

## Del vagabundeo al entretenimiento o ¿ya tienes Twitter?

Juan Manuel García Belmonte\*

Pertenecer a un lugar, tener una religión, practicar deporte o implementar hábitos conocidos y reconocibles para los otros, nos identifica con ese «mundo» que se nos antoja diverso e inasible; identificarse, accionar, conectarse con aquello que está de moda es «cool» o nos pone «in», y modifica sustancialmente los comportamientos individuales y colectivos.

Si viajamos incluso en un recorrido por nuestro entorno inmediato, nos reconocemos diversos y globales a la vez. Las ideas de identidad, pertenencia, autenticidad o personalidad se ven distorsionadas por los cánones establecidos por la moda, internet, la publicidad, el espectáculo y la información mediatizada.

Cientos de canales de audio y video, montones de celulares, computadoras, objetos chic, *gadgets*, miles y miles de símbolos y códigos se afianzan en la conciencia individual y colectiva para expulsarnos del antes paraíso unívoco de razas, creencias y culturas indisolubles. Vivimos una cultura del entretenimiento y el placer, donde Facebook es parte indisoluble de nuestra existencia y Twitter confecciona los códigos y las metanarrativas del lenguaje que, ¿comunicamos?

*Conectados*, escrito por Nicholas A. Christakis y James H. Fowler, ha causado revuelo en el último año. Los autores sostienen que las redes sociales pueden determinar con quién se casará alguien, si engordará o hasta el número de parejas sexuales que tendrá y la tendencia a su felicidad o infelicidad, parece prácticamente imposible, pero lo es. Estos teóricos de las redes sociales formados en Harvard se sirven de las más diversas disciplinas como las matemáticas, la psicología y la sociología para demostrar con contundencia la afectación directa que tiene en nosotros las personas a la cuáles estamos conectadas por redes sociales. Al leer parte de la introducción, se sintetiza el grueso de las más de 300 páginas de *Conectados*.

\*Director de Vinculación del  
Instituto Cultural de León  
manobelmonte30@yahoo.com

*Nuestras conexiones afectan a muchos aspectos de nuestra vida cotidiana. Acontecimientos tan excepcionales como un asesinato o la donación de órganos no son más que la punta del iceberg. Cómo nos sentimos, lo que sabemos, con quién nos casamos, si enfermamos o no, cuánto dinero ganamos o si votamos o dejamos de hacerlo son cosas todas ellas que dependen de los nexos que nos vinculan los unos a los otros.*

*Las redes sociales difunden felicidad, generosidad y amor. Siempre están ahí, ejerciendo una influencia sutil y al mismo tiempo determinante en nuestras elecciones, acciones, pensamientos y sentimientos. Y también en nuestros deseos (2010:21).*

Pese a ello, somos vagabundos en la propia tierra, con nuestro equipaje de nostalgias, nuestros fetiches para asirnos a algo y comulgar, aunque sea en un concierto de música ranchera con «lo nuestro», a pesar de que eso que escuchamos ya no se parezca en nada a lo que oían nuestros padres y abuelos.

Nos lanzamos al exilio en un continente de vacíos, pues como afirma Maffesoli (2004), estamos divididos entre la nostalgia del hogar, con todo lo que tiene de reconfortante y matricial, con todo lo que tiene también de apremiante y de asfixiante, y la atracción por la vida aventurera, en movimiento, vida abierta a lo infinito y lo indefinido, con todo lo que tiene de angustia y de peligro.

Formamos tribus identitarias, ghettos, cofradías, en búsqueda de la individualidad y del todo al mismo tiempo para conectar lo próximo con lo lejano. Así, desde casa, con algunos amigos, se viaja, se sueña con viajes virtuales. Dentro del marco de «la tribu contemporánea» uno sale de sí mismo a desenvolverse y a través de este

éxtasis, a comulgar con fuerzas cósmicas, a navegar por internet. En ese sitio donde se supone había separación, ruptura y distinción, renace una perspectiva global, de religiosidad inusitada.

Entonces el éxodo y la añoranza por lo perdido, el tiempo pasado o las prácticas anteriores paradójicamente se vuelve certeza, un hábitat y modelo de todos aquellos que hacen del errar y vagabundear un estilo de vida tanto individual como social.

El exilio y la vida errante nos incluye de facto en un conjunto social diverso del propio, éste conjunto es global, mecanizado y uniforme, perdemos entonces la individualidad o ganamos la colectividad según quiera verse.

### **Cantimplora de pertenencias**

Con los éxodos, exilios y autoexilios se van construyendo las migraciones. Estas desafían la idea de que cada cultura ocupa y se identifica con un territorio. Símbolos, tradiciones, músicas, comidas e historias viajan, atraviesan fronteras, son reinterpretadas, difundidas o rechazadas. Se entremezclan con otras, compiten, se olvidan. Son traducidas, equalizadas, multiplicadas.

¿Qué identidad o cultura tenemos los mexicanos?, ¿qué nos diferencia de un japonés o un senegalés?, ¿cómo consumimos y qué referentes nacionales o regionales tenemos?, ¿quién en Nueva York o ciudad de México puede sentirse patriota de qué?, ¿en dónde buscar el viejo acetato para emborracharnos de nostalgia con un vallenato o un tango?

Somos multiculturales, en movimiento constante e imbuidos de información y cibertecnología que nos dictan el comportamiento

## No existe quizás otro mecanismo más identitario y de añoranza por lo pasado y el anhelo del futuro que la moda.

a seguir. Así, uno de los procesos clave que transforma la organización del tiempo y el espacio se relaciona directamente con las tecnologías de comunicación. Ya no puede por tanto, asociarse de modo simplista «cultura» y «territorialidad». Los medios masivos difunden significantes y textos globales —que sean entendidos de la misma manera por todos seamos extranjeros o no, e incluso migrantes en el propio país— a través de los cuales los significados son negociados y disputados en niveles locales, nacionales, de clase, género o generación.

Para el filósofo Eduardo Subirats, este hecho constituye la parte fundamental de la espectacularización y el espectáculo:

*Los sistemas y redes electrónicas de comunicación han adquirido una nueva dimensión ontológica y antropológica. Su función no reside en la manipulación de la conciencia, sino en la producción de realidad. Dos son sus características elementales: uno, la atomización, deconstrucción y desintegración de lo real bajo sus aspectos biológicos, lingüísticos, culturales y sociales; dos, la construcción corporativa y tecnocéntrica de un nuevo humano. La gasificación de la experiencia y lo social es su última consecuencia (2007:9).*

### Tengo una camisa negra

Tatuados por el exilio permanente de «no encontrarse» o de encontrarse en todos y cada uno de los lugares que frecuentamos (antros, cines, librerías, cafés centros comerciales y playas por ejemplo), no existe quizás otro mecanismo más identitario y

de añoranza por lo pasado y por el anhelo del futuro al mismo tiempo que la moda.

En películas, revistas, decoraciones de restaurantes y demás sitios de ocio, la moda promueve el principio de cohesión de las sociedades contemporáneas para no extrañar nada o avivar la nostalgia de acuerdo con el mercado en cuestión. ¿Cómo un individuo o una sociedad diversa entre sí puede reconocerse como una en la marca de ropa que se usa, los tenis, el modelo de televisor o el último automóvil deportivo del siglo? Nuevamente la paradoja del exilio: salir para encontrarse en los otros pero ligado a las costumbres, discursos y visiones del origen.

Ya en el célebre libro *El imperio de lo efímero*, Gilles Lipovetsky (1990) afirmaba que por un lado, la moda ha homogeneizado los gustos y los modos de vida pulverizando los últimos residuos de costumbres locales, ha difundido los estándares universales del bienestar, del ocio, del sexo, de lo relacional, pero, por otro lado, ha desencadenado un proceso sin igual de fragmentación de los estilos de vida.

Esta fragmentación conlleva a que cada vez tenemos menos unidad en nuestros hábitos de consumo por ejemplo, al igual que otros aspectos: la familia, el trabajo, los amigos, las diversiones.

### El regodeo del placer

Estamos también en una cultura del placer hedonista. Con muchas ventanas abiertas, entendiendo mal y poco nuestro propio cuerpo o el goce de los sentidos, ¿a qué ámbitos se reduce el lenguaje erótico en la época de la despersonalización, la globalidad y la cibercultura? Si dejamos del lado

el lenguaje mimético, en tanto el cuerpo como hablante y centramos la observación en los códigos lingüísticos ubicándolos en el campo de la puesta en común de significados de lo erótico, tenemos una multiplicidad de sentidos que atañen al corpus de la erotomanía.

Recientemente, George Steiner, en el capítulo «Los idiomas de Eros», en *Los libros que nunca he escrito*, se pregunta sobre cómo es la vida sexual de un sordomudo, para de ahí urdir una breve teoría sobre la retórica del deseo, los instintos, el acto de la masturbación y esos lenguajes ocultos que antaño, sostiene, pertenecían a los mundos indisolubles de las parejas, como parte de su capital íntimo.

Si lo más humano es el lenguaje, pero este se ha manoseado, fragmentado, prostituido, minimizado y pervertido (Facebook y Twitter), pudiera creerse entonces que la esfera de lo público y lo privado en un campo como el erotismo pasó desde hace tiempo de ser un acto individual, o de dos, a una práctica colectiva en cuanto a su uso lingüístico.

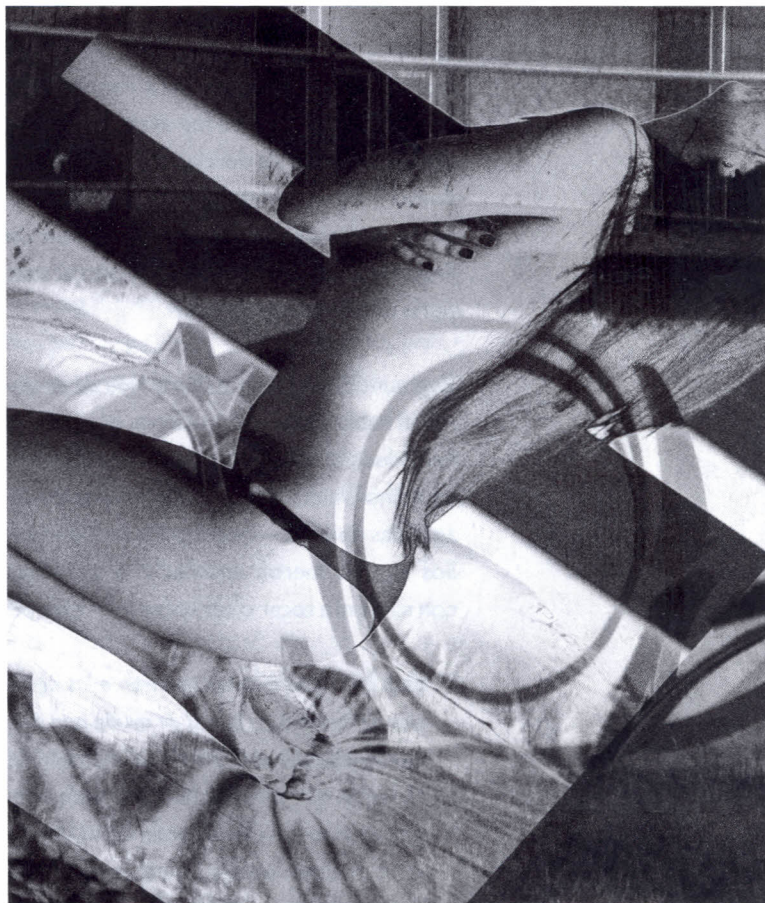
El propio Steiner subraya que

*En el mundo desarrollado, con su corrosiva pornografía, incontables amantes, sobre todo entre los jóvenes, «programan» sus relaciones amorosas, conscientemente o no, con arreglo a unas líneas semióticas precocinadas. Lo que debería ser el más espontáneamente anárquico, individualmente exploratorio e inventivo de los encuentros humanos se ajusta, en gran medida, a un «guión». Hasta es posible que la última libertad, la autenticidad final sea la de los sordomudos. No lo sabemos (2009: 112).*

Ya en su escrito «Palabras de la noche», incluido en *Lenguaje y silencio*, el ensayista

atisba algunos de estos rasgos de la pérdida del aspecto íntimo del lenguaje en la alcoba.

A más de 20 años de diferencia uno de otro, ambos ensayos coinciden en la visión reduccionista del lenguaje erótico, así como de sus desgastados mecanismos literarios, repetitivos e incluso obsoletos. Así, los textos de Sade, Nabokov, Miller y otros se ven tamizados por la repetición de frases y creación de atmósferas recurrentes, ya mediatizadas por la esfera de lo público en diversos contextos.



Lleno de onomatopeyas, lenguaje fragmentario, minimalismo cargado de malicia, las frases de lo erótico son las únicas que aún parecen transgredir las conveniencias del habla instrumental o de cosificación.

Bien explorado en la narrativa nacional o la poesía erótica, escritores como Juan García Ponce con *De Ánima* o Alberto Ruy Sánchez, Ana Clavel o incluso en la indagación que emprendió Tusquets con la colección de *La Sonrisa Vertical*, donde se da una sobrada muestra del lenguaje sexual y de cama, la cofradía de situaciones eróticas en que el lenguaje excita, incita, produce orgasmos, multiplica imágenes, crea realidades, saca a la luz los deseos ocultos, enciende la piel y los orificios corporales, son innumerables, cínicamente gozosas y cachondas al extremo.

Quienes se han atrevido a entrar al lenguaje oculto de los amantes para desentrañar por todos los medios los avatares de ese campo colmado de delicias han encontrado como Steiner, un código críptico permanentemente amenazado por la prostitución lingüística, así como la masificación al más puro estilo de reality show.

Zygmunt Bauman en su libro *Vida de consumo*, al hablar sobre el creciente número de individuos que buscan parejas por internet en Reino Unido, así como la proliferación de agencias de citas —que capta a todos aquellos que no fueron enseñados a socializar con nadie ni a tocar o ser tocados— escribe:

*Está claro que quienes recurren a las agencias de internet en busca de ayuda han sido malcriados por el facilismo del mercado de consumo, que promete hacer de cada elección una transacción segura y única, que no genera obligaciones a futuro; un acto «sin imprevistos», sin «ulteriores gastos», un gesto*

*«no vinculante» por el que nunca nadie lo llamará. El efecto secundario de esa vida de niños mimados ha demostrado ser, sin embargo, una notable discapacidad social (2007:30).*

El erotismo en su lenguaje y cualesquiera de sus manifestaciones es por tanto uno de los gestos más vinculantes de los seres humanos, el oasis en el desierto del mero intercambio de conocimiento e información fácil y sin compromisos.

Lenguaje sensorial apabullante, nuestra carga erótica define y redefine los modos de nuestra vida pública e intimidad, es parte del ser y estar en el mundo y el cosmos del otro mientras la orquesta de gemidos, el vaivén de los cuerpos, la saliva, el te pido y me das, los lambeteos, las posturas y cada expresión gutural, aspaviento o suspiro hondo que puedan darse los amantes, recae en lo naturalmente humano e impenetrable del edén corporal.

Vivimos en una disparidad de estilos de vida y aún con ello se lucha por mantenernos cohesionados en un informe cuerpo social más parecido a un Frankenstein que a Rodolfo Valentino. Vagabundeamos y erramos sin parar, con el alejamiento a cuestas y la globalidad al alcance de un click. Modernos judíos errantes en la mirilla de la nostalgia siempre por encontrar algo que no sabemos bien a bien si lo buscábamos o no, porque hay quienes dicen que no hay que buscar sino encontrar así de manera azarosa y fortuita cada una de las cosas importantes de nuestra vida. ■

## REFERENCIAS

Bauman, Zygmunt (2007) *Vida de consumo*. México: FCE.

Christakis, Nicholas A. y James H. Fowler (2010) *Conectados*. México: Taurus.

Lipovetsky, Gilles (1990) *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

Maffesoli, Michel (2004) *El nomadismo: vagabundeos iniciáticos*. México: FCE.

Steiner, George (2003) *Lenguaje y silencio: ensayos sobre la literatura, el lenguaje y lo inhumano*. Barcelona: Gedisa.

— (2009) *Los libros que nunca he escrito*. México: FCE/Siruela.

Subirats, Eduardo (2007) *La existencia sitiada*. México: Fineo.