ocupados. Más otra variable: la fragilidad de los vínculos amorosos. Todo eso está ahí adentro, en el *yo*. (Aquí, al menos, me referiré a lo segundo). Entonces aparece un escape, justo en frente. Abro Internet —por suerte aún no me prohíben ingresar a la web en horas laborales—; hay que conectarse rápido y constantemente con mucha gente. Ahí, en la pantalla, infinidad de textos, imágenes y videos juegan un papel similar al del relato que el explorador narraba al etnólogo de sillón.

Escojo entrar a Youtube. Claro, es la sociedad de la imagen. Ingreso y busco un video. ¿Cuál? ¿Sobre quiénes? Otros, por supuesto. Pero ahora, quizás no sean indígenas. No me interesan los haida del nordeste americano. Quiero sentir que otro siente lo que siente este yo: ansiedad, rabia e impotencia. Entonces pienso en Supermán. Hace un tiempo me intriga. ¿Han comparado la imagen setentera de este héroe con el Clark Kent de la actual serie Smallville? Bueno, eso pretendo: poner un toque de asombro antropológico a este asunto. Las bandas sonoras han cambiado. ¿Cuáles canciones escuchar? ¿Cómo buscar? El filtro del recuerdo. Una canción merodea en mi cabeza: “It’s not easy to be me”. ¡Vaya frase! En algún capítulo de Smallville la escuché. Pero quiero encontrarla en Internet de nuevo, recodificada seguramente. Y

lo consigo: una visita incorpórea al “campo”. Qué maravilla es Youtube. Aparece un video hecho por un brasileño, alias *M@r!o*. Según observo, este personaje intentó hacer un diálogo denotativo entre imágenes y frases de la canción, incluyendo subtítulos en portugués.

Antes de seguir decido viajar, casi instantáneamente, al pasado. Entonces tecleo “Superman 1978”. Y aparece una joya (me atrevo a adjetivar, ¿acaso hay algún antropólogo que siga creyendo en la objetividad? Yo no. Subo los hombros y olvido la retórica)... un video asociado a la canción *Can you read my mind?* (¿Puedes leer mi mente?) Demos un vistazo.

Supermán ya no soporta volar

La canción de Maureen McGovern inicia, aparecen imágenes de Supermán con traje azul y calzoncillos rojos, aterrizando en el balcón de un apartamento de corte neoyorquino. Allí lo espera Luisa Lane, su amada periodista, con un traje azul celeste. Mirando fija y tiernamente a Supermán; Luisa se deja llevar en los brazos del héroe, para recorrer juntos las nubes citadinas... Mientras tanto, ella entona la canción:

Can you read my mind?

¿Puedes leer mi mente?

Do you know what it is you do to me?

¿Sabes qué es lo que me haces?

Don't know who you are

No sé quien eres

Just a friend from another star.

Sólo un amigo de otra estrella.

Here I am, like a kid at the school

Heme aquí, como un niño en la escuela

Holding hands with a god or a fool

Tomándome de las manos con un dios o un tonto

Will you look at me, quivering,

Me mirarías, estremeciéndote,

Like a little girl, shivering,
Como una pequeña niña, temblando,
You can see right through me.
Puedes ver a través de mí.

Can you read my mind?
¿Puedes leer mi mente?
Can you picture the things I'm thinking of?
¿Puedes imaginarte las cosas en las que estoy pensando?
Wondering why you are
Preguntando por qué eres
All the wonderful things you are.
Todos las cosas maravillosas que eres.

You can fly - You belong to the sky
Tú puedes volar - Pertenece al cielo
You and I could belong to each other.
Tú y yo podríamos pertenecer el uno al otro.
If you need a friend,
Si necesitas un amigo,
I'm the one to fly too
Podría yo también llegar a volar
If you need (to be loved)
Si tú necesitas (ser amado)

You and I could belong to each other (Tú y yo podríamos pertenecer el uno al otro). Pertenecer y coincidir el uno con el otro, ella como simple humana, temblando de admiración, y él como un ser dotado de poderes más allá de lo humano, con rasgos fuertes y apariencia firme. Ella está dispuesta a amarlo, si él lo necesita, no importa cuán distintos —y desiguales— sean los dos. Amar a un hombre que es Dios, o que está loco al pretender serlo: *Holding hands with a god or a fool* (Tomándome de las manos con dios o con un tonto). Amar a un hombre que pertenece

al cielo, sintiéndose ella como una joven colegiala, preguntándose si aquel superhombre puede leer sus pensamientos.

Todo parece ajeno al Smallville actual. Provoca sonrisas. Parece que las cosas han cambiado. Las letras e imágenes que vienen con la segunda canción —escrita por David Gray— no muestran a un superhéroe fuerte y seguro, ni a su temblorosa amada esperando cálidamente que él la lleve en sus brazos. Esta vez, ella no se pregunta si él puede leer sus pensamientos. Al contrario, vemos a un superhéroe que pide auxilio y comprensión por parte de su amada. Ahora la voz de la canción no es femenina. Escuchamos en cambio la voz de un hombre, de un superhéroe que, literalmente no soporta volar, que no quiere ser comparado con un ave ni con un avión, que anhela ser valorado por algo más que por su lindo rostro y por su fuerza física:

I can't stand to fly

No soporto volar

I'm not that naïve

No soy tan ingenuo

I'm just out to find

Estoy a punto de averiguar

The better part of me

La mayor parte de mí mismo

I'm more than a bird. I'm more than a plane

Soy más que un ave. Yo soy más que un avión

More than some pretty face beside a train

Más que una cara bonita al lado de un tren

It's not easy to be me

No es fácil ser yo

I wish that I could cry

Yo quisiera poder llorar

Fall upon my knees

Postrarme de rodillas

Find a way to lie

Buscar una manera de mentir

'bout a home I'll never see

Sobre una casa que nunca veré

It may sound absurd... but don't be naïv

Puede sonar absurdo... pero no ingenuo

Even heroes have the right to bleed

Incluso los héroes tienen derecho a sangrar

I may be disturbed... but won't you concede

Puedo estar perturbado... pero tú no cederás

Even heroes have the right to dream

Incluso los héroes tienen derecho a soñar

It's not easy to be me

No es fácil ser yo

Up, up and away... away from me

Arriba, arriba y lejos... lejos de mí

Well it's all right... You can all sleep sound tonight

Está bien... Todos ustedes pueden dormir bien hoy

I'm not crazy... or anything...

Yo no estoy loco... ni nada por el estilo

I can't stand to fly

No puedo soportar volar

I'm not that naïve

No soy tan ingenuo

Men weren't meant to ride

Los hombres no estaban destinados a manejar

With clouds between their knees

Con nubes entre sus rodillas

I'm only a man in a funny red sheet

Soy sólo un hombre en unos chistosos calzoncillos rojos

Looking for special things inside of me

Buscando cosas especiales dentro de mí

I'm only a man looking for a dream

Soy sólo un hombre buscando un sueño

It's not easy to be me...

No es fácil ser yo...

En este segundo video, cada una de las frases aparece acompañada de imágenes denotativas: junto a *I can't stand to fly* (No puedo soportar volar) vemos al Clark Kent de Smallville, un hombre mucho más joven que el de la película de 1978, tapándose los oídos ante una explosión, mirando a su padre y a Lana en distintos escenarios, pero en todos con un gesto de angustia que connota desesperación y búsqueda de comprensión.

Más adelante, el cantante grita *Up, up and away from me* (Arriba, arriba y lejos... lejos de mí), aludiendo al vuelo como distancia de sí mismo, totalmente opuesto al significado que Luisa Lane asignaba en la primera canción al cielo como origen de su amado (*You belong to the sky* [Tú perteneces al cielo]). En adición, aparece una referencia al carácter antinatural del vuelo de un hombre en la frase: *Men weren't meant to ride with clouds between their knees* (Los hombres no fueron hechos para correr con las nubes entre las rodillas). Así, el elemento aventurero en el primer video, la imagen de Superman y Luisa Lane volando en el cielo, se desdibujan al punto de desfallecer.

De hecho, en este segundo video, Clark sólo aparece con su amada mientras tiene ambos pies sobre la tierra, sin usar poder alguno, con un gesto de angustia que acompaña con un abrazo. Mientras tanto suena de fondo la frase: *It's not easy to be me* (No es fácil ser yo). La canción también alude a las ansias que tiene Superman por conocer su lugar de origen, o al menos de encontrar una manera de mentir sobre él: *Find a way to lie 'bout a home I'll never see* (Buscar una manera de mentir sobre un hogar que nunca veré). Clark quisiera saber realmente de dónde viene, o al menos contar con un relato de origen, una raíz, una esencia para narrarse.

Vemos entonces en el video la imagen de este joven héroe mirando hacia el cielo a través de su telescopio, escena que aparece con bastante frecuencia en la serie Smallville. Tras la pregunta ¿de dónde vengo?, subyace ¿quién soy? Hoy, las categorías identitarias que permitían a los individuos adscribirse a grupos delimitados por territorios y creencias particulares, sucumben ante la explosión globalizada de la diferencia (Augé, 1995). Ésta disloca los roles otrora estáticos, al punto de llevar a un superhéroe a pedir auxilio ante el sentimiento del desarraigo. Frente a estas carencias y ansiedades, el mismo Clark reconoce que puede parecer absurdo, pero también se defiende al señalar que los héroes tienen derecho a sentirse humanos, a sangrar (*Even heroes have the right to bleed*). Y así aparece en una escena, sangrando tras recibir un disparo, esta vez sin la protección de sus “chistosos calzoncillos rojos” (*funny red sheet*).

Por otro lado, una imagen particularmente sugestiva acompaña la frase *I'm just out to find the better part of me* (Estoy a punto de descubrir la mejor parte de mí). Clark se encuentra en una cueva; su ser aparece física y emocionalmente escindido, luchando contra sí. Perfecta referencia a la reflexividad encumbrada por la modernidad, a ese “volverse sobre sí” potenciado por el uso de la razón, en oposición a la construcción de sentido individual a partir de los metarrelatos teocéntricos. En esta escena, uno de los dos “yos” de Clark se observa desnudo, mientras que el otro aparece portando una camisa negra. Nuestro superhéroe se debate entre lo claro y lo oscuro, ¿entre el bien y el mal?, No a la manera complementaria y tranquila del *ying* y el *yang*, pues se trata más bien de una procesión interna, de un grito de auxilio lanzado desde y contra sí mismo.

Ante tal maraña de emociones, nuestro héroe quisiera llorar, pero no lo logra: *I wish that I could cry* (quisiera poder llorar). Por la imposibilidad de hacerlo, Clark aparece de rodillas (*Fall upon my knees* [Postrado de rodillas]), cansado de sí mismo y, de nuevo, con la frase de fondo: *It's not easy to be me* (No es fácil ser yo). Entonces vemos dos últimas escenas. En la primera, Clark caminando en medio de un estadio gigantesco, pero vacío. En la segunda, Clark en medio de un

paisaje lleno de nieve, frío y solitario. Dos frases aparecen vinculadas con ambos escenarios: *Looking for special things inside of me... It's not easy to be me* (Buscando cosas especiales dentro de mí... No es fácil ser yo).

Youtube y el espectáculo del yo solitario

Supermán en un escenario dispuesto para la multitud (el estadio), pero solitario. *Looking for special things inside of me* (Buscando cosas especiales dentro de mí). Hay un vínculo extraño entre este juego de imágenes y la lógica de Youtube¹. Ese espacio virtual permite que cualquier persona con acceso a Internet pueda ingresar no sólo para observar las producciones audiovisuales de otros, sino también para “subir” creaciones propias. A diferencia del espectáculo pre-virtual, donde el artista se encontraba en la tarima frente a espectadores que observaban pasivamente “lo especial del otro”, Youtube nos ofrece un escenario bidireccional donde el rol de productor y espectador puede intercambiarse de manera constante.

Así, por ejemplo *M@r!o*, comparte un video que, aunque incorpore imágenes y música previamente elaboradas, es reeditado según su punto de vista particular, de acuerdo con los rasgos “especiales” que lo constituyen como un sujeto “único”. Además, el espacio de Youtube contiene una sección que permite a observadores y productores de videos ingresar sus comentarios...

Esta tecnología abre la posibilidad de interacción entre personas de todo el mundo. Sin embargo, a la manera del estadio vacío, el *Yo* de *M@r!o* sigue siendo un enigma. Por supuesto, bien señaló Freud que todo *Yo* siempre es un misterio para los otros y para sí. Pero la paradoja reside en cómo cada vez es más fácil y rápida la interacción —virtual— social al tiempo que estamos solos. Como lo estuve yo al momento de buscar en la oficina una interacción cercana tras sentir distante y enajenante el escenario físico más próximo: la oficina, la casa, el barrio. ¿Este espectáculo del yo solitario es mejor o peor que la imagen del yo acompañado —y “orientado” — por los otros (Fami-

¹ Bañuelos, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/Jacob.pdf>.

lia, Iglesia, Estado, partido político) en las sociedades en tránsito a la posmodernidad? Seguramente, al menos diferente.

It's not easy to be me (No es fácil ser yo). Dificultad recurrente en el escenario actual que encuentra espacios para ser narrada, a pesar de la incorporeidad y desterritorialidad de las relaciones. Así, el espacio de *M@r!o* había sido observado 255.958 veces desde su publicación (25 de abril de 2007), hasta la fecha actual (20 de enero de 2010). Valga señalar el contraste con el video de la canción *Can you read my mind?* (¿Puedes leer mi mente?), que para la misma fecha contaba con apenas 1.301 visitas. Asimismo, mientras que el video de *M@r!o* contenía 139 comentarios, en el otro no existía ninguno. Este silencio evidencia la inclinación a la virtualidad por parte de las generaciones recientes, aquellas más cercanas a la imagen del Clark Kent de Smallville.

No obstante, es claro que el carácter asistemático de esta reflexión no permite hablar en nombre de uno u otro espíritu generacional. Empero, podemos suponer que los discursos aquí analizados no constituyen simplemente emisiones desde centros localizados y privilegiados de producción discursiva (como suele darse en el caso de las emisiones televisivas y radiales de amplia difusión). No se trata de productos que nombren y difundan estéticas estrictamente hegemónicas (Buttler, 2002). Hemos señalado cómo Youtube es un espacio con acceso relativamente democratizado, que permite cierta pluralidad de discursos producidos por sujetos que reciben pero también re-editan y circulan información.

Entre los comentarios más recientes del video de *M@r!o*, dos llamaron mi atención por su contraste y contenido:

This song reveals to us what we really are. It opens our eyes to the dependency in all of us. Beautiful. Just beautiful. (BonafiedJesusFreak) [Esta canción nos revela lo que realmente somos. Nos abre los ojos a la dependencia entre todos nosotros. Hermoso. Simplemente hermoso].

I reallyreally try to take the song seriously, but, all I can think of him... it's a depressive superhero: P (Silkifyx) [Realmente intento, intento tomarme esta canción en serio, pero, todo lo que puedo pensar de él... es que es un superhéroe depresivo].

Para *BonafiedJesusFreak*, el video alude a una dependencia entre seres humanos que a ella (¿o a él o a qué?) le parece hermosa. En cambio, *Silkifyx* comenta que no pudo asumir la canción “seriamente” y que en el video sólo encuentra la figura de un superhéroe depresivo. ¿Qué tienen en común ambas opiniones? Creo que evidencian las proyecciones internas del yo contemporáneo, como en la imagen de Clark peleando contra sí mismo. La tensión entre dependencia y libertad que plantea lo que llamo la “ampliación crítica de la individualización”, aparece no sólo en estos dos comentarios; podría decirse que atraviesa la experiencia del sujeto contemporáneo.

De rodillas tras la muerte de Nietzsche

La capacidad de ser *Yo*, de ser sujetos reflexivos con relativa independencia de los preceptos tradicionales de las instituciones, fue una victoria de la modernidad. Como bien lo señaló Nietzsche (1972: 58), con su particular estilo:

Mi yo me ha enseñado un nuevo orgullo, y yo se lo enseñé a los hombres: ¡a dejar de esconder la cabeza en la arena de las cosas celestes, y a llevarla libremente, una cabeza terrena, la cual crea el sentido de la tierra! Una nueva voluntad enseñó yo a los hombres: ¡querer ese camino que el hombre ha recorrido a ciegas, y llamarlo bueno y no volver a salirse a hurtadillas de él como hacen los enfermos y moribundos! Enfermos y moribundos eran los que despreciaron el cuerpo y la tierra y los que inventaron las cosas celestes y las gotas de sangre redentora: ¡pero incluso estos dulces y sombríos venenos los tomaron del cuerpo y de la tierra!

Y así continúa Nietzsche, narrando la muerte de Dios e impulsando con Zarathustra el nacimiento del nuevo hombre, del superhombre (*Supermán*). Pero, ¿qué pasó tras la muerte de Nietzsche? La sangre redentora que él despreció aparece en el llamado de nuestro Supermán contemporáneo, quien reclama su derecho a sangrar y desea a gritos

caer de rodillas, ya no ante Dios sino ante sí mismo. ¿Por qué se tornó tan doloroso, tan complicado ser yo? Varios han lanzado algunas hipótesis que simplemente aquí reedito y rotulo con otras palabras: “ampliación crítica de la individualización”. Giddens, Bauman, Beck, muchos coinciden en que la promesa del yo moderno recién comenzó a cumplirse y, parcialmente para aquellos que no eran hombres, ni blancos, ni heterosexuales, ni burgueses, ni europeos, ni urbanos...

En el escenario moderno, en los albores de la década de 1970, aparece una mujer que admira a un superhombre y cae en sus brazos: Luisa Lane. Seguramente esa imagen causaría náuseas a las mujeres feministas que exigían igualdad de derechos en esa misma década. Recién se ha ampliado la posibilidad de ser vistas como sujetos reflexivos, en parte con el mayor acceso de las mujeres —y de otras poblaciones excluidas— al sistema educativo, entre otros factores. ¿Acaso no debería quedar todo el mundo contento? Aún no, es un proceso *crítico*, es decir, se desarrolla como una crisis: lo viejo no ha terminado de morir ni lo nuevo ha terminado de nacer.

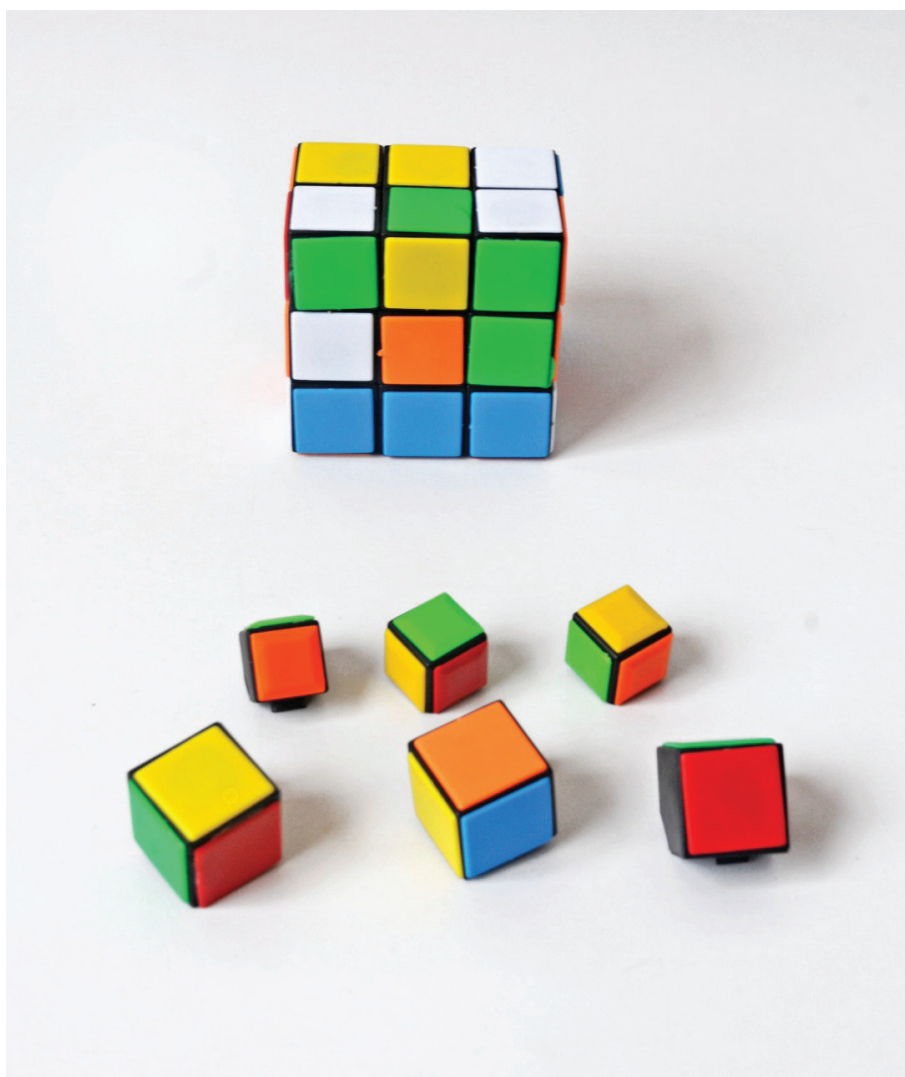
Cada *face-to-face*, cada *chat-to-chat* entre hombres con mujeres u otros hombres, de sujetos con sujetos, resulta más complejo cuando ambos tienen opciones abiertas. Ya nada está escrito, o al menos no todo. Entonces se abre la negociación y con frecuencia se falla. Supermán y Luisa Lane permanecían en perfecto balance mientras él fuera un superhéroe. Ahora, en cambio, Clark comparte su amor con Lana siempre y cuando él renuncie a sus poderes. Mientras ambos sean humanos, las cosas medianamente funcionan. Pero si intentan acercarse al superhombre de Nietzsche, a la libertad de la individualización, del “volverse sobre sí” para ser reflexivos, todo se acerca al limbo.

Siempre ávidos de la seguridad de la unión... desesperados por «relacionarse». Sin embargo, desconfían todo el tiempo del «estar relacionados... para siempre», porque temen limitar severamente la libertad que necesitan... para relacionarse... En nuestro mundo de rampante «individualización», las relaciones son una bendición a medias (Bauman, 2003).

Ya no se trata del vínculo “estable” y desigual de la mujer-prisionera y resignada a permanecer con el hombre libre y superior. Ahora hay dos sujetos reflexivos, ambos dispuestos a pedir y no siempre a ceder. ¿Caer dentro de sí o saltar al abismo del otro? Con razón Supermán ahora teme volar.

BIBLIOGRAFÍA

- Augé, M. (1995). *Hacia una Antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa.
- Bañuelos, J. Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo. En Razón y Palabra. Recuperado el 15 de marzo de 2010, en <http://www.razonypalabra.org.mx>.
- Bauman, Z. (2003). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos amorosos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Buttler, J. (2002). Críticamente subversiva. En Mérida, R. (ed.). *Sexualidades transgresoras. Una antología de estudios queer*. Barcelona: Icaria.
- Nietzsche, F. (1972). *Así habló Zaratustra*. Madrid: Alianza Editorial.



**YouTube: instantáneas en circulación
de modernidades desbordadas**

YouTube: instantáneas en circulación de modernidades desbordadas

JAVIER DE LA CUADRA*

Los contenidos, la estructura narrativa y la estética del lenguaje audiovisual dejaron de ser propiedad exclusiva de los medios de masas y los realizadores “profesionales”, cuyos productos se dirigían a un espectador sin control sobre el contenido y la disponibilidad temporal de lo que se podía ver. Ahora la relación es inversa y las formas de hacer se desdibujan sin control, en igualdad de condiciones; el espectador no sólo domina la temporalidad del contenido sino que deja de ser espectador para ser productor, y todos y cada uno son productores y receptores al mismo tiempo en un espacio virtual infinito en apariencia. El recurso narrativo más a la mano está de momento definido por el lenguaje audiovisual: la disponibilidad y la oferta tecnológica otorgan al mundo la posibilidad de comunicarse en video y de dirigirse al resto, por diferente que sea. La intimidad se emancipa con o sin voluntad. Se redefine la “propiedad” y los derechos de exhibición, todos pueden reeditar el contenido las veces que sea y aparece una comunidad anónima global que se mantiene en contacto pasando por encima de las normas establecidas, las cuales tratan de mediar la masa virtual que domina y no cede ante las normas. YouTube y las relaciones de producción audiovisual globales, el control (des-control) del tiempo y la redefinición de contenidos y formas de hacer. Quién dice qué y para quién y de qué forma se hace. El trabajo está basado en YouTube pero sugiere su descendiente subversivo: YouPorn.

* Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

De la espesa diversidad de plataformas que residen en los servidores web, sólo algunas logran atrapar en sus pegajosas redes una masa virtual que se reproduce celularmente y toma el control del propio sistema reinventando las reglas a su antojo y conveniencia. Las relaciones de poder de esos cibermundos se intercambian en favor de la masa subversiva que no acepta condiciones formales y se revela legitimando salidas ilegales en un mundo donde la legalidad se derrite.

Una de esas sólidas plataformas anfitrionas de liquidez se atrevió a cuestionar las viejas instituciones y formas de transmisión y distribución de imágenes y sonidos. Se trata de un nuevo sistema audiovisual con un poder soberbio de llevar la mera circulación de videos a planos políticos y culturales globales, que se emancipa y se entromete en el imperio de los *mass media*. YouTube, un servidor que almacena y comparte casi abiertamente material audiovisual, en menos de tres años se ha convertido en un sistema de comunicación virtual que, tras bambalinas, está reestructurando culturas, redefiniendo las pautas normativas y morales de la comunicación, y, sobre todo, cuestionando el poder de los medios de masas y su control sobre el tiempo y el contenido. Pareciera que las masas sociales de la modernidad líquida se abrieran por sí mismas espacios que llenaran sus vacíos complejos y desesperantemente banales.

YouTube no fue el primer servidor dedicado a la comunicación audiovisual; primero existió Google videos¹, e incluso antes, y como es habitual, la industria del porno fue la primera en tomarse el espacio virtual para la distribución de videos cortos o *previews* como publicidad de films largos. Sin embargo, la *massa* virtual decidió que YouTube sería el portal exclusivo para la implementación de un nuevo sistema de comunicación audiovisual recíproca. Su plataforma fue creada con el fin de conformar una “comunidad”; un espacio en el que todos los cibernautas no sólo vieran, sino que además comentaran y colocaran videos. Casi de repente, tras su aparición, miles de millones interactuaban con la página y entre sí. El poder de convocatoria del portal consiste precisamente en su oferta de interacción y manipulación de

¹ Google compró a YouTube.

los contenidos por parte de los usuarios que pasan de ser meros espectadores pasivos para convertirse en productores y críticos; se logra así una retroalimentación constante, una comunicación audiovisual permanente, recíproca y atemporal.

Vidas a contratiempo

El tiempo real nunca vuelve, se desfigura en el espacio y se renueva cíclicamente. Para controlar los procesos sociales, el tiempo fue solidificado y socializado. La libertad del hacer tuvo que condicionarse a los horarios: entradas y salidas, principios y fines, veranos y matrimonios, la novela de las ocho y el noticiero de las siete de la noche. Pero la realidad es que el tiempo nunca logró solidificarse del todo, y ahora se derrama entre los ríos de la individualidad amenazando con desbordar un caos temporal; su uso y su percepción se deforman. En ese camino aparece nuestro invitado ocasional: YouTube.

La liquidez de la modernidad definida por Bauman es tal vez la conceptualización más precisa del nuevo mundo deformado del que hace parte YouTube, y es necesariamente la perspectiva desde donde lo desnudamos.

Ahora estamos pasando de la fase “sólida” de la modernidad a la “fluida”. Y los fluidos se llaman así porque no pueden conservar su forma por mucho tiempo y, a menos de que se les vierta en un contenedor ceñido, siguen cambiando la influencia de incluso la menor de las fuerzas. En un escenario fluido no hay forma de saber si se producirá una inundación o una sequía, es mejor estar preparados para ambas eventualidades (Bauman, 2005: 111).

La televisión ajusta, acomoda los contenidos de acuerdo con los tiempos de los televidentes; busca espacios sociales de audiencias, se entromete en el uso del tiempo individual y arregla la programación de tal manera que al llegar a casa sólo se puede ver lo que coincide con los horarios socialmente relacionados con ciertos roles frecuentes como marido laborioso, ama de casa o adolescente. Al final, en el proceso de

liquidez desparramada en que vivimos, la televisión no llena lo suficiente las ansias y el desespero vital que soportan las relaciones humanas; se estanca en un tiempo sólido basado en horarios. A la par, el mundo real urge de entretenimiento banal para llenar sus vacíos, sus miedos y sus soledades basadas en conexiones indecisas. A pesar de la onerosa oferta televisiva y de canales que hacen del *zapping* una de las actividades más solemnes del desespero humano, la programación simplemente ya no se ajusta a las necesidades de la sociedad líquida. Sociedad que no espera pues define sus propios rumbos siguiendo medidas desesperadas y, en forma de masa virtual aparentemente anónima, desfoga sus deseos de controlar las temporalidades audiovisuales y comunicativas.

En medio del desierto tecnológico, la masa sublevada se tropezó con YouTube y se apoderó del portal como si lo hubiese pedido a gritos sedientos; apenas descubierto lo saturaron a una velocidad que supera el tiempo real, supera la instantaneidad porque se multiplica por la cantidad de cibernautas que simultáneamente hacen uso del sistema. En menos de un año ya había cientos de millones de videos retroalimentándose unos con otros, sin límites de uso del espacio y del tiempo.

En YouTube la líquida sociedad deseosa de placebo dispone de una plataforma omnipresente que cuenta con una oferta audiovisual infinita, sin programaciones, que satisface la adicción al entretenimiento banal y se abriga en estos nerviosos y angustiantes tiempos. Si bien algún día la televisión tuvo el poder de ser el principal educador y formador de masas, ahora debe sentarse a ver cómo pierde el control y le cede el turno a un nuevo sistema de comunicación que subsana el vacío temporal de las sociedades líquidas. YouTube está a disposición de cualquiera en cualquier lugar: hogares, oficinas, colegios, universidades; es portátil, está a la mano.

El tiempo real ha sido en apariencia el clímax de la transmisión de contenidos y de la comunicación moderna, pero ha sido superado por el tiempo virtual que es la suma de cientos de miles de tiempos reales. Es una temporalidad marcada por la sobreoferta de contenidos y comunicaciones que superan las posibilidades humanas de moverse en

el tiempo. En una sola ventana de Messenger se pueden tener abiertas fácilmente veinte conversaciones, superando las capacidades de los receptores de mantener una comunicación en tiempo real; va más rápido que el usuario. En YouTube ocurre igual: simultáneamente, cientos de miles de personas en el mundo suben videos, los comentan o los modifican; la plataforma no permanece nunca igual, muta eternamente y más rápido que el tiempo real.

Subiendo las persianas

El alcance social de este sistema de conexión virtual es precisamente el hecho de ser recíproco. En la televisión es un absurdo pensar que hay una relación comunicativa como tal; en este paradójico medio de comunicación no se escucha sino que se absorbe información del televidente. YouTube coincide con una nueva forma de manifestación de las masas virtuales que supera la vieja relación emisor-espectador y que anunció la redefinición de los *mass media*: la expresión *upload*. Basta un clic para subir información a un servidor y para que pueda ser vista por quien quiera o se la encuentre. La posibilidad de cargar información en servidores virtuales renegocia las relaciones de poder en el control de contenidos y hace visible la masa virtual anónima, sus intereses, sus gustos, sus perversiones, sus historias y opiniones. Este mecanismo de vínculo socio-virtual abrió las persianas de las ventanas de los anónimos deseosos de hacer circular su existencia; de transmitir o retransmitir algo, lo que fuera. Lo importante era mostrarse y sentarse a esperar comentarios, interactuar con otros y conformar una comunidad basada en relaciones banales. Como diría Bauman una “comunidad de guardarropa”:

Los espectáculos como ocasión de existencia de una comunidad de guardarropa, no fusionan los intereses individuales en un “interés grupal”: esos intereses no adquieren una nueva posibilidad de agruparse, y la ilusión de situación compartida que proporciona el espectáculo no dura mucho más que la excitación provocada por la representación (Bauman, 2000: 211).

Pañitos de agua tibia

En YouTube se puede ver lo que pasa en otras culturas, nuevas músicas, artistas desconocidos, campañas políticas, maniobras que superan lo antes visto, cortometrajes, talentos innatos, educación y entretenimiento; miles de videos que recuentan el mundo y lo transmiten. El llamado a la democratización de la imagen y la opinión; una herramienta globalizadora. Sin embargo, si se hace una clasificación superflua, se puede lograr una separación entre las formas y los contenidos que evocan y conectan sensaciones humanas. Es decir, por una parte, YouTube como reproductor audiovisual de tendencias, modas y diversidad; el formativo e informativo. Por otra, el YouTube más visto, el que gira en torno a realidades y conexiones sensoriales que tocan las fibras de la vida humana y la sociedad misma.

YouTube se convirtió en el portal idóneo para el *upload* de videos cortos, de capturas o instantáneas que exalten las emociones; es un transporte universal de expresiones, conductas, fracasos, errores o situaciones que excitan algún tipo de sensación humana. Un sistema de circulación de hechos de la vida cotidiana que provocan reacciones sociales: esperanzas y desesperanzas, miedos e inseguridades; heroísmos y fracasos, estupideces y mucho más. Pero sólo se transmiten en forma de instantáneas: el momento preciso; la sociedad líquida ya no espera discursos, quiere desenlaces, estimular sensaciones como si fueran drogas para hacer llevadera la vida. Heath y Potter describen adecuadamente este sistema de relaciones basado en la contracultura:

El orden existe, pero a expensas de la infelicidad, la alineación y la neurosis generalizada. Por tanto, la solución está en recuperar nuestra capacidad de sentir placer espontáneo mediante por ejemplo, la perversidad múltiple, o el teatro alternativo, o el primitivismo moderno, o las drogas experimentales, o cualquier otra cosa que nos ponga las pilas (2004: 19).

Videos, sonidos, sentimientos compartidos en YouTube navegando en el ciber-océano de las pasiones. No es información lo que más se

transmite, son pasiones, sensaciones que llenan los vasos vacíos del sistema circulatorio de los cuerpos líquidos. La televisión transmite novelas, noticieros, informativos o documentales; YouTube también, pero no son populares, son transmisiones secundarias que, incluso, llegaron más tarde, cuando el portal ya era popular. Realmente su valor reside en instantáneas capturadas que alteren los sentidos, que conmuevan y que puedan ser grabados en la memoria sensorial gracias a la facilidad que tienen los sonidos y las imágenes de ser alteradas y recordadas.

Para disipar un poco la tensión social y la angustia, una buena dosis de risa o porno pueden ser suficientes. La esperanza, ese eterno resplandor del fracaso humano, puede ser activada con un videoclip de fotografías de paisajes acompañado de un tema del bien recibido *new age* y algunas frases célebres. O, por qué no, acudir al aterrador pero morboso lodazal del miedo y la inseguridad humana buscando palabras como asesinato, suicidio, accidente fatal, fin del mundo, Apocalipsis, necropsia, golpiza o violación. También es posible recordar la vulnerabilidad de la especie ante la naturaleza y su propio progreso si se pasa un poco de saliva mientras se observa detenidamente cómo un león devora a un hombre mientras su familia mira la escena aterrada desde un auto; en el caso más insólito pero posible, se pueden reafirmar las creencias y rezarle a una advocación de la Virgen en Guadalajara.

En algún lugar de Inglaterra, Harry, de dos años, carga en sus piernas a su hermano Charlie de seis meses, al tiempo que su padre los graba en video. Harry juega a introducir su dedo en la boca de Charlie mientras ríe y le dice “Charlie bit me”. Al cabo de unos segundos el bebé aprieta más duro y... “Aush! That really hurt Charlie!, auuush!”, grita amenazando con llorar mientras el pequeño voraz ríe con cara de bebé malo. Cincuenta y seis segundos bastaron para que Charlie y Harry hayan sido vistos más de ciento cincuenta y ocho millones de veces, convirtiéndose en el video más visto en YouTube. Como era de imaginarse, los pequeños se han hecho mundialmente famosos y el video ha sido modificado y reinterpretado miles de veces.

Susan Boyle, también inglesa, participó en alguna reconocida convocatoria de talentos que se transmite por televisión. Una soltera de cuarenta y siete años, proveniente de un pequeño pueblo que, juzgada por su apariencia física y la edición del programa, parecía ofrecer suficientes motivos para ser víctima de las burlas de los jurados y el auditorio. Luego de algunas risas y preguntas, Susan canta majestuosamente *I Dreamed a Dream* del musical *Los Miserables* y deja a la multitud en silencio. En una semana, su actuación había sido vista más de veinte millones de veces.

La grabación del pequeño Charlie y su hermano Harry no es otra cosa que un evento de la cotidianidad que provoca risa. Una risa capturada, compartida y repetible, pues es posible reírse siempre al ver un video. Pero no son los niños los que han cautivado al mundo alrededor de sus risas. Es la satisfacción momentánea y banal de un vacío humano de la modernidad líquida: la angustia en búsqueda de felicidad real y duradera.

En el caso de Susan Boyle, no es ella en sí quien evoca lágrimas y regocijo; es la sensación de esperanza que provoca expresiones que conmueven los sentimientos encontrados de una sociedad en constante frustración por el alcance de sus metas. La representación de una vida anónima que se tropieza de repente con la fama, con la posibilidad de un futuro seguro y tranquilo. Hace dos años Paul Potts, otro cantante, logró un impacto similar en YouTube. No es la genialidad de Boyle o de Potts lo que conmueve a cientos de millones de personas en el mundo, sino la exaltación de las pasiones humanas que promueven esas experiencias en particular, en momentos de frustración y de futuros inciertos.

Hágalo en casa

La mayoría de estos videos son capturas caseras o aficionadas de la realidad convertidas en clips de pocos segundos. El uso de YouTube aceleró la importancia de un concepto clave que ha redefinido los sistemas de producción de contenidos y aún redefine, incluso, los estándares de realización audiovisual profesionales: la expresión inglesa, *amateur*.

Para que una escena capturada de la realidad sea creíble, tiene que demostrar su autenticidad, que no es una creación de la ciencia ficción, ni producto de un montaje. Debe ser una grabación *amateur*, es decir: no profesional. La expresión ha sido popularizada y aceptada para referirse a las realizaciones audiovisuales carentes de circunstancias, escenarios y actores profesionales. Es la emancipación estética de la vida real, son cuerpos reales que narran su propia vida cotidiana que resulta ser más trasgresora y asombrosa que la ficción. En lo *amateur* está la materia prima de la realidad; la ficción, aunque parezca coherente, se asume como irreal. Cuando se muestran escenas reales, ellas superan el entretenimiento y estiran las fibras humanas más arraigadas. El cine *gore* es crudo; es el recreado *show* de la muerte, da asco que impresiona y al final provoca algunas risas, pero cuando se ve una mutilación, un desmembramiento real, algo que le ocurrió a alguien, la sensación pasa del asco controlado al terror, al miedo intestinal. Lo mismo ocurre con cientos de escenas que no necesariamente rayan en experiencias extremas de la vida humana. Algo tan frecuente como dos bebés riendo es muy natural; en lo que se sabe, los bebés no son actores.

El incremento de las realizaciones y difusiones *amateur* es un resultado de la popularidad de YouTube como portal de comunicación sensorial. Las imágenes reales han demostrado tener más eficiencia que las imágenes preparadas y actuadas, así estas últimas sean producto de un guión que extrapole la realidad. El siguiente paso a la circulación de escenas reales ha sido la producción de situaciones ficticias grabadas con el uso de estéticas *amateur*; es decir, el montaje de situaciones que parecieran reales por sus características estéticas pero que son un producto de la realización comercial o intencional.

Surge un nuevo problema de la comunicación audiovisual masificado en YouTube: La mentira basada en la realidad reinventada y distribuida como un hecho de la vida real. La estética *amateur* interviene las imágenes y las hace verosímiles en un mundo aferrado al “ver para creer” como principio de autenticidad de la realidad. La tensión ficción-realidad de este nuevo juego implica que el espectador asume

que cualquier cosa es posible en un mundo repleto de situaciones *sui géneris* y mágicas. La masa virtual navega confundida en el ciberocéano, sin rumbo ni orientación, buscando llenar vacíos profundos en un mar sin fondo. Hay quienes aseguran que la actuación de Susan Boyle fue un montaje, y la verdad, no lo sabemos; otros más escépticos dicen que Charlie y Harry, los niños de la risa contagiosa, también son actores, y así para cada video hay una posible negación de su autenticidad. El sistema roba la estética *amateur*, la cocina, y se la da de comer a sus propios creadores. Convierte la estética subversiva en comercial: “[...] al sistema le basta con asimilar la resistencia mediante la apropiación de sus símbolos, la eliminación de su contenido revolucionario y la comercialización del producto restante” (Heath y Potter, 2004: 46).

¿Quién dijo que no se puede?

El uso y el abuso del portal de videos ha sido dispuesto a partir de reglas morales y legales basadas en el sistema de normas del mundo real. No obstante, el ciberespacio es una selva donde el caos normativo es un principio, una antirregla que permite la expansión de las redes y la diversidad de los contenidos. Aunque se solicitan datos básicos de reconocimiento de identidades: edad, ubicación, género e intereses primordiales, nadie puede regular la veracidad de la información que en la mayoría de los casos es falsa. Si existe la posibilidad de crear una o más personalidades virtuales, por qué no hacerlo; siempre está latente el temor a ser descubierto mirando lo que no “se debe”, trasgrediendo la legalidad y, sobre todo, ocultando una contra-personalidad que, de destaparse, podría terminar en ridículo.

YouTube tiene normas, está traducido a quince idiomas, pero las condiciones de uso están en inglés; de todas maneras tiene normas. Enumeradas y descritas se exponen condiciones como la prohibición del uso de lenguajes y contenidos ofensivos o de carácter agresivo hacia cualquier persona, raza, culto, profesión, ideología o lo que sea; tampoco deberían mostrarse desnudos completos, a no ser que sea con fines educativos o informativos. Algunas escenas donde haya algún tipo de

insinuación erótica o violenta se permiten ver siempre y cuando no sean explícitas y se acceda con una cuenta de un usuario que cumpla con los requisitos mínimos; no se pueden ver videos musicales, películas, ni nada que esté protegido por los derechos de autor. No hay que nombrar todas las reglas, cada una de ellas es quebrantada de una u otra manera. Y aunque el portal posee un sistema de denuncia, es ineficiente: el tiempo virtual devora al tiempo real y esto imposibilita el control de contenidos que requieren la intervención humana para la denuncia; la intervención de una “comunidad de guardarropa” con intereses completamente distintos al de denunciar.

YouTube es el paraíso del desfogue: día a día se actualizan odios, agresiones directas, sensualidades, propaganda pornográfica, videos musicales, películas, balaceras, en fin. Aunque haya un sistema de normas establecido, el desorden legítimo se esparce y abre espacios para cada contenido. Las casas disqueras han tenido que ceder ante el inminente caos cibernético; las masas virtuales no pierden el tiempo en protestas, se mueven, fluctúan por la virtualidad infinita y provocadora sin advertir siquiera las prohibiciones; saben que las hay, pero las ignoran. En Internet se pueden tener veinticinco años aunque se tenga doce, y eso es legítimo.

Y ¿dónde me pusieron el porno?

YouTube es lo suficientemente diverso y saturado para el porno, que es celoso, exige atención exclusiva y un portal especialmente diseñado para su imperio que se burla de las reglas mientras las usa por obligación del sistema que se aferra con los dedos al resbaloso pasado sólido. El porno profesional se redefinió con el mismo sistema de distribución de contenidos de YouTube: YouPorn, el primero de sus hijos subversivos (porque hay cientos de Tubes porno), una plataforma para compartir cualquier tipo de video con contenido sexual explícito; el purgatorio del placer convertido en porno *amateur*, porno hecho en casa, voyerismos y *webcams*.

Allí se entremezclan y conviven sin dificultad las diferentes caras del porno. Aquel de profesión: el de los cuerpos idílicos y la sexualidad rasurada y fingida; el *amateur*: la revelación del cuerpo real sexuado

que se excita y fantasea por encima de las desastrosas imposiciones culturales de los *mass media*; el voyerismo: la violación y circulación de la voluntad de la intimidad del sujeto; y el nuevo porno profesional con clasificación amateur: realizado con actores que parecen reales y con estéticas amateurs; escenas sexuales cotidianas como si fueran reales. Igual que YouTube, YouPorn expía las fantasías sexuales de una sociedad líquida y un poco “espesa”, colmada de angustias y complejos. Sin embargo, YouPorn es un tema abierto que apenas nos toca en esta ocasión.

Las masas virtuales se mueven espacio-temporalmente por las redes, pueden estar en muchos lugares al mismo tiempo; son líquidas e inestables; se expanden y se contraen, hacen metamorfosis y se reinventan cada vez que quieren. Esta breve exposición no puede pretender llegar lejos en el tiempo líquido que se deforma fugazmente. Mejor sería dejar así, abrir YouTube para reír un rato con Harry y Charlie hasta que la ansiedad nos lo permita y terminar en un YouPorn eyaculando algo más que nuestro propio miedo.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2005). *Identidad*. Buenos Aires: Editorial Buenos Aires Lozada.
- Heath J. & Potter, A. (2004). *Rebelarse vende, el negocio de la contracultura*. Bogotá: Editorial Taurus.



Cam4Cam, la práctica del erotismo frustrado

Cam4Cam, la práctica del erotismo frustrado

FELIPE CASTRO-BORRÀS*

CRISTHIAN URIBE**

El mundo de la globalización con el desarrollo de nuevas tecnologías nos ha permitido presenciar la reducción de las distancias materiales y el desvanecimiento de las barreras culturales; la gran aldea global se halla al alcance de un ordenador. Paradójicamente, nuestra inmersión en el mundo masificado significa un nuevo aislamiento del yo, llevándonos a una aparente pérdida de la sociabilidad o, mejor dicho, a su reconstrucción hacia una lógica digital, hecho sobre el cual se edifican nuevas identidades. En este escenario experimentamos múltiples situaciones que nos conducen al ideal de lo virtual, entre ellas, la inquietante realidad de la *webcam* que permite invocar en sonido e imágenes una nueva máscara que se alza como nuevo seductor. Asistimos a la “liberación sexual”, pero cabe cuestionarnos la autenticidad de su libertad mientras observamos la dislocación entre lo real y lo virtual. Es, pues, nuestro principal objeto de estudio ver las dinámicas de las sexualidades realizadas a través de la *webcam*, a la luz de una antropología de la ficción contemporánea.

Explorando ciertas ventanas

Teclamos Cam4.com, sentados en el sofá y mirando la pantalla abierta esperamos a que la página cargue; unos cuantos segundos son suficientes para que el blanco y el naranja inunden nuestros ojos: una serie de venta-

* Antropólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

** Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

nas con gente van apareciendo de manera gradual. No hay necesidad de ir más allá, la globalización nos ha obligado a presenciar el detrimento de las distancias, ellos están ahí, homúnculos rehenes de un recuadro en el caso más completo... En gran parte senos, penes, piernas, negros juguetes de formas confusas, calzones, calzoncillos, felaciones, seducciones y desesperaciones; la gran aldea global se divisa perfectamente desde nuestra ventana: es la era de la sociedad telemática, no necesitamos rebuscar más; todas las perversiones imaginadas están contenidas en un marco pequeño. En cada recámara no se encuentra nada más que un ego solitario, un yo que difícilmente es partícipe de una sociabilidad real. Mejor, ellos piensan una lógica digital, renovada, aséptica... Se trata de entes doblemente articulados entre lo material y lo virtual, posicionados como fundamento axial de nuevas identidades, acaso nuevas humanidades.

/ PRESENTANDO / RECIENTES / MUJERES / HOMBRES / PAREJAS / TRANSX / PARTY / \$ / PREMIUM /... Todos cabemos en una de estas pestañas pero, como no estamos dispuestos a gastar... / \$ / y / PREMIUM / son las primeras descartadas. Cliqueamos / PARTY / para hacer algo democrático. Primera ventana: un hombre masturbándose, cerrar; segunda ventana: otro hombre masturbándose, cerrar; tercera ventana: nuevamente otro hombre masturbándose, cerrar... Deberíamos cambiar de pestaña. / PAREJAS / puede ser más interesante... Allí la gente sí está haciendo algo, ¡qué maravilla cuando alguien hace show acompañado! Abrimos una nueva ventana pero todavía no se han quitado la ropa... Esperamos un rato y miramos otras mientras aquellos se desnudan. *Esta característica requiere Cam4 Gold – Actualice hoy Click 'close' to view this room and close all others.* Es necesario saber un truco para que nos deje ver bastantes: tenemos que abrir un usuario y transmitir así quede la pantalla en negro.... Recordándolo bien, todos tenemos un usuario ¿Por qué no emplearlo?

Cuando alguien frecuenta algún sitio de Internet, conoce y acepta de antemano las reglas de juego. Nosotros aquí jugamos al deseo, a buscar ser seducidos; hay muchas páginas dependiendo de la voluntad de quien ingrese, hay gente a la que le da pavor mostrar su cuerpo

(*No show*), a otros les produce fascinación exhibirse ante cientos de personas mientras algunos sencillamente no transmiten y deambulan por las celdas; hay convenciones entre los usuarios, en ese sentido cada web constituye una sociedad distinta con reglas específicas. En Cam4 encontramos un sitio de internet cuyo objetivo es propiciar la muestra de *webcams* separadas, cada una con salas de chat independientes, donde se exhibe un individuo o conjunto de ellos que habitualmente busca pares con los cuáles obtener “goce sexual” (real o virtual).

Primero mostrarse para ver quién se atreve a “seducirnos”. Tres usuarios, cuatro, diez usuarios, dos... ¿Algo anda mal? Sin camiseta, tal vez mejor. ¡Veinte usuarios! Ya están hablando... “*Show, show*”, aclaman asiduamente. No es suficiente para ellos ver un torso desnudo. Un objeto, significativamente mejor: fustazos van y vienen mientras el contador alcanza casi los cien usuarios. Las palabras varían: unos siguen pidiendo *show*, algunos intentan iniciar una plática como disimulada manera de obtenerlo. No lo obtendrán esta vez, tendrán que buscar en otras ventanas, otras salas, otros usuarios, nuevos roles.

Encontramos dos nuevos arquetipos de juegos. Uno de ellos es *Chatroulette.com*, una plataforma virtual que permite establecer contactos de manera aleatoria con un breve término de caducidad; su conexión está ligada a la afinidad entre individuos que se perciben a través de la *webcam* sin necesidad de introducir dato alguno. Se pone a marchar la cámara, se espera que alguien detenga su mirada en la ventana del Otro, y se sienta lo suficientemente cautivado para detenerla; en la esquina superior derecha existe un botón marcado *Meet Someone*, como si ofreciera sugestivamente la oportunidad de una relación consolidada que dejara la ruleta atrás. En cambio, Flirt4Free, el último arquetipo, es una dirección que maneja una especie de catálogo de individuos semidesnudos que ofrecen, a través de la *webcam*, un show erótico a los usuarios del sitio que jamás se exhiben. Por supuesto, tal privilegio voyerista exige disponer de un usuario y un *password* para supuestamente acceder a todos los recursos del sitio: chat en vivo, descarga de videos, directorio de *webcams* y foros sexuales. Ante tal variedad de servicios, no dudamos un solo instante: “*Create Free Account*”.

Re-descubriendo el cuerpo

En las sociedades actuales podemos evidenciar un fuerte debilitamiento del pensamiento cristiano y sus ideales sobre la familia, el amor y la reproducción social. Máscaras y criterios socialmente necesarios no lograron ser suficientemente fuertes para seguir condicionando la satisfacción del deseo; las caretas se rompieron y asistimos a la celebración con ínfulas de libertad; no obstante, una nueva máscara surgió, una trama de consumos fugaces y compulsivos: el usuario de Internet. Es evidente que la liberación sexual significó la modificación de una serie de valores frente al cuerpo: en tanto “prótesis cultural” pasamos de su negación victoriana al descubrimiento del mismo mediante la desnudez y más tarde su exhibicionismo. De igual forma, las representaciones, prácticas y placeres asociados a éste, lo convirtieron en un objeto de consumo cuya desinhibición del goce encuentra su paraíso colindante en el ciberespacio, en el mundo de los clientes o usuarios.

En el espacio virtual poseemos la capacidad de dominar y modificar nuestra imagen del modo que consideremos conveniente; somos artífices de su diseño y es esa condición estética la que se antepone entre nosotros y el sujeto que se halla al otro lado de la pantalla. El cuerpo entonces se transmuta en un objeto de consumo acomodado al mejor registro de la *webcam*.

El cuerpo, así «reapropiado» lo es de entrada en función de objetivos «capitalistas»: en otras palabras, si se lo inviste, si se invierte en él, es para hacerlo fructificar. Esa reapropiación del cuerpo no se hace atendiendo a las finalidades autónomas del sujeto, sino siguiendo un principio *normativo* de goce y rentabilidad hedonista (Baudrillard, 2009: 158).

Ahora bien, en las páginas web analizadas se inmiscuye el cuerpo *virtualizado* como único elemento de intercambio posible, de ahí la frivolidad de este tipo de “lazos”, dado que la identidad del sujeto pasa a un segundo plano; la condición humana es devorada por la lógica de las apariencias y las pasiones. Es estructurado entonces un flujo de consumos obsesivos, en los cuales el escenario temporal se resume

a unos cuantos segundos para identificar la afinidad con la imagen, comprobar que la figura que se va a consumir es la indicada.

Al respecto, cabe preguntarnos: ¿de qué manera publicitamos nuestra imagen? El cuerpo es el instrumento principal en todos los sitios web para adultos; sin embargo, dada la gran demanda, el exhibicionista debe investirse de cualidades que permitan aumentar su atractivo sexual, la belleza convertida en valor de intercambio erótico: pírsines en los genitales, tatuajes obscenos, juguetes sensuales, posiciones extravagantes y demás, son las estrategias publicitarias con que el seductor contemporáneo atrae espectadores furtivos; las condiciones del intercambio erótico varían según el sitio explorado.

Cam4.com es quizá el lugar ideal para el exhibicionista, no sólo porque allí puede exponer todo el esplendor de su desnudez frente a cientos de usuarios, sino porque además puede recibir dinero por ello: los administradores del sitio web incentivan con premios a las *webcam* que atraigan más voyeristas diariamente; así, en dicha dirección se pueden vislumbrar escenas de individuos, parejas o grupos que realizan *shows online* valiéndose de una serie de artificios que involucran el cuerpo, la creatividad y algunos fetiches.

Cada elemento nuevo que se le añada a la escena funciona como estrategia para cautivar el interés de más usuarios: en la parte superior de la ventana aparece un espacio para escribir el “mensaje de status”; en nuestro caso anotamos: “*performing a sociological experiment*”, lo que atrajo la visita de los primeros curiosos que nos hacían preguntas acerca de nuestro estudio, al tiempo que otros nos pedían dejar de hablar y que pasáramos a la “acción”. Lo que inició con una cándida aparición, posteriormente nos condujo a cubrirnos el rostro con gafas oscuras y pañoletas, al rato estábamos sin camisa y, en ese momento, la ventana de chat rebosaba de mensajes obscenos solicitando besos o escenas sexuales abiertas. Por supuesto, la peripecia investigativa nunca alcanza para tanto; nos llamó la atención que para entonces nuestra sala de chat superaba las cien demandas de diferentes usuarios.

En *Chatroulette.com* convergen tanto voyeristas como exhibicionistas de todas las latitudes. No obstante, el minimalismo de tal plataforma virtual no permite que una interacción se consolide, sino que la ruleta gire incesantemente y aleje la posibilidad de observar la misma escena dos veces. Dada la fugacidad del azar, las estrategias en este sitio son mucho más complejas: se dispone de un par de segundos antes de que el contacto vuelva a girar la rueda (aunque nosotros también ostentamos del mismo poder); ingresamos entonces al juego de las apariencias, y sólo si hay empatía a primera vista se puede generar una interlocución o, si se quiere, un disfrute recíproco.

Aunque la plataforma en su definición resulta bastante llamativa, nuestra aspiración se vio frustrada al no descubrir ese otro que se interesara en establecer una charla con nosotros; “*next*” o / F9 / son los comandos que nos permiten pasar de una ventana a otra... cada recuadro presentaba un escenario de excitación, onanismo y placer. Cuando al fin dimos con un par de chicas que se dignaron hablarnos, éstas atinaron a contarnos que eran de Inglaterra y antes de que hiciéramos la siguiente pregunta, la ruleta había comenzado a girar...

Por su parte, *Flirt4free.com* es un mercado fácil sí y sólo si se cuenta con el poder adquisitivo para pagarlo. El ejercicio de “seducción” consiste en hacer que el tiempo facturado sea placentero al máximo, sin perderse un solo segundo de desnudez. A diferencia de los dos sitios descritos anteriormente, esta plataforma no exige envío de imágenes desde nuestra *webcam*, por cuanto se convierte en un lugar propicio para el cibernauta voyerista.

Esos éramos nosotros, la observación sociológica constituye un auténtico ejercicio voyerista: cada sala de chat, cada foro erótico, cada *striptease online* fue un jugoso espacio de trabajo etnográfico. Aunque lamentablemente no teníamos el crédito suficiente para acceder a todos los servicios del sitio web, pudimos constatar que en dicha página se le rinde culto al cuerpo de manera extraordinaria: allí es un fetiche que se canjea por placer; hay uno para todos los gustos, superficialmente hermosos, musculosos, atléticos, vigoréticos, no hay otro objeto de intercambio en ese lugar: es la muerte del ideal romántico.

El ritual de la seducción

La sexualidad es un proceso que involucra la producción de discursos, palabras y deseos, condición que la convierte en fuerza concreta, real y banal, cuyo fin último es la obtención del goce, motor fundamental de las pulsiones humanas. La liberación de la sexualidad representa para el mundo occidental una fase de superproducción de materiales y situaciones en la cual desaparecen (o al menos se debilitan) los límites y coartaciones de tipo moral. Esa coyuntura que nos permite realizar la exploración de nuestros deseos y pasiones negadas. El ciberespacio es una de las mejores alternativas para llevar a cabo tal exploración; de ahí la gran importancia que han alcanzado los sitios web para adultos. La era de lo virtual ha superado los viejos catálogos de fotografías, relatos o videos pornográficos y, en cambio, nos ha abierto la posibilidad de interactuar en tiempo real con otros individuos que también se hallan en la tarea de satisfacer su deseo.

Si la producción de material pornográfico ha superado los límites de la realidad debido a la explicitación de sus escenas (hiperrealidad), el sexo virtual nos obliga a desprendernos de la realidad material para poder consumir nuestro deseo satisfactoriamente. La diferencia más relevante entre un producto audiovisual y una red social es que ésta última nos obliga a establecer una interacción con otro individuo, lo que equivaldría a un esfuerzo adicional en la búsqueda del goce. Tal esfuerzo se manifiesta en rituales de supuesta seducción.

Si lo sexual es lo real, la seducción es la ilusión compuesta de símbolos y artificios que no necesariamente persiguen la satisfacción del deseo; por el contrario, la seducción deambula altiva y silenciosa por el universo de las relaciones sociales, es el apogeo insoluble del goce cuyo límite es la muerte. La ley de la seducción es ante todo la de un intercambio ritual ininterrumpido, la de un envite donde la suerte nunca está echada (Baudrillard, 1993: 28).

La inmanencia de la seducción no permite reconocer la victoria o derrota de quien se sirve de ella; es confusa la distinción entre quien

seduce y quien es seducido, en gran parte porque el seductor es al mismo tiempo un sujeto que espera ser seducido; en el espacio virtual esta reversibilidad toma mayor preeminencia porque el individuo que ingresa a una plataforma de chat erótico debe reconocer en sí mismo la capacidad de atraer a otros y, paralelamente, buscar en ello una imagen que le atraiga. Si bien presenciemos que la seducción es un ritual, en el juego de ver y ser vistos el cuerpo vuelve a ser fetiche de la apariencia, seducimos a través de artificios que realizamos con nuestros órganos e imagen (estética de la seducción), somos entonces seres para otros y la mirada del otro nos convierte en un espectáculo. Sucede aquí un hecho paradójico: cuando la ilusión se desvanece y nos acercamos al consumo del goce sexual, la materialidad del deseo desplaza la ilusión fundamental de la seducción, volvemos a nuestra realidad de animales carnales cuyo éxtasis coincide con el fin de la conexión. Acontece entonces la vuelta al vacío interior; somos exactamente iguales que cuando comenzamos, nada se satisfizo. ¿Qué funcionó mal si todo estaba calculado? Precisamente eso: conocíamos el desenlace de la historia mucho antes de haberla iniciado. No se puede pensar en descubrir si se vive dentro de un simulacro, las bellezas que nos extasiaron también fueron preestablecidas, he ahí las reglas que no vemos directamente.

Sin riesgo, donde nada inquieta ni extraña, nada altera, como en una especie de gran mónada que sólo aparentase movilizar el máximo de diferencia, se anulan las singularidades en su aspiración a un lenguaje común: el de la producción reinante que quisiera simularlo todo para conocer lo real mediante su desaparición [...] [Porque] no se trata de recuperar la verdad, el encanto y el goce de una realidad perdida. El mundo es sinsentido, y está bien que así sea, el problema radica en su actual desencanto, es decir, en su laxitud, su ausencia de inquietud, su conformidad, su falta de intensidad y de experiencias fuertes (González, 2006).

Tenemos una gran herida donde no se ve el espíritu. Los simulacros jamás significarán una experiencia liberadora, sencillamente un ciclo

de esclavismos, porque no los controlamos. Los otros contruidos virtualmente son una invención del que espera ser seducido; siempre habrá un ideal y el simulacro tenderá a ello, puesto que en él no existe un fracaso: está estipulado para que nos guste.

Resignificación política del cuerpo

No sería correcto afirmar que la extensión del mundo virtual a todos los aspectos de la vida social fue lo que impulsó la llamada “liberación sexual”. Este proceso revolucionario frente al cuerpo y sus placeres cuenta con más de medio siglo de trayectoria, gracias a la actuación de movimientos juveniles que reivindicaban una nueva forma de entender lo sexual.

La sexualidad se despojó de una carga negativa que la vedó durante siglos y, en consecuencia, hubo una explosión de identidades que desafiaron la vieja dicotomía de los polos sexuales. Ahora bien, el desvanecimiento del ideal romántico (correspondencia entre lo erótico y el vínculo afectivo), el fin de la monogamia y la exploración de nuevos placeres tomaron mayor fuerza con la expansión de la Internet; este suceso favoreció a nuevas generaciones, puesto que facilitó no solo la desinhibición del goce, sino también la posibilidad de llevar a cabo una sexualidad sin reproducción, sin distancia y en un tiempo distinto: el virtual. Tras la liberación del sexo como condición para la reproducción social y la división sexual del trabajo, la intimidad de los individuos tomó un nuevo rumbo caracterizado por el triunfo de los sentidos, las emociones y las pasiones.

La naturalización de las prácticas sexuales delimitadas por el sistema sexo/género provocó una incertidumbre que originó la búsqueda masiva de nuevas identidades y placeres alternativos a la sexualidad moderna, lo que permitió, además, el cuestionamiento de la correspondencia entre órganos y prácticas o, mejor, la relación entre naturaleza y artificio. Dicha contingencia histórica contribuyó a la ruptura de los lazos sociales tradicionales, a lo que sobrevino una lucha contra el señalamiento y la prohibición hasta entonces reforzada por doctrinas religiosas. En ese contexto, la identidad sexual que había estado oculta bajo el manto de la naturalización emergió hacia el plano de la inde-

finición, lo que ha hecho necesaria la reinscripción de la misma en las prácticas de género y del cuerpo.

El proceso de creación de la diferencia sexual es una operación tecnológica de reducción que consiste en extraer determinadas partes de la totalidad del cuerpo, y aislarlas para hacer de ellas significantes sexuales (Preciado, 2002: 22).

Actualmente asistimos no sólo al reconocimiento de múltiples identidades sexuales, sino también a la emergencia de variadas maneras de buscar placeres; asimismo, la masificación de Internet y el desarrollo de tecnologías de comunicación han sido fundamentales en la resignificación de la sexualidad de los individuos, suministrándonos la posibilidad de experimentar el goce sin aferrarnos a los lineamientos de lo que se podría denominar el “contrato sexual moderno”¹. Heterosexuales, homosexuales y bisexuales pueden converger en cualquiera de los sitios web que hemos mencionado a lo largo del presente artículo, lo que permite inferir una reorganización de las prácticas sexuales y corporales de los individuos; la posibilidad de resignificar los genitales y su uso, constituye un acto político por excelencia. Ahora bien, el hecho de que estas páginas signifiquen un potencial espacio de liberación, no quiere decir que lo sean, puesto que las condiciones culturales actuales no se encuentran suficientemente desagregadas de los papeles masculinos y/o femeninos como para constituir una equidad de género. Por este motivo, la mayoría de usuarios son hombres y esto se realiza muy eficientemente cuando son homosexuales; entretanto, las mujeres que participan en estos sitios deben actuar mediante roles masculinos para poder participar enteramente de esa sociabilidad.

Quizá sería necesario propiciar una desagregación de las prácticas culturales ancladas al sistema sexo/género, de tal manera que al deno-

¹ El contrato sexual, puede ser considerado el conjunto de obligaciones (sociales, económicas y reproductivas) que se derivan de la condición sexual del individuo en el marco de lo que Beatriz Preciado (2002) llamaría un *sistema heterocentrado* de las prácticas sexuales.

minarlos humanos cada uno de nosotros pudiera desarrollar libremente instrumentos tanto masculinos como femeninos. En la virtualidad se puede admirar un germen de ese proceso, dado que se oculta lo real; cabría llevar la libertad de la ficción construida virtualmente a un campo menos aséptico. No obstante, lo virtual al ser hiperreal, oficialmente nunca será integrado a la realidad. En el momento en que la ética desarrollada en la Internet se reconozca como viable en lo cotidiano, habremos experimentado un sustancial cambio en nuestra cultura.

¿Adónde va la sensualidad?

Al perderse la fuerza oficial del control moral, la sexualidad quedó a su propia responsabilidad... Ella se dedicó al consumo de imágenes y experiencias breves y novedosas; con esta situación pretendía sentirse “realizada”, hecho que jamás consolidó puesto que por sí misma nunca logró autonomía. Al verse sin el cascarón de la regulación, la sexualidad dejó en evidencia su levedad y limitado alcance, dado que los individuos, al tenerla por satisfecha, se percataron de que no importaba la cantidad de imágenes que consumieran pues siempre se sentirían vacíos. Nunca hubo una auténtica libertad; más aún, los sujetos terminaron siendo cautivos de sus pulsiones y de aquello que Jean Baudrillard denominó la “seducción blanda”. Son las ventanas prisiones, celdas que los humanos levantamos voluntariamente para divisar a través de cristales distorsionados, para no tocarnos sino hacernos señas en el mejor de los casos. Sólo se puede ver al objeto, nada más, aunque en el mismo espacio no exista compañía.

Las sociedades contemporáneas se han esforzado por posicionar a la seguridad como eje de todas sus prioridades, ejemplo de ello las políticas de inmigración, de defensa, de blindaje financiero y de salud. En esencia, la seguridad no existe concretamente sino que se recrea socialmente en el imaginario. Ésta es un espejismo y no depende en lo más mínimo de la real situación de riesgo, es una estrategia evasiva donde “si no vives peligrosamente, no vives. La vida sólo florece en el peligro, nunca en la seguridad. [...] Cuando todo está yendo a la perfección, fíjate, te estás muriendo y no pasa nada” (Mohan Jain, 2000).

La inseguridad evidencia la profunda ausencia de credibilidad que una cultura ha desarrollado hacia sí misma. En ese sentido, priorizar la seguridad traduce resaltar nuestra ausencia de autorreconocimiento y, al igual que nuestra insatisfacción, un profundo miedo a reconocer que en el otro hay algo de nos-otros. En pro de establecer una supuesta seguridad al interior de los individuos, éstos desarrollan un ejercicio de supresión de la sensualidad; una especie de antierótica que consiste en un delicado arte para *alejar a los otros de sí*, un racional procedimiento que pretende hacer cada vez más fugaces y menos comprometedores los encuentros, lo que lleva, así, a una disgregación social que huye del compromiso. Las relaciones por afinidades virtuales nos dejan muy clara la pobreza emocional de la que somos partícipes, ya que al inmiscuirnos en ese universo nos acercamos cada vez más a perder la interlocución presencial con nuestros iguales; la virtualidad genera seres que temen permanecer separados, un profundo miedo a la soledad y un fuerte deseo de *comunidad*. Hechos tales como no mostrar el rostro, inventar un nombre, poner una foto distinta de la persona que se muestra, alterar la edad, la etnicidad e inclusive el lugar de residencia, obligan a plantear la pregunta de si el ejercicio es sencillamente masturbarse y dejar completamente aislada en su ventana a la persona con quien se goza: ¿no nos toquemos porque somos digitales y el sexo presencial se vuelve ineficaz?

La búsqueda afectiva de un encuentro instantáneo se transforma en una persecución de simulacros que, como tales, hallan su máximo límite en el goce sin arriesgar mayor capital por parte de quienes lo obtienen... Puesto que en los usuarios del placer ciberespacial todo ha sido pensado con prelación, no hay una auténtica seducción sino un balance de costo-beneficio donde se elige entre un catálogo de cuerpos alguno favorito para satisfacerse, como bien lo enuncia Sigusch en sus reflexiones sobre la autonomía sexual:

El rendimiento ha reemplazado al éxtasis, lo físico está de moda, lo metafísico no. Abstinencia, monogamia y promiscuidad están alejadas

por igual de la libre vida de la sensualidad que ninguno de nosotros conoce (1989: 332-359).

He ahí el gran error: la sexualidad se liberó pero la sensualidad jamás lo hizo; nunca nos arriesgamos a desatarla; volvimos la sexualidad un problema supeditado a la razón constituyendo por un lado un libre mercado y, por el otro, una serie de explicaciones biológicas de su comportamiento. A través de la razón redujimos la sexualidad a la genitalidad, lo cual sustrajo al sexo de la mística y lo encerró en un laboratorio para quitarle su misterio, su riesgo y encanto, volcándonos en un panorama plano y fácil que sólo nos promete un acto mecánico que genera placer a través de juegos de consumos. Creímos que la búsqueda correcta era satisfacer lo sexual (entendido racionalmente), y la sensualidad quedó relegada; olvidamos que es de ella de donde surge la auténtica satisfacción, puesto que su límite es la muerte y el misterio: todo un arte.

Otra búsqueda sería satisfacer la sensualidad, la cual implica arriesgarlo todo en una carta, acariciar el delicado juego de la seducción, ser partícipe de una riqueza que supera la simplicidad del acto sexual. Necesitamos recuperar la erótica, volvernos seres que se agreguen y unan, no para reproducir lo sagrado sino a fin de reconocernos e integrar culturalmente lo femenino, quizá para trascender el horror de la inseguridad. La tragedia es la mejor posición que podemos asumir ante ese panorama. La tecnología ha avanzado a una gran rapidez, y la humanidad... ¿dónde ha quedado? Por ahora conservamos la decisión de cerrar la ventana y dejar la prótesis de la máquina a un lado; puesto que no está completamente adherida al cuerpo, esperemos que jamás suceda. De momento hay que apagar.

BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad del consumo*. Madrid: Siglo XXI Editores.

_____ (1993). *De la seducción*. Madrid: Planeta.

- Sánchez González, L. (2006). Baudrillard, Jean: simulacro, seducción, ilusión, fotografía. En *Cuaderno del seminario*, 2, Valparaíso: Editorial PUCV.
- Preciado, B. (2002). *Manifiesto contra-sexual*. Madrid: Editorial Opera Prima.
- Mohan Jain, Ch. (2000). *El libro del Hombre en preguntas: el Adán, el esclavo, el hijo, el homosexual, el marido, el político, el sacerdote*. Madrid: Debate.
- Sigusch, V. (1989). The Neosexual Revolution. En *Archives of Sexual Behaviour*, 4.



**Ciberespacio y masturbación: una
“comunidad postmoderna de los santos”**

Ciberespacio y masturbación: una “comunidad postmoderna de los santos”

MICHEL MAFFESOLI**

(Traducción de Sergio Bolaños***)

¿Acaso no es propio del pensamiento auténtico inventar algo real que sea contrario a las verdades comunes? Sí. He dicho inventar algo real. Lo que no es reductible a aquel principio de realidad con el cual a menudo se confunde el mecanismo. Así mismo, la invención —nunca sobraría repetirlo— consiste en hacer manifiesto (*in-venire*) aquello que está ahí. Aquello que ya está allí. Por ello, no hay que refrenar en absoluto la libertad que tiene el creador de exagerar. Tipo ideal (Weber), forma (Simmel), caracteres esenciales (Durkheim), arquetipos (Jung)..., esa larga lista de tales exageraciones que resquebrajan las certidumbres establecidas, pero que permiten, igualmente, resaltar de la mejor manera las especificidades de lo real, lleno de prosaísmos, grandezas y bajezas, cuyo conjunto constituye toda la vida social.

Es mediante un esfuerzo de la voluntad contra las teorías convenidas y mediante la observación intensa contra las evidencias intelectuales que la originalidad del pensamiento se acerca a este ser conjunto, a la vez auténtico y soterrado, propio de la vitalidad específica de lo que siempre se ha denominado un estado naciente. Dicho *status nascendi*

* El presente artículo ha sido ampliado y publicado por su autor, en francés, como el penúltimo capítulo de su más reciente libro: *Le temps revient. Formes élémentaires de la postmodernité*, (2010: 137-170) París: Desclée de Brouwer.

** Titular de la cátedra Émile Durkheim de la Universidad de la Sorbona. Director del CEAQ (Centro de Estudios de lo Actual y lo Cotidiano en París). Miembro del Instituto Universitario de Francia.

*** Profesor asociado de la Universidad Nacional de Colombia.

es el que se encuentra presente en las diversas ciberculturas, contaminando de múltiples formas la vida cotidiana de nuestras sociedades. De hecho, es en términos de epidemiología que debe plantearse el problema. De esto se trata, pues de modo casi imperceptible pero de manera obstinada, los diversos medios de comunicación interactivos han ganado terreno y se han impuesto, simultáneamente, en todo lo que tiene que ver con los servicios, los trámites administrativos o burocráticos, pero también en todos los momentos lúdicos, donde el sueño tiende a sustituir la realidad misma.

Se ha podido hacer notar que uno de los momentos clave de los *tiempos modernos* fue esa circunnavegación en la que los exploradores audaces descubrieron estos nuevos mundos y ampliaron de esta manera las percepciones habituales, las formas de ser y los diversos imaginarios de sus contemporáneos. Los juristas de espíritu agudo tales como Carl Schmitt han mostrado cómo es ese vagabundeo conceptual el que estaba en los orígenes del *jus publicum Europaeum*. Un nuevo orden de cosas se estaba diseñando en esa ocasión. Un *nomos* de la Tierra, es decir, una lógica interna, una nueva racionalidad del vínculo social que se constituye mediante y gracias a los descubrimientos inducidos por la circunnavegación en cuestión. ¿Acaso no se puede decir que algo de orden similar está ocurriendo a partir de la navegación electrónica: el descubrimiento de un Nuevo Mundo? ¿La elaboración de una cultura totalmente diferente de aquella que había caracterizado la modernidad? Se trata de algo que en todo caso influirá en los modos de vida y los imaginarios sociales.

Recordemos a Thomas Kuhn, quien al reflexionar sobre los descubrimientos científicos y sus consecuencias tecnológicas pudo demostrar cómo éstas eran causa y efecto de lo que se denominaba un paradigma. Se trata de aquello que puede comprenderse como una matriz que en sentido estricto permite la eclosión de una nueva vida. Es un nuevo paradigma que en nuestros días se encuentra en gestación y que se denomina cibercultura. Pero, con el fin de establecer todas las consecuencias, quizá resulte útil hacer un pequeño desvío para comprender todas aquellas que pueden ser las reticencias, o las sospechas de las

cuales es objeto. “Pequeño” desvió es sin duda un eufemismo, pues es siempre durante un período prolongado que se pueden comprender las raíces de los temores, los miedos o los tabúes que constituyen una cultura determinada. Se sabe que el individuo no es reducible a su parte emergente y no existe sino en función de un sustrato inconsciente. Lo mismo vale para la vida social que también tiene sus criptas más o menos laberínticas. Otra manera de decir inconsciente colectivo. Una raíz constante de la cultura occidental es el miedo-pánico de la imagen. Esta iconoclasia de memoria antigua ha sido analizada a menudo. Pero estos elementos esenciales deben ser bien entendidos para poder comprender el temor que inspira en nuestros días el mundo virtual.

En pocas palabras, recordemos la lucha de los profetas del Antiguo Testamento contra los íconos y otros ídolos hechos de piedra o de madera. Combate feroz con el fin de llegar a un Dios único que conviene adorar “en espíritu y verdad”. El énfasis está puesto en el cerebro, en lo cognitivo. Y la Verdad que esto nos permite alcanzar. El ídolo, del cual es importante recordar que era de esencia femenina, causa y efecto de cultos a la “tierra madre”; así, el ídolo no apelaba a la razón sino al vientre. Hay algo de histérico en él. Es el *usterus* lo que se demanda. ¿Qué es el vientre si no el símbolo de los sentidos en su diversidad? El vientre por su posición central es el signo de la “completad” del ser. Para utilizar un oxímoron ilustrativo, es un vector de una razón sensible que alía los contrarios, haciéndolos interactuar en coincidencia.

Además, recordemos que dicha iconoclasia se volvió filosófica con Descartes y Malebranche que incitan a desconfiar de esta imaginación como si fuese la “imaginación cotidiana”. Es decir, la que no permite el buen funcionamiento de la facultad racional. Es esta estigmatización la que vamos a encontrar de nuevo a lo largo de la modernidad, como en Jean-Paul Sartre y su libro sobre la imaginación, que va a alimentar las diversas condenas de la imagen en general, la publicidad, los juegos de video, los juegos de roles, cuya importancia en la actualidad no se puede negar. Y esto en relación tanto con la existencia individual como con la vida colectiva.

En correlación con la iconoclasia, también vale la pena subrayar —por sorprendente que esto pueda parecer— que una de las raíces del temor a lo virtual es la condena del onanismo. En el marco general que como se sabe va a ser uno de los valores dominantes de la tradición judeo-cristiana, la figura de Onán es en cierta medida un paroxismo, precisamente en cuanto su goce es aparentemente individual, inútil. Su semilla se pierde en la tierra. Cuando se observa más de cerca, la correlación resulta evidente: en la medida en que la masturbación requiere contarse una historia, hacer un escenario, en pocas palabras, visualizar una imagen. La pérdida de la semilla en la tierra es así mismo ilustrativa en cuanto se realiza cierta unión cósmica. Un matrimonio místico con la tierra, centro de la unión. ¡Símbolo —si lo hay— de la comunidad humana!

Estas observaciones alusivas tienen por objeto llamar la atención sobre el hecho de que la cibercultura es a la vez expresión del poder de la imagen y del goce inútil. El juego del imaginario ocupa allí un lugar de elección y la dimensión onanista en el sentido que acabo de indicar está lejos de ser desdeñable.

La rebelión del imaginario se manifiesta con fragor en los juegos de roles, los foros de discusión y los diferentes *blogs* y *home pages* donde la fantasía, los fantasmas y otras fantasmagorías ocupan lo esencial del espacio y el tiempo. La razón, la funcionalidad y el autoritarismo no están totalmente ausentes pero se les atribuye una porción conveniente. Ahora bien, más exactamente, por una interesante inversión de polaridad, van a servir de coadyuvantes de algo real lúdico. De señores, pasan a ser siervos. A este respecto resulta ilustrativo señalar cómo lo festivo, lo imaginario, lo onírico colectivo se convertirán en normas del “ciber” espacio. Y de esta forma contaminan el territorio privado y la esfera pública. En la racionalización generalizada de la existencia, cuando se constituye el contrato social, se ve cómo se erige aquello que se denominó familiarmente el “muro de la vida privada”. Bajo los ataques bruscos y violentos de los juegos de roles y de los *blogs*, este muro, si no cae completamente, al menos se torna poroso.

Rumores, runrunes, chismes, noticias falsas y verdaderas, en un curioso mecanismo de contaminación, el ciber-espacio vincula el rol de la plaza pública, del café del centro comercial o de la antigua ágora. En su sentido etimológico, el *for* interno es suplantado por el *for* externo: todo se convierte en foro accesible a todos.

El gran especialista francés de los imaginarios, Gilbert Durand, lo ha señalado acertadamente: la imagen es un mesocosmos entre el microcosmos personal y el macrocosmos colectivo. En sentido estricto, se trata de un mundo del medio. Establece un nexo. Forma un enlace. Hay, pues, una dimensión comunal en la partición de las imágenes electrónicas. Más allá del encerramiento individual, ellas son causa y efecto de un verdadero cuerpo social. Es claro que éste no es reducible a la racionalidad misma, a aquello que convenimos en denominar *la sociedad*. Ese cuerpo se difracta en multiplicidad de tribus de diversos órdenes y se basa en la partición de un gusto común: tribus musicales, deportivas, culturales, sexuales, religiosas, todas reposan en imágenes producidas y vividas en común.

El “*cogito, ergo sum*” cartesiano se basaba en una revolución epistemológica importante: el hecho de pensar por sí mismo. Y esto se presenta en el encerramiento, en la fortaleza del espíritu individual. Todo lo contrario se expresa en el “telón”, donde la partición de las imágenes hace que uno sea pensado por el otro. No se existe sino por los otros y en relación con ellos. Esto genera aquello que se puede denominar, retomando una expresión de Durkheim, “conformismo lógico”.

Pero eso, contrario a lo que se ha convenido decir, no es la expresión de un simple narcisismo. Entonces es necesario modificar el sentido que se le asigna en general a la palabra narcisismo. En lugar de lo que dicen las interpretaciones comunes de este fenómeno, Narciso no se pierde en su imagen, sino en el estanque donde se proyecta su imagen. La diferencia es importante en cuanto el estanque simboliza la naturaleza en su totalidad, el dato mundano, estuche donde la persona al perderse alcanza su plenitud en un conjunto más vasto. Es lo que yo denomino un “narcisismo de grupo”, un narcisismo colectivo que está presente en todos los fenómenos de la virtualidad electrónica. Reto-

mando la metáfora de la semilla de Onán, en verdad hay pérdida, pero ésta tiene lugar en un conjunto que supera al individuo y participa de esta manera en la conformación del cuerpo colectivo.

Se trata de un proceso de masturbación colectiva con el cual uno se enfrenta en los famosos sitios comunitarios. Cada cual, bajo la impunidad del anonimato, se revela a los otros. ¡Hay conexión, tactilidad en el aire! Los filósofos de la Edad Media se interrogaban sobre el *glutinum mundi*. ¿Cuál es este pegamento del mundo que hace que, a pesar de los diversos egoísmos, se mantenga unido? Algunas veces, este pegamento es el hecho de un ideal lejano, como sucedió en el caso de la Modernidad. En cambio, en otras oportunidades, el pegamento se elabora cuando se comparten afectos, emociones, pasiones comunes, aunque estos hayan sido anodinos y sin importancia.

Aquí se ubica el enlace que está presente en todos estos sitios. Además, la palabra no es neutra. El tiempo se contracta en espacio. Se convierte en un “sitio” que yo comparto con otros y a partir del cual puedo “crecer”. La Historia con H mayúscula, la Historia de la Modernidad, ella misma asegurada, deja su lugar a estas pequeñas historias sin contenido real que aseguran el vínculo, permiten el enlace. En estos sitios comunitarios, jugando con la eufonía de las palabras, el lugar enlaza.

Second Life, MySpace, Facebook, todas éstas son declinaciones del juego de imágenes y del gasto improductivo. Todo ello no sirve para nada, pero pone de relieve el precio de las cosas sin precio. Estos sitios son las formas postmodernas del Potlatch premoderno. Lo que se substraigo como forma residual en la sabiduría popular que “conoce” muy bien como el saber incorporado del que pierde gana. Y que en lo inútil del “chatear”, en la falta de interés del *blog* o del foro de discusión o en la obscenidad de la “home page”, se (re)encuentra la consolidación del vínculo social.

Hay algo sagrado de alguna manera. Es decir, algo que hace visible una fuerza invisible. En este sentido, lo virtual de las ciberculturas es una manera de expresar el deseo de estar-conjuntamente. A través de los estremecimientos, del hormigueo, lo virtual percibe los temblores

de una vida en gestación. Se ha podido comparar este nuevo vínculo espiritual con la “noosfera” del padre Teilhard de Chardin. Esta vinculación no es anacrónica en cuanto permite apreciar que en los enlaces invisibles de los intercambios virtuales hay una cosa adicional a la dimensión económica; más allá de la cuantificación positivista de las infraestructuras materiales, se asegura una cohesión social cuyas consecuencias aún no se han medido por completo. Los jugadores en línea, de Tokio a Londres, pasando por São Paulo o Los Ángeles, sin olvidar aquella aldea remota de los Alpes o de los Cárpatos, se consumen en combates interminables, enlazados por los vínculos mágicos de lo virtual. Pero su (mundo) real tiene una eficacia más fuerte que los principios de realidad, admitidos comúnmente. Y esto porque su vida cotidiana estaría, en su sentido fuerte, determinada por estos juegos que les fascinan. Se hallan como imantados por polaridades lejanas e invisibles. Esto sería, pues, la noosfera de lo virtual en la cibercultura.

En un momento importante para la modernidad, ante el surgimiento de la Reforma, Max Weber había prestado atención a la fuerza de lo inmaterial. Testimonio de ello es su obra capital: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Cierta interpretación de la Biblia en el protestantismo genera una nueva organización del mundo: el capitalismo. Esto es resumido por Weber bellamente cuando recuerda que no se puede “comprender lo real sino a partir de lo irreal”. Se podría agregar que lo que sea considerado como tal, no tiene una fuerza innegable. Esto va a servir de fundamento para un nuevo orden de las cosas.

Es, pues, dicha *natura rerum* lo que está en juego en el “telón”. Sin excedernos en el juego de palabras se podría decir en francés en *jeu* o *enjeu* (estar en juego o puesto). Esto porque a partir de lo virtual, el vínculo social es a la vez sólido y línea punteada. Es esta nueva forma que no retiene lo esencial de los observadores sociales quienes, demasiado obnubilados por sus concepciones de lo social, heredadas de los siglos XVIII y XIX, tienen dificultades para comprender y analizar o, simplemente, admitir una socialidad cuyos ingredientes son este imaginario lúdico u onírico en cuestión y que atraviesa de una parte a

otra la cibercultura. En particular, en cuanto a un punto esencial que trata sobre el supuesto individualismo contemporáneo y en relación con este leitmotiv, a menudo machacado, del repliegue sobre la esfera privada, aquí encontramos muchos lugares comunes donde se llevan a cabo análisis científicos que pasan de lado por el ciber-mundo donde las relaciones se crean, los intercambios se elaboran, se comparte y todas las cosas constituyen, para bien o para mal, una nueva vida social. Para bien y para mal, por supuesto, porque el intercambio de archivos puede plantear un interrogante. El *peer-to-peer* hace enloquecer las reglas económicas comunes. Pero, así se quiera o no, es un comercio que se establece. Comercio que conviene comprender *stricto sensu*: comercio de bienes, comercio de ideas, comercio de amores. Estas antiguas expresiones francesas (y españolas) manifiestan muy bien cómo, al lado del mercadeo de los objetos, también se encuentran en Internet los intercambios filosóficos, religiosos o afectivos.

Sin duda, en estos diversos dominios, el último en particular, el paso al límite allí ya es rápido. ¿Pero acaso no es propio de todo estado naciente ser potencialmente excesivo, paroxístico o anómico? Pero según un adagio bien conocido, lo anómico de hoy es lo canónico de mañana. A este respecto, ¿aquello que puede chocar los valores morales establecidos, no constituye una fuerza ética para las tribus postmodernas involucradas?

La moral remite a principios abstractos, en cierta medida, desencarnados. La ética, en el sentido etimológico más cercano, es el producto de las costumbres vividas cotidianamente. Es dicho inmoralismo ético el que se encuentra en las infinitas discusiones de MySpace. Todo, sin importar de qué se trate, se cuenta allí. Es el imaginario y el onanismo colectivo a lo largo del tiempo y, por lo tanto, un ideal comunitario que allí se crea. Las solidaridades se originan allí y las generosidades se expresan con fortaleza.

Eppur si muove decía el gran Galileo a sus detractores. El dogmatismo en su límite ya no pudo más. Terminó el geocentrismo. Algo similar podemos decir en la actualidad: y, sin embargo, esto vive. Aunque sea virtual hay un estremecimiento cultural, existencial, social en el telón. En Japón se ha podido hablar de la “generación Otaku”. En el sentido

más cercano a su etimología, se ha acantonado en la “casa”. Pero, a partir de entonces, los mensajes, los vínculos, las relaciones de dicho arraigo se difunden a través del mundo para crear comunidades a la vez virtuales y reales.

Allí se trata de una *complexio oppositorum*, el tejido conjunto de elementos compuestos, pero complementarios. Estos son encuentros en los sitios comunitarios y a partir de ellos se permite vivir vidas múltiples, unas Second Life. Al hacer esto vuelven a representar el vagabundeo, fundador de toda cultura verdadera. Suscita un *Wanderlust*, un goce de vagabundear que es el hecho de los exploradores, de todos los conquistadores, de aquellos que descubren los nuevos mundos. Llamado de lo desconocido o como decía Durkheim “sed del infinito”. Es lo que está en juego en el caso de estos caballeros postmodernos. Navegan por Internet en busca de un grial que, como todo grial no tiene contornos ni contenido preciso. Aquí importa solo el camino, solo el vagabundeo, solo el hecho de “navegar”.

Como lo señalé antes, la imagen y/o el onanismo suscitan una forma de goce tanto más fuerte que inútil. Quizá por ello durante mucho tiempo han sido estigmatizados en la tradición judeocristiana y ahora moderna. Hago la precisión de que la libido en cuestión no es simplemente sexual sino que connota una manera más amplia, una energía, una pulsión vital, en pocas palabras, un querer vivir irreprimible. Se trata de cierto instinto que no se preocupa por razonamientos precisos. Es esto lo que apesadumbra a los observadores sociales que se resisten a admitir que tal cosa pueda tener sentido (finalidad). De esta manera, el filósofo alemán Romano Gardini definía el espíritu de la liturgia: “*Zwecklos aber sinnvoll*”. Es una liturgia que se realiza en los *blogs*, foros de discusión y múltiples sitios comunitarios que marcan el telón electrónico. El contenido importa poco; solo el continente es necesario. Continente quiere decir que se “espacializa” el tiempo. Se crea a partir del estar en conjunto, donde el hecho de permanecer en contacto es la realidad primordial. Con Internet se pasa de una tradición logocentrada, donde la palabra era soberana, a otra tradi-

ción mucho más lococentrada, donde prevalece sólo el espacio, sólo el “sitio” compartido con los demás. De donde surge la impresión de “hablar para no decir nada”. De hecho, no se dice nada, pero este nada es esencial, es matricial. Genera un ser, y así produce cultura.

A través de pseudorroles jugados, *home pages* verdaderas o falsas, cada uno investido de figuras arquetipales, se inscribe en la línea la concatenación que asegura la perduración de la comunidad humana. No es por nada que las pequeñas tribus que navegan por la red utilizan máscaras, nombres y vestimentas de caballeros de antaño o de mitologías antiguas. Hay primitivismo en el aire. Pero lo que éste hace es subrayar la fuerza y el vigor de las cosas arcaicas que se creía haber superado.

Al comienzo de *El nacimiento de la tragedia*, Nietzsche recuerda la importancia de lo que él denomina “figuras incisivas”. Figuras emblemáticas en torno de las cuales se agrega. Figuras que fundan la comunidad. Es eso mismo lo que está en el origen de la cultura. Por lo tanto, esta tiende a debilitarse en civilización hasta que, al acabarse un ciclo, renace una nueva cultura. Quizá sea esto lo que sucede con la cibercultura. La civilización, aburguesante y moribunda, deja el lugar en Internet para el regreso de las figuras arcaicas que, en perjuicio de los racionalistas de todos los pelambres, subrayan que asistimos a un verdadero reenchantamiento del mundo. La “circunnavegación”, he dicho, induce un nuevo orden: el de lo inmaterial, de lo virtual con eficacia contagiosa.

Resulta útil observar de lejos, retrospectivamente, para poder apreciar lo que está ocurriendo. Por mi parte, a menudo he dicho que la postmodernidad naciente podría compararse a ese otro momento fundador que fue el fin del imperio romano, en los siglos tercero y cuarto de nuestra era. Las instituciones oficiales están allí, aparecen sólidas y ya carcomidas por dentro. Las ideologías establecidas son los únicos discursos autorizados, pero nadie presta atención. Todo tiene el gusto insípido de lo ya visto y escuchado. Es entonces cuando los espíritus exigentes buscan sacar provecho. Más precisamente, en el seno del Imperio Romano pululaban esos cultos misteriosos que llegaban a su fin. Nacían Orfeo, Mitra, el Cristianismo. Entre otras, aparecen

las comunidades donde uno no se contenta con los encantamientos trasnochados y un poco mortíferos. Esos son los “sitios” donde se vive la “religión verdadera”. Esta se ocupa de los otros, de los viejos, de los enfermos, de los jóvenes. Se encuentra en sintonía con la vida cotidiana. En pocas palabras, mediante ella se logra el enlace de la alteridad. Es decir, con el otro en la proximidad (lo social), y con el otro en la lejanía (la deidad).

El “misterio” es lo que une a los iniciados entre ellos, entre aquellos que comparten los mismos mitos. Pero, ¿cómo fue posible que ante el florecimiento de estos cultos que tenían especificidades muy cercanas solamente el cristianismo haya sobrevivido? Es claro que debe haber múltiples razones. ¿Se puede privilegiar alguna? Como un cuerpo que secreta aquello que permite su supervivencia, las pequeñas sectas cristianas van a secretar el dogma de la comunión de los santos, mediante el cual se unen los muertos con los vivos y los vivos entre sí. De esta manera, la comunidad de Roma se une en espíritu a la de Lyon, Narbonne y Milán. Así se crea, mediante línea punteada, una unión que va a dar nacimiento a una Iglesia importante y a una cultura de la cual es producto toda Europa. Gracias a esta “comunión” se establecerá un comercio entre las diversas iglesias locales. Intercambiar y compartir constituye un *corpus mysticum* de donde se extraen todas las consecuencias doctrinales y organizacionales del enlace al que nos hemos referido.

Volvamos a aquello que está sucediendo ante nuestros ojos. Se trata del mismo proceso de iniciación; se intercambia y comparte de la misma manera en todos los órdenes. El *peer to peer* está a la orden del día en numerosos dominios. Así mismo, ¿no es mediante contaminación electrónica como se desarrollan los fenómenos altermundialistas, la difusión de la información, los encuentros frívolos o serios? Un término traduce todo aquello de manera adecuada: *flashmob*. Movilización instantánea. Incluso en el orden del conocimiento, con sus errores mayúsculos y perjuicios conocidos, Wikipedia es el punto de referencia, un símbolo si se quiere, que indica que el saber ya no viene de lo alto, que ya no emana de un poder vertical, sino que se extiende

a imagen del poder de base, de una manera horizontal. No se trata sino de índices de la cibercultura naciente. El desarrollo tecnológico que ha participado en la desmagificación del mundo y contribuido al aislamiento de los individuos; lo que se puede denominar la soledad gregaria, se invierte en su contrario y contribuye a un nuevo enlace: estar siempre en contacto, en unión, en comunión, estar informado.

Sí, con Internet se desarrolla una nueva cultura. El “ciberespacio” es un vínculo con contornos indefinidos e infinitos, donde, de una manera matricial, se elabora el encuentro con el otro y se reafirma el cuerpo social. Por ello, podría decirse que constituye la comunión postmoderna de los santos.

Índice analítico

- 7Digital 88
Acto de habla 95, 96, 98
AIM 112
Aletheia 61
Amazon 88, 163, 182, 184
Amdocs 178
Ampliación crítica de la individualización 213, 214
Análisis conversacional, AC 93, 94, 96, 97, 100
Aplicación 55, 56, 80, 113, 118, 127
Apocalípticos 156, 157, 182
Autor 17, 50, 52, 143, 144, 145, 147, 148, 151, 156

B2B, *business-to-business* 181, 183
B2C, *business-to-consumer* 181, 183
BlackBerry 42, 44, 113, 174, 186

Blog 15, 16, 23, 51, 82, 111, 115, 163, 252, 254, 257
Blogspot 163

C2C, *consumer-to-consumer* 182
Cara a cara 31, 33, 41, 42, 87, 97, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 129, 134, 162, 197, 198
Cibercultura 250, 252, 255, 256, 258, 260
Ciberespacio 14, 15, 16, 23, 24, 25, 26, 77, 78, 79, 85, 88, 173, 174, 175, 176, 177, 180, 181, 184, 195, 228, 236, 239, 260
Cibermercado 174, 177, 182, 185
Circunnavegación 14, 250, 258
Comunidad virtual 31, 41, 69, 77, 78, 79, 84, 126, 129, 130, 134, 143
Conversación 50, 51, 53, 68, 82, 93, 94, 95, 96, 97, 100, 101,

- 104, 105, 106, 115, 119, 126, 130, 131, 136, 138, 146, 223
- Cosas virtuales 94
- Chat, chatear 14, 26, 55, 96, 107, 128, 179, 214, 235, 237, 238, 254
- devianART 1143, 149
- Dispositivo móvil 111
- e-Bay* 173, 185
- e-business* 175, 178, 180, 181, 184
- e-commerce* 175, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 185
- e-marketplace 184
- Erótica de la lectura 152
- Erótica de la palabra 144, 152, 155
- Estatus 40, 41, 42, 55, 56, 58, 132
- Ethos 169, 17, 174, 175, 176
- Etnometodología 94
- Facebook 16, 24, 26, 31, 32, 34, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 49, 50, 51, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 67, 69, 71, 72, 79, 83, 85, 112, 114, 129, 162, 163, 199, 254
- Felicidad 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 68, 73, 226
- Gramática conversacional 93, 95, 98, 106
- Google 24, 103, 112, 148, 220
- Google Earth 192, 194, 195, 199
- Hackers 181
- Hashtags 116
- Hi5 79, 83
- Hipermedial 149
- Iconografía 67, 70
- Ícono 69, 106, 152, 251
- Identidad 11, 14, 15, 16, 18, 20, 24, 31, 34, 37, 38, 49, 74, 79, 85, 86, 89, 101, 112, 137, 138, 176, 177, 197, 198, 228, 233, 234, 236, 241, 242.
- Imagen 16, 17, 21, 23, 24, 25, 31, 37, 38, 42, 49, 61, 73, 81, 82, 86, 96, 98, 101, 130, 132, 133, 138, 144, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 179, 192, 195, 204, 205, 207, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 220, 224, 225, 227, 23, 236, 237, 238, 240, 243, 251, 252, 253, 254, 257, 260
- Imaginario 16, 138, 243, 250, 252, 253, 255, 256
- Integrados 156, 157, 182
- Interacción 31, 39, 40, 50, 62, 73, 85, 94, 95, 96, 97, 98, 100,

102, 107, 114, 120, 129, 134,
 136, 177, 184, 194, 196, 211,
 220, 238, 239
 Interfaz 56, 58, 113, 118
 Internet 14, 15, 17, 23, 67, 79,
 111, 112, 113, 125, 126, 127,
 128, 129, 131, 132, 133, 136,
 138, 143, 144, 148, 149, 156,
 157, 161, 162, 163, 169, 177,
 179, 180, 182, 183, 186, 191,
 192, 193, 194, 197, 204, 211,
 229, 234, 235, 236, 241, 242,
 243, 256, 257, 258, 260
 iPhone 80, 88, 111, 113
 iTunes 77, 80, 83, 88

 Jaiku 111, 112,
 Java 179

 Last.fm 77, 79, 80, 81, 83, 84,
 85, 87, 88
 Lector 50, 53, 55, 59, 62, 143,
 144, 145, 146, 147, 148, 149,
 150, 151, 152, 153, 154, 155,
 156, 157, 164
 LinkedId 79
 Lugares de transición pertinen-
 tes 93, 104

 Medios de comunicación 17,
 34, 50, 51, 52, 77, 113, 152,
 155, 161, 169, 250
 Mensaje instantáneo 44
 Messenger 199, 223
 Microblogging 111, 112, 114,
 115, 117, 120
 Microsoft 178
 Modernidad 19, 73, 147, 210,
 213, 220, 221, 226, 250, 251,
 254, 255,
 mp3 78
 MSN 16, 68, 112
 Muro 33, 39, 40, 55, 56, 58,
 59, 68, 70, 71, 73, 82, 86, 252
 Mutación 15, 21, 49, 153
 MySpace 79, 112, 114, 129,
 135, 254, 256

 Negociación 101, 214
 Neotribalismo 173

 Opinión pública 164, 165, 166,
 168, 169
 Oracle 178, 179
 Orkut 79

 Panoramio 195
 Pay-Pal 185
 PDA 111
 Perfil 17, 32, 37, 38, 39, 40,
 41, 43, 55, 56, 57, 58, 59, 68,
 79, 81, 82, 83, 86, 87, 88, 113,
 114, 117, 118, 119, 127, 128,
 130, 132, 133, 134, 135, 136,
 137, 149, 162
 Plug-In 77

Posmodernidad 212
 Pragmática 94, 96, 100, 102
 Preferencia por el acuerdo 95
 Preferencia por el empalme con-
 firmativo 96, 104, 105, 106

 RadiusIM 112
 Real 27, 40, 41, 49, 58, 61, 71,
 72, 78, 80, 88, 89, 104, 107,
 113, 114, 116, 118, 120, 128,
 129, 137, 150, 151, 153, 155,
 174, 181, 184, 192, 221, 222,
 223, 226, 227, 228, 229, 233,
 234, 235, 239, 240, 243, 249,
 252, 254, 255
 Realidad 19, 20, 26, 27, 31, 35,
 36, 37, 38, 40, 53, 58, 62, 70,
 72, 79, 88, 103, 146, 150, 152,
 153, 157, 170, 192, 221, 226,
 227, 233, 239, 240, 243, 249,
 250, 255, 257
 Reality Shows 35
 Red 31, 32, 33, 37, 40, 42, 43,
 44, 51, 55, 56, 57, 58, 69, 73, 77,
 79, 80, 81, 84, 87, 88, 107, 112,
 114, 115, 116, 117, 118, 119,
 120, 125, 131, 139, 143, 148,
 149, 156, 161, 163, 169, 174,
 177, 178, 179, 180, 181, 182,
 183, 203, 208, 210, 239, 258
 Red social 32, 37, 51, 69, 63,
 77, 79, 81, 87, 112, 114, 115,
 118, 239

 Rizomática 57
 Salesforce.Com 178
 Sap 178
 Second Life 26, 254, 257
 Sexo virtual 239
 Socialidad 134, 138, 255
 Sociedad líquida 222, 224, 230
 Software 79, 80, 87, 126, 143,
 178, 179, 180, 182
 Supermán 203, 204, 205, 206,
 208, 209, 211, 213, 214, 215

 Telefonía móvil, teléfono mó-
 vil 93, 94, 96, 97, 98, 99,
 101, 104, 106
 Tic 174, 175, 176
 Toma de turno de palabra 97,
 98
 Transfert 154
 Trinos 113, 114, 116, 118, 119
 Twitter , twittear 16, 24, 79,
 111, 112, 113, 114, 115, 116,
 117, 118, 119, 120, 163

 Unidades proposicionales del
 discurso 95

 Vecindario 77, 78, 78, 83, 84,
 86, 87, 89, 191
 Vida líquida 73, 86

Video 72, 203, 205, 209, 210, 211, 212, 213, 219, 225, 226, 228, 229, 251

Virtual 12, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 22, 25, 26, 27, 31, 39, 40, 41, 42, 49, 56, 58, 61, 62, 67, 69, 70, 77, 79, 84, 87, 88, 112, 113, 114, 115, 117, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 137, 139, 162, 164, 173, 186, 191, 193, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 211, 219, 220, 222, 223, 228, 229, 233, 234, 235, 236, 238, 239, 240, 241, 243, 251, 252, 254, 255, 256, 258

Virtualidad 15, 18, 20, 39, 70, 71, 114, 162, 165, 169, 186, 194, 212, 229, 243, 244, 253

Web 14, 49, 50, 51, 58, 68, 69, 113, 115, 118, 125, 126, 137, 143, 148, 149, 156, 161, 163, 166, 167, 168, 191, 194, 195, 197, 204, 220, 235, 236, 237, 238, 239, 242

Webcam 233, 235, 236, 237, 238

Wikipedia 17, 24, 149, 259

Wordpress 163

Xbox 360 80, 83, 88

YouPorn 24, 219, 229, 230

YouTube 24, 43, 129, 163, 204, 205, 211, 212, 219, 220, 221, 222, 223, 225, 226, 227, 228, 229, 230

Este libro se realizó en el taller editorial
Goth's Imágenes en mayo de 2011
y se compuso con fuentes de la familia Garamond.
Primera edición, 300 ejemplares
Impreso en Bogotá