

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Alzuru, Pedro (2010). El mercado globalizado del deseo. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 3 (1), Artículo 2. Disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

## **EL MERCADO GLOBALIZADO DEL DESEO**

*GLOBALIZED MARKET OF DESIRE*

*ALZURU, Pedro. Profesor de la Universidad de Los Andes - Venezuela*  
[alzuru@ula.ve](mailto:alzuru@ula.ve)

Página 19

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## RESUMEN

Hoy las industrias del ocio, para bien y para mal, son las protagonistas de la dinámica macroeconómica occidental. Las tecnologías de la comunicación, estimulados por las tecnologías de punta, han tenido en las últimas décadas desarrollos inimaginables: receptores miniaturizados y ubicuos, frecuencia modulada, alta fidelidad, estereofonía, que han promovido tanto el aislamiento de millones de individuo, en sus casas y automóviles, como su cálida socialización en espacios oscuros. Una perversión clandestina que debería ser objeto de represión policial, ha entrado en nuestras costumbres públicas y respetables; el placer morboso de la audiencia televisiva, la fruición y la vivencia de los espectadores de hoy no son distintas a las de los espectadores del Coliseo romano. Se reflexiona en este ensayo en torno a la cultura del espectáculo, cultura de consumo, cultura del consumo erótico.

**Palabras clave:** Deseo, Erotismo, Espectáculo

Recibido: 02 de febrero de 2010

Aceptado: 28 de marzo de 2010

## ABSTRACT

Today, entertainment industries are the main figures of western capitalism dynamics. Information and Communication Technologies (ICT) have been developed in an unthinkable way: tiny and ubiquitous receivers, frequency modulation, and high fidelity; all these concepts have provoked the isolation of millions of individuals, in their faces and cars; as well have provoked a tendency to socialize in dark spaces. This perversion -that should be persecuted by police- has come into our public and respectable customs. The morbid pleasure of TV audiences is very alike to the scenes of a Roman Coliseum. This essay reflects on culture of spectacle, culture of consume, and culture of erotic consume.

**Key words:** Desire, eroticism, spectacle.

Submission date: February 01<sup>nd</sup> 2010

Acceptance date: March 28<sup>th</sup> 2010

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## 1. El mercado globalizado del deseo

La etología ha demostrado que en la vida humana se dan muchas veces relaciones parecidas a las de los depredadores, aunque en un marco de normas que las reglamentan y legitiman, limando sus aristas más brutales. La herencia filogenética explicaría que emociones arcaicas, en forma de sensaciones de miedo, amor, odio, júbilo, depresión, inquietud, esperanza, inseguridad, placer o nostalgia nos embarguen, por esto nuestra vida emocional no dista mucho de la de un cazador de hace cien mil años.

Este determinismo no impide, sin embargo, que las modernas tecnologías de comunicación e información modifiquen nuestras vidas convirtiéndonos en el novísimo homo informaticus.

Con todo y sus sustratos comunes, las culturas humanas han sido muy diversas, pero las normas adoptadas, no obstante las diferencias, no pueden ir contra la existencia de la especie. En lo que a Occidente concierne, en el siglo XVIII con la Ilustración, formuló su proyecto de progreso racional que hoy algunos ven como lineal, limitado e insuficiente y llegan a percibir en el presente los indicios de una época postmoderna; otros consideran que las críticas no deben ir tan lejos y arriesgarnos de nuevo al imperio de la oscuridad. Ambas tendencias comulgan en plantearse nuevas estrategias culturales frente a esta nueva realidad tratando de evitar el desfase entre desarrollo material y económico y desarrollo político, social y moral, que nos llevaría a la catástrofe. Pongamos entre paréntesis, porque desbordaría nuestro objetivo ahora, las situaciones en las cuales no hay ninguno de estos desarrollos.

En coherencia con esta perspectiva etológica, Gubern (2000, p.10) afirma: “tal vez la razón más determinante del proceso evolutivo de la hominización radicó en su decidida tendencia neofílica, tendencia hacia la exploración y la novedad opuesta al conservadurismo neofóbico de tantas especies animales.” La actitud neofílica comporta riesgos por lo cual nuestros ancestros aprendieron a ser prudentes y así fundaron esta civilización, en la cual los medios de comunicación han jugado un rol decisivo.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Cada novedad tecnológica en este ámbito suscita resistencias neofóbicas: Sócrates, en el Fedro de Platón, objeta la escritura por atentar contra la memoria; la imprenta de Gutemberg fue recibida con hostilidad, porque la lectura individual atentaría contra la cohesión social; cuando apareció la fotografía en 1839, protestantes fundamentalistas la condenaron apoyándose en su iconoclastia y el mismo Baudelaire, en 1859, le reprochó su servilismo reproductor mecánico opuesto a la creación artística; cuando empezó a difundirse el fonógrafo de Edison, inventado en 1877, vaticinaron que la música mecánica acabaría con la música viva; fue necesaria la presión social y empresarial para la difusión pública de la comunicación telefónica, inventada por Alexander Graham Bell; lo mismo pasó en los años veinte del siglo pasado con la radiotelegrafía que los militares querían restringir a su servicio; el espectáculo cinematográfico tuvo resistencias desde finales del siglo XIX, se veía con desconfianza este sugestivo espectáculo compartido por hombres y mujeres en una sala oscura; a la televisión se le llamó “caja tonta” (idiot box) y se le ha connotado siempre negativamente aunque, igual o más que las novedades anteriores, es cada vez más parte de la vida cotidiana de todo el mundo.

Ciertamente este medio ha colonizado el tiempo de ocio social, sustituyendo a otras actividades culturales, el estudio, la asistencia al teatro y a los museos, la tertulia, las excursiones, las prácticas deportivas etc., pero esto debe matizarse con la diferencia entre telespectación incondicional y telespectación selectiva, es decir la patología social de la teledicción y la audiencia de acuerdo a intereses específicos.

No podemos obviar las múltiples fusiones que hay y que habrá entre estos medios, lo que aumentará su presencia en nuestra cotidianidad a menos que nos desconectemos del mundo, de su economía, de su política, de su cultura porque estos campos no están aislados, aunque los nacionalismos y los regionalismos sueñan con esos paraísos económicos, políticos y culturales para ejercer abiertamente su poder retrógrado.

Esta perspectiva tendería hacia el triunfo de la cultura claustrofílica, contra la tradicional cultura agorafílica, a polarizar moralmente los espacios opuestos del hogar seguro y de la calle peligrosa. Estos polos, paradójicamente, dependen cada vez más el uno del otro; la política, por ejemplo, ámbito agorafílico por excelencia, depende cada vez más de las industrias culturales contemporáneas,

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

todo poder político tiene un creciente contenido mediático, y los medios son, quien lo duda, un poder político.

El desarrollo de las industrias culturales se asocia con la disminución de la jornada laboral, con el incremento del tiempo de ocio, al punto de calificarse a la sociedad postindustrial como “sociedad del ocio”. El uso que los ciudadanos hacen de este tiempo de ocio puede ir de lo embrutecedor y degradante hasta la realización positiva de la personalidad humana, su enriquecimiento sensorial e intelectual, el *otium cum dignitate*, ensalzado por griegos y romanos. Hoy las industrias del ocio, para bien y para mal, son las protagonistas de la dinámica macroeconómica occidental. Las tecnologías de la comunicación, estimulados por las tecnologías de punta, han tenido en las últimas décadas desarrollos inimaginables: receptores miniaturizados y ubicuos, frecuencia modulada, alta fidelidad, estereofonía, que han promovido tanto el aislamiento de millones de individuo, en sus casas y automóviles, como su cálida socialización en espacios oscuros.

En la “cultura del espectáculo” como también ha sido calificada la sociedad contemporánea, las imágenes certifican la realidad, su omnipresencia es calificada por algunos como un peligro mientras otros piden todavía más. La televisión se ha convertido en el centro del hogar, se interpone entre nuestra mirada y la sociedad, es ventana o vitrina siempre abierta en medio del hogar que nos convierte a todos en mirones. Curiosamente se debate entre sensualismo (por su carga exacerbada de sensualidad y erotismo) y desensualización (imagen plana, sin el tacto y el olor propios de la relación erótica).

La televisión se dirige antes que nada a la esfera emocional del sujeto, muestra cuerpos, los encuadra, los acerca de una manera muy eficaz para sus espectáculos audiovisuales que satisfacen las apetencias emocionales de la audiencia. La programación en diferido puede permitir una censura, difícil o imposible en la televisión en directo. Esto facilitó, por un tiempo, una regulación institucional que mantenía el equilibrio entre atractivo comercial y respetabilidad social, permisividad y prudencia, pero la televisión por cable e inalámbrica acabó con este equilibrio. En televisión, como en cine, el erotismo -y no sólo para los insatisfechos- es el señuelo predilecto, esto es sobre todo evidente en la publicidad, al vender excitando los deseos de la audiencia, espectacularizando los cuerpos, los mismos objetos de consumo son erotizados con los recursos técnicos de la televisión. Si esta es la “sociedad de consumo” lo es sobre todo de consumo erótico.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

El público del cine es más selectivo, elige un film, se desplaza y paga un precio para verlo; el público de televisión es heterogéneo, indiferenciado social y culturalmente, por ello su gusto es más mediocre y convencional. Aunque la TV tenga teóricamente tres funciones, informar, formar y divertir, predomina en ella largamente esta última: golosinas audiovisuales, fast food para el espíritu, regida por la Ley del Mínimo Esfuerzo Psicológico e Intelectual del público. Esta es una estrategia que se impone para satisfacer al público mayoritario, estrategia que no duda en “competir por abajo” para ganarle la audiencia a los canales rivales y esto es común a las cadenas privadas y públicas. Sus valores predominantes son el placer, el juego, el escape y el consumo, ofrece ensueños deseables para los pobres y marginados, los “socialmente insatisfechos”. Cuando las masas eran muy pobres para consumir, el gusto lo determinaban las clases ilustradas, ahora son las masas consumistas las que determinan un gusto que la televisión y los otros medios satisfacen solícitos y con muchas ganancias, económicas e ideológicas.

El éxito de los reality shows, no deja dudas sobre el predominio del sensacionalismo en la TV, éste también ha afectado la programación erótica, la pornografía dura (hardcore) es uno de sus últimos escrúpulos, se reserva todavía a los canales de cable, pero hasta esto se desmonta por los cambios de horario. Pero si la pornografía del sexo necesita todavía escaramuzas y la pornografía de la muerte se cuelga en los noticieros, la pornografía política se ha entronizado.

Con todo, la industria televisiva sabe que el público no es sólo una masa indiferenciada, es segmentable en franjas con intereses particulares, como ya lo habían comprobado y manejado las industrias editorial, periodística, discográfica, cinematográfica, etc., hay una oferta hegemónica y planetaria pero hay una demanda intersticial, disidente, alternativa que exige una oferta, eventualmente satisfecha. Las minorías no están fuera del mercado, nadie puede estar fuera del mercado, esta es precisamente la “sociedad de consumo”, de compra y venta, claro está que los gobiernos nacionales deben buscar el mejor posicionamiento en ese mercado, el más conveniente para sus ciudadanos, pero creer que se puede estar fuera del mercado o contra el mercado, sobre todo cuando se depende de la venta de materias primas, es suicida o mas bien criminal.

Los medios no se sustituyen, la mayoría de ellos pervive, pero su cobertura del tiempo de ocio de los ciudadanos obliga a permanentes reacomodos de su jerarquía en el mercado, así como la televisión ha sustituido al cine y a la radio, está siendo sustituida a su vez por Internet y la fruición aislada parece estar

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

sustituyendo a la fruición comunitaria. La serialización de los productos audiovisuales se ha impuesto a la singularidad, la diferenciación y el riesgo, por eso entre otras cosas, la televisión se ha impuesto al cine. Las sagas cinematográficas (Rocky, Indiana Jones, Batman, etc.) son una evidencia de la imposición del canon televisivo, pero el producto audiovisual más evidentemente serializado, taylorizado y redundante es la telenovela, en este género en Venezuela tenemos un patrimonio muy significativo que nos ubica en el centro de la cultura de masas internacional sobre todo en el llamado Tercer Mundo pero también entre la población latina de Estados Unidos y en algunos países de Europa, ello dice mucho de la cultura venezolana y de sus relaciones estrechas con la cultura hegemónica contemporánea, sea como receptor o como emisor de productos audiovisuales.

Se ha formado una constelación electrónica entre el cine, la televisión, el video y la imagen sintética del ordenador que constituye la provincia hegemónica en la cultura contemporánea, con un mismo lenguaje pero con diversos dialectos. Esto ha permitido la transición del “menú televisivo” a la “televisión a la carta”, influencia de los medios dominados en el dominante, si se quiere.

Se trata en fin de cuentas de posicionarse de la mejor forma en el mercado trasnacional del deseo y las ficciones serializadas o telenovelas, herederas del melodrama y de la novela del folletín, son un medio idóneo, “diván del pobre” o “pornografía femenina” como se les ha calificado. Las sagas familiares norteamericanas de finales de los setenta (Dallas, Dinastía) predicaron a la audiencia que los dos pilares del mundo son el dinero y el sexo, habría que investigar en cuanto las telenovelas venezolanas han podido anticiparse a este programa, claro está sin los recursos de Hollywood.

En ambos contextos la empatía de las audiencias ha sido intensa: los protagonistas se imponen como una presencia hogareña, un familiar más; sus caracteres son marcadamente estereotipados, arquetipos claramente reconocibles por el público; con un flujo biográfico continuo, como el de sus espectadores. Estas características generan una eficaz identificación-proyección en la audiencia que vive de forma vicarial grandes pasiones, en un proceso de autosublimación, se identifica con el personaje positivo y libera sus frustraciones a través del personaje malvado. En todo espectador coexisten un doctor Jekyll y un Mr. Hyde, y una buena ficción debe satisfacer estas dos necesidades psicológicas opuestas de amor y odio. En series norteamericanas que se televisan actualmente estos dos

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

polos están en el mismo protagonista o en los mismos protagonistas, como en la novela de Stevenson, tales son los casos de Dexter y de Nick Tuck, transmitidas por el Canal Fox. Debe ser interesante sin duda saber ¿qué ocurre con los espectadores?, ¿si este particular protagonismo que reúne a Dios y al Diablo, al bien y al mal, no le produce una “disonancia cognitiva” es decir una discrepancia desagradable entre sus expectativas y los mensajes recibidos?, ¿O será esta una “nueva” fórmula para engancharlos?

La cultura contemporánea con esta confusión entre productos audiovisuales y vida real o vida de los “ricos y famosos” despliega ante nuestros ojos la, para su momento, inquietante aseveración nietzscheana: “la realidad se ha convertido en fábula”, los protagonistas de los films y de las series televisivas “saltan” de las pantallas a la cotidianidad, y viceversa, los protagonistas de la vida cotidiana, los dirigentes, los “ricos y famosos” aparecen en las ficciones audiovisuales.

Literatura rosa y amarillismo, ahora fundidos en un solo género que atraviesa las telenovelas, las sagas cinematográficas y el mismo tratamiento periodístico de la cotidianidad, en el centro como en la periferia, en el norte como en el sur, en los medios burgueses como en los medios populares, neoliberales o revolucionarios, ¿qué mejor ejemplo de globalización?, ¿de cultura contemporánea planetaria? Dice Gubern: “satisfacen los apetitos emocionales de grandes audiencias porque presentan a los seres humanos como sujetos de grandes pasiones, sean amores, celos codicia o depravación...se infiere que la gran Historia...es un escenario de pasiones volcánicas y que su tejido se construye, o se destruye, a golpe de grandes pasiones”(Ídem, pp.39-40).

Esta dinámica supone un acuerdo tácito entre el exhibicionismo de los sujetos públicos y la mironería de los medios y de la audiencia, pero con frecuencia aquellos narcisistas no miden la voracidad de estos voyeuristas: los casos Clinton-Lewinsky, Diana de Gales, Michael Jackson, son emblemáticos en esta voracidad de los medios, llevan el voyeurismo colectivo a niveles francamente criminales.

No se confundan las masas sin embargo, no crean que puedan llevar la vida loca de los dirigentes, de los ricos y famosos, de los héroes y las heroínas, los que pueden quizá lleguen al coleccionismo erótico, tan frustrante como el consumismo de los que no pueden, consolación para tapar la falta. Otros, sobre todo jóvenes y adolescentes, terminan en tribus marginales violentas, ideológicas, religiosas, identitarias, o en la sumisión ciega a un líder, en el que se vacía la responsabilidad



Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

personal. Los medios socializan a grandes masas, pero la compleja dinámica de la homogeneidad y de la heterogeneidad, nos deja ver que también desocializan, estigmatizando, segregando a los diferentes (reales o imaginarios) hacia la periferia, en países socialistas como en países neoliberales.

El star-system mediático contemporáneo se compone de tres grandes familias: la aristocracia o élite por nacimiento, notorios por la sangre y la herencia; la meritocracia, profesionales notables, entre ellos los de la política y de las finanzas; y, los entertainers, la gente del espectáculo, cine, televisión, deportes, modelos, etc. La jerarquía meritocrática que los medios establecen entre los hechos y las personas no depende de la importancia de los mismos, sino de la frecuencia e intensidad de su tiempo en pantalla. Más tiempo, más valor, independientemente del valor real de esos hechos y personas. Esta presión mediática induce a la iconolatría en la audiencia, cargada de admiración, celebración y componentes libidinales en relación con dichos sujetos.

De aquí la iconocracia, variación mediática y liberal del culto a la personalidad, propio de dictaduras nazi-fascistas y socialo-comunistas, lo que aparece en pantalla existe y mientras más aparece es más importante. El Estado, está, evidentemente sumergido hasta los tuétanos en esta lógica y con ella se forma el Estado-espectáculo: el Supremo, sus sacerdotes, sus liturgias y sus letanías perpetuamente focalizados por los medios. El Estado-espectáculo participa de la lógica de la cultura mediática, es mucho más importante parecer que ser; el pueblo, el "Soberano", se ha convertido simplemente en público, sujeto mediático pasivo. No debe sorprenderse la celebridad, todo tiene sus bemoles, si está permanentemente vigilada y necesite guardaespaldas para evitar, circunstancialmente, las añoradas cámaras y micrófonos.

La diferencia entre información y espectáculo nunca ha sido clara, y ahora, en la era mediática, donde se han hibridado todos los géneros, mucho menos. La función principal de los mítines electorales es ser difundidos por los medios de comunicación de masas, son espectaculares puestas en escena que tratan de ocultar la miseria ideológica, la corrupción administrativa, la ingobernabilidad.

Lo mismo se puede decir de la relación entre publicidad y espectáculo. Las vanguardias históricas (dadaísmo, surrealismo, etc.) perseguían, con su lenguaje innovador, un efecto de extrañamiento, de desautomatización de la percepción y de agresión sensorial al espectador. Este lenguaje y estos recursos técnicos

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

retomados por el videoclip musical y por la propaganda política, buscan el efecto opuesto, la fascinación, la seducción hipnótica, para provocar la compra del producto publicitado, musical o ideológico.

Si con la muerte de las vanguardias históricas se impuso en Occidente el neoliberalismo estético, en el cual el mercado aparece como única instancia de legitimación y juez supremo, como un mercado cultural libre donde no se impone lo mejor sino lo más comercial, podemos ver hacia la antigua Unión Soviética y hacia las escabrosas experiencias socialistas de América Latina para constatar cuál es la instancia de legitimación alternativa, quién es el juez supremo que dice donde hay arte y cuáles son los productos culturales que se imponen desde la política cultural del Estado. Cuando se nos quiere poner en el dilema tramposo de escoger entre la primacía del espectáculo sobre el arte o la primacía de la ideología sobre el arte tenemos que escoger el arte.

En el mercado cultural, sometido al riguroso cómputo de la audiencia, tiende a imponerse la rentabilidad, como ocurre con los reality shows, que convierten las tragedias cotidianas en espectáculos de masas, vertederos de las peores pulsiones del ser humano, autenticadas por la sangre, las lágrimas y el semen, (Ídem, p57), no en escenificaciones críticas de las frustraciones de todos los días. Si se compara este modelo cultural con el generado por la política cultural del Estado socialista, veremos que en éste es la propia vida nacional la que se convierte en un espectáculo, en una telenovela, una película porno, un reality show, autenticado también por la sangre, las lágrimas, el semen y las peores pulsiones humanas, pero ya no escenificadas sino en vivo y en directo, sin edición, en tiempo real, a los ojos del mundo, gracias a la simultaneidad que permiten las nuevas tecnologías de la comunicación. La vida política venezolana de la última década nos ha convertido en un reality show de dimensiones universales que desborda con creces la crudeza y la audiencia de sus mejores telenovelas.

La popularizada expresión aldea global, acuñada por McLuhan en los sesenta, hoy se advierte demasiado optimista: la comunicación en una aldea se supone multidireccional y desjerarquizada. La comunicación a través de las redes mediáticas actuales tiende a ser unidireccional, desde el norte hacia el resto del mundo, ya no es ni siquiera bidireccional como tendía a ser antes de la desaparición del bloque soviético. Esto genera dependencia económica y cultural, informativa, lingüística, tiende a crear un imaginario planetario común. Paradójicamente, en este contexto, las diferencias se reivindican cada vez más

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

virulentamente y a la homogenización del fast food, del vestido y de la música se ha respondido desde todos los rincones del planeta con la heterogenización de las tradiciones culinarias nacionales y locales, con nuevas culinarias que no se adscriben a ninguna tradición, una pluralidad en la vestimenta nunca vista y con la efervescencia de la música popular actual. Por otro lado la tentación de un pensamiento único no se origina sólo del querer universalizar las leyes del mercado en todo ámbito y en toda geografía, las religiones y las ideologías políticas tienen unas reservas fundamentalistas que no se pueden descuidar, el etnocentrismo y el chauvinismo están muy bien repartidos en todo el mundo, en nombre del nacionalismo se impone cualquier barbaridad.

Así como existe un norte y un sur en el planeta, existe, efectivamente, un norte y un sur en cada país, en cada ciudad y si no existe se inventa, tenemos una increíble capacidad de crear razones para estigmatizar a los otros, así pasó entre los ex-yugoeslavos, así pasa entre los venezolanos. Y para acabar con estos males sociales, sin olvidar que hay males humanos que ningún sistema social logrará extirpar, sospechamos que las buenas intenciones no sirven de mucho, cuando oímos un discurso sobre los pobres, el proletariado, los desprotegidos, el pueblo, los niños, las minorías, las madres, el Tercer Mundo, tenemos que ver que fechoría se está escondiendo. La caridad que se publica deja de serlo.

La misma actitud vale frente a las diferencias y jerarquías relativas al acceso (o su negación) a la comunicación, la conexión a las redes de información, el conocimiento científico, y las intenciones de superarlas. La sobrevivencia del más fuerte en lo social depende de las oportunidades pedagógicas, económicas y laborales y el intercambio desigual hace que globalización sea sobre todo americanización, y esto no sólo con relación a América Latina sino con relación a todo el mundo, aunque en grados variables. Pero esas oportunidades son también y sobre todo, a nuestro modo de ver, un problema interno de cada país y de cada región, de cada persona, en su lucha por la igualdad de condiciones y por su posicionamiento en el mercado de bienes, entre ellos por supuesto los bienes culturales. Aunque, viéndolo bien, esa lucha sólo a veces se viste con el noble ropaje de la igualdad, por lo general es el más crudo darwinismo social, sobrevivencia del más apto, con el agregado que acá “el más apto” puede ser simplemente el más codicioso, el más traidor, el más mafioso, el más malandro.

La ilusión modernista, tanto liberal como socialista, es la sobrevaloración del carácter intrínsecamente igualitario, democratizante, de la tecnología, en particular

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

de las tecnologías de almacenamiento y difusión de la información, olvidándose, haciendo abstracción o simplemente siendo incapaces de modificar, las condiciones sociales en las cuales estas tecnologías se insertan. La tensión utópica hacia un mundo mejor, si algo queda de ella, debe combinar desarrollo científico-tecnológico y desarrollo de las condiciones sociales, adecuación entre lo uno y lo otro.

Desde “la década que transformó al mundo”, la reverenciada década de los sesenta en Occidente, las reacciones a la temida homogenización que impondrían los oligopolios mediáticos y mercantiles -todavía no se hablaba de globalización-, se hicieron movimiento, fenómeno social internacional, rebelión juvenil, universitaria, obrera. Se opusieron a ella, y se oponen, ahora los llaman “altermundialistas”, con los instrumentos tecnológicos, institucionales, legales, que les ofrece la misma sociedad y la misma cultura que quieren destruir. Surgió así la cultura underground, sobre todo en las capitales emblemáticas del Occidente contemporáneo, pero también en muchas ciudades y universidades de la periferia, contra el consumismo, el arribismo y la alienación propios del mundo capitalista se erigieron las consignas del amor libre, el hedonismo, el derecho a los estados alterados de la conciencia, etc.

A cuatro décadas del inicio de este presente en el que estamos, el balance nos deja perplejos, esa rebelión, lejos de contribuir al ocaso de la civilización occidental ha contribuido a su enriquecimiento, a su planetarización. Las consecuencias de este complejo proceso, no merecen un abordaje maniqueo, sus prácticas y valores han capilarizado el mundo, hoy muchos de sus protagonistas y partidarios han pasado a ser líderes del poder que combatían, a veces son fieles a sus principios igualitarios pero muchas veces simplemente han pasado a ser parte del darwinismo social, han entrado en una rivalidad mimética con los alienados, consumistas y arribistas que denigraban, se han integrado al variopinto mercado de modos de vida que caracteriza el ágora mediática contemporánea.

Internet, la red de redes, creada por el Pentágono con fines militares, está cumpliendo 20 años, por su origen se le ha relacionado con la ideología de la globalización y del totalitarismo, sistema “globalitario”, le ha llamado Virilio (en Ídem, p.121), aunque hoy desborda largamente ese origen y sirve a innumerables usos, desde los coherentes con ese origen hasta los diametralmente opuestos y en prácticamente todos los ámbitos de lo humano. La información en Internet no se distribuye de forma arborescente sino rizomática, no de forma centrípeta y

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

jerarquizada sino centrífuga y horizontal, tanto que muchos le reconocen cualidades antes reservadas a la divinidad: ubicuidad, instantaneidad e inmediatez, cualidades que hacen del ciberespacio, del mundo virtual, un mundo que amplía el mundo real.

Pero es también una red, la red de redes, por esto es instrumento privilegiado del Estado, totalitario o no, para -por una parte- ocultar la información estratégica para el Estado, porque delataría sus prácticas corruptas y atentatorias contra las libertades democráticas y -por la otra-, para hacerse transparente la vida de los ciudadanos, entendidos como “enemigo interior” y así someterlos con la violencia “legítima”. Gracias a ello, el poder político y militar, como el comercial y financiero, antes concentrado en determinados lugares, se deslocalizó. La red ha sido puesta al servicio de unas élites de poder que toman posesión de sus cualidades divinas: ubicuidad, instantaneidad e inmediatez; así se pueden mover las decisiones, las órdenes de arresto, los capitales, las alianzas, los resultados electorales.

Por las mismas cualidades la red puede contribuir a la democracia directa y participativa o eludir el debate racional y prestarse a manipulaciones que trampean el juego democrático. El ágora informática puede ser la culminación del sueño libertario y de la comunicación universal y puede ser también el panóptico soñado por el totalitarismo, ya no como edificio sino como ojo ubicuo del Gran Hermano, instrumento de la vigilancia y el castigo. Allí se prolongan los bienes y los males del mundo real.

Allí no podía faltar la delincuencia, la intrusión, el saqueo, el robo, el espionaje, la alteración de archivos, el sabotaje, los virus; obras de los hackers (los cuchilleros), quienes ya tienen su Declaración Universal y congresos periódicos en distintos lugares del mundo, donde afirman no ser delincuentes y, al contrario, contribuir con el sistema global de telecomunicación, evidenciando sus vulnerabilidades y luchando contra su centralismo. Para hacerles frente a esta “guerrilla” informática (que no tiene como objetivo bienes y personas sino información y datos) los Estados y empresas han creado sus “paramilitares”, entre ellos antiguos hackers arrepentidos (cualquier parecido con la realidad es pura coincidencia).

Sus ideales son hacer de la propiedad de la información, de las naciones-Estado, de la las leyes de importación y exportación y de la seguridad nacional reliquias de la era del pre-ciberespacio; quieren crear un ciber-mundo sin reglas ni controles. No son, sin embargo un mal de morir para las grandes empresas de las

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

telecomunicaciones a quienes ese mundo “sin reglas ni controles” les viene como anillo al dedo y, por otro lado, están sometidos por su adicción patológica al computador, causa y efecto de nuestro mundo claustrofílico.

Otro rasgo que se señala de Internet es su desorden, el carácter amorfo, expansivo, asistemático y aleatorio de la información en la red, estas características generan un exceso de información, mucha información pero poco conocimiento. La educación formal, desbordada ampliamente por la red debe, por lo menos, dar habilidades de discernimiento, de selección de aquello que nuestro intelecto requiere, esta selección no puede hacerla ningún programa sino la persona educada, cada sujeto ético. La sobreoferta de información y la falta de criterios para seleccionarla son equivalentes a la desinformación.

La red puede ser multilateral aunque el flujo de la información en ella sigue el desequilibrio del mercado mundial; es un espacio libre pero también peligroso, en ella merodean paidófilos y estafadores. Ha modificado sin duda la dinámica aislada y monodireccional de la televisión; los internautas se comunican desde sus distintos intereses personales, de forma sincrónica o asincrónica, conforman comunidades de intereses, no físicas, su vínculo es virtual no personal; sus textos, materia prima de la comunicación, están despojados de los elementos subjetivos y no verbales que caracterizan la comunicación cara a cara; contribuye a la tribalización de la sociedad postindustrial, tribus diferenciadas por sus gustos y aficiones no por su territorio.

Las mediaciones técnicas de la comunicación, videoconferencia, teléfono, correo electrónico, reducen la riqueza informativa de la comunicación cara a cara o en 3-D. La ventaja del texto escrito es que aún no siendo sincrónico se puede releer y reinterpretar, las relaciones teletextuales pueden terminar en relaciones en 3-D, es ideal para los tímidos y los solitarios, por su anonimato estimula la desinhibición pero puede llevar a la idealización del otro. La red es un edén para las “minorías eróticas”, un espacio promiscuo que propicia todos los libertinajes y evidencia todo lo mental que es el sexo. La red permite y estimula el cambio de identidad sexual, la transexualidad virtual, la exploración de identidades que en la vida real pueden resultar complicadas y arriesgadas; estos juegos pueden esconder turbias intenciones, el acoso sexual, la manipulación de conciencia, la seducción de la víctima. Es, como la vida en 3-D, ámbito de uniones felices, de fracasos y de trampas.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

La soledad de la pantalla puede excitar las fantasías libidinales de personas insatisfechas o satisfechas de su vida sexual en 3-D; puede ser un incentivo en caso de incapacidad por timidez, fobias, o patologías y puede resultar más gratificante que en 3-D; puede hipertrofiar las fantasías y potenciar el fetichismo; puede ser adictiva; sin que entremos a considerar si estos efectos sean patológicos. Pero, no tiene limitaciones, no produce agotamiento, ni embarazos ni contagios; se ama a una persona imaginaria, no real, por ello no decepciona; elimina las secreciones, el mal aliento, el sudor, la menstruación y los problemas “matrimonietarios”. Por estas ventajas ya son comunes los amantes virtuales, el adulterio virtual y el adulterio que se consuma en 3-D a partir de su inicio meramente virtual.

De aquí que la pornografía sea la aplicación recreativa más extendida de la red, incluyendo variantes especializadas que se extienden a todas las parafilias. Este fenómeno tuvo por supuesto antecedentes en los otros medios, en el teléfono, en el cine, revistas, etc., y, como en los casos anteriores, han surgido iniciativas contra esta práctica que la red no ha hecho sino favorecer por sus características.

Un 70% del comercio electrónico es de contenido pornográfico, el imaginario erótico parece no tener frontera, en este ámbito, como en el resto de los fenómenos humanos, parece imponerse la tendencia neofílica. No sólo la pornografía genital, también la pornografía de la crueldad alcanza cotas insospechadas, el sadomasoquismo, el “placer asociado al displacer” teorizado por Freud y la escuela psicoanalítica. Este fenómeno ya no es sólo objeto de un film, de un video o de un programa específico, es parte de las noticias cotidianas, la sociedad entera produce y observa con fruición, con una fascinación hipnótica, el espectáculo cruel de la sesión de sucesos y de la política nacional. Hay, sin duda, un sadomasoquismo en esta expectación que tiene una larga tradición en la literatura, el cine y otros medios, pero adquiere hoy un carácter sui generis. La espectacularización sádica que hoy vemos en las pantallas prolonga una larga tradición que se inicia en el Coliseo romano y desde entonces no ha cesado con la espectacularización de las guerras, las masacres, los combates cuerpo a cuerpo, los partes policiales de las grandes ciudades, las ejecuciones públicas, los juegos de video y muchos otros ejemplos. Todo ello proporciona a las masas lo que el mismo Shakespeare definió como “deleites violentos” (violent delights).

En 1977 aparecen las primeras noticias del snuff cinema, un género típico de nuestra contemporaneidad, no es otra cosa que la filmación directa del asesinato,

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

de la violación y de otras atrocidades que nos caracterizan; el snuff cinema registra la muerte y la violencia extrema para permitirnos renovar el placer de su contemplación; podemos decir que es hermano gemelo de los telediaros que traen cotidianamente a nuestros hogares el mismo registro; la estética de la muerte violenta es parte importante de la estética contemporánea. Las investigaciones sobre la audiencia del cine snuff revelan que “el momento más excitante de la muerte para sus mirones reside en el espasmo corporal, en el calambre somático, en la sacudida física que desorganiza la resistencia muscular y se convierte en metáfora letal del orgasmo” (Ídem, p.185).

El rostro humano se convierte en objeto obsceno por ser la parte más desprotegida del cuerpo, por desvelar las más íntimas vivencias de dolor, de placer, de lascivia, de codicia, de odio; la obscenidad suprema no está en los genitales sino en el rostro, sede expresiva de las bajas pasiones, de las emociones incontroladas, aún contra la voluntad del sujeto. Por esto en el snuff cinema y en las sesiones de sucesos y de política nacional de los telediaros convergen los logros del cine de terror y del porno duro.

La cultura snuff no es una cuestión de delincuencia común, una perversión clandestina que debería ser objeto de represión policial, ha entrado en nuestras costumbres públicas y respetables; el placer morboso de la audiencia televisiva, la fruición y la vivencia de los espectadores de hoy no son distintas a las de los espectadores del Coliseo romano, digan lo que digan juristas, pedagogos, psicólogos y moralistas.

Desde esta perspectiva, Venezuela en este momento puede verse como una película porno, como un film snuff que observa la humanidad entera: los rostros descompuestos de su miseria cotidiana, la ira y el goce de su gobernante, del adulador, del miserable, del estigmatizado, en fin el espectáculo de su fratricidio colectivo. No debemos quejarnos del mercado globalizado del deseo, estamos haciéndole una muy significativa contribución.



Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## **2. Referencias Bibliográficas**

1. Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.