

Palabras vacías, identidades anónimas

HUGO ENRIQUE SÁEZ A.

En esta época de globalización se mencionan y se analizan numerosos fenómenos que reflejan los cambios operados en diversas áreas de la vida del planeta. Principalmente, se acude a referir la internacionalización de las relaciones económicas que han desembocado en la conformación de un mercado mundial efectivo, en el que dominan los intereses de un puñado de empresas multinacionales. Sin embargo, existen otros procesos más silenciosos o menos evidentes que no reciben la misma atención, aunque denotan nuevas situaciones que nos toca enfrentar. En particular, me refiero al destino de la palabra como vía de comunicación que posibilita el vínculo humano. Se notan modificaciones drásticas en el valor de la palabra, en la medida en que ésta se transforma en un objeto susceptible de reproducirse al infinito. Y este proceso de transformación se acelera día a día, de modo que en los últimos diez años aparecen fenómenos inéditos muy difíciles de predecir antes de su emergencia. Cabe asombrarse de que el entorno cotidiano se muestre tan distinto con relación a épocas anteriores. ¿En qué consisten esas modificaciones? En primer lugar, se destaca el grado de anonimato social que posibilitan los medios electrónicos de comunicación. En segundo término, las relaciones sociales, en su dimensión política y

económica, se han trastornado por efecto de la manipulación de las palabras. Por último, se imponen nuevas formas de conducta que cuestionan los antiguos parámetros.

Alarmado por el desarrollo del urbanismo y el grado de segmentación social que acarrea, el sociólogo alemán Tönnies caracterizaba, a fines del siglo XIX, el paso de la comunidad a la sociedad por las modificaciones operadas en las relaciones humanas. En la comunidad los hombres y las mujeres se conocían por el nombre, el trato era directo, de tú a tú. En cambio, la sociedad que entonces empezaba a conformarse en las grandes urbes se desenvolvía en un creciente anonimato regido por las funciones desempeñadas: los vínculos se establecían de forma preponderante entre médico y paciente, chofer y pasajeros, maestro y alumnos, gobernante y pueblo. Ahora bien, retornando a las cambiantes condiciones de esta primera década del siglo XXI, el anonimato se ha profundizado y ha adquirido incluso una naturaleza distinta, ya que en la actualidad se puede prescindir de la presencia física para establecer una relación. Además, esta incomunicación se esconde tras la apariencia de una fluida corriente de mensajes: proliferan los celulares hasta en los estratos sociales más bajos, cientos de millones utilizan el correo electrónico, los programas interactivos se multiplican. En este contexto, el espacio virtual posibilita asumir identidades diversas, en las que se cambia la edad, la apariencia física, la profesión u ocupación, y hasta el género masculino o femenino. La palabra en este contexto es un objeto maleable a voluntad que permite generar máscaras diversas que llevan la marca de un login ID. Con esa identificación de inicio de sesión se navega en el mundo virtual. Ya no se trata exclusivamente de funciones sociales, se trata de pertenecer a un universo electrónico en el que cada quien tendrá sus quince minutos de fama, según Andy Warhol.



Francisco Eppens

Ahora bien, más allá de las identidades que pueda fingir el individuo, las grandes empresas de comunicación han adquirido un poder soberano que se instala hasta en la recámara de los ciudadanos, y que es determinante de las conductas de masa. El espectáculo, forma privilegiada del mensaje, es una mercancía que convierte cualquier realidad en una mercancía. Así, la propaganda política asume el formato de una telenovela en que se trata de exhibir la historia secreta del adversario para vender la propia imagen como la preferida en las urnas. Estamos inundados de discursos que se pueden modificar a voluntad. La palabra sale a escena maquillada para distorsionar la realidad. Al presidente Reagan le prohibieron sus asesores que hablara sin tener un guión escrito, sobre todo después de que al llegar a Brasil saludara al pueblo boliviano. En el plano político, el discurs-

so estructurado en torno a un programa y a una visión histórica ha ido perdiendo valor y se ha alejado de su función original como vínculo social primario entre los hombres para convertirse en instrumento de dominación. No se trata de un hecho banal pese a que los hechos banales, como los pleitos amorosos entre vacas (suena a vaca) estrellas de la televisión, se convierten en motivo de conversación trascendental. Tampoco se puede clasificar este fenómeno en el orden de la decadencia moral. La “decadencia moral” es un tema eterno que se combina con la “doble moral” y sirve muy bien a la reproducción de las relaciones de dominación.

Los grandes fundadores de la moral laica moderna, como Kant, superaron discursos de otros filósofos-Locke, por ejemplo, consideraba pecadores a los ateos- en cuanto a confiar en la conciencia del individuo

como criterio ético fundamental, pero conservaron el núcleo duro de la concepción moral de la religión, expresado en la noción del deber. El imperativo categórico kantiano, pese a su extrema abstracción, constituye una clara muestra del sometimiento del hombre al deber. El deber esencial de los ciudadanos en la modernidad ha estado representado por el trabajo, en la obligación de trabajar bajo las condiciones que la situación histórica brinde. En contraste, en los últimos años se expande en distintos grupos sociales la idea de que la moral es fundamentalmente un asunto de derecho y no de deber: "yo quiero" en lugar de "yo debo". Se pasa del imperativo categórico al imperativo narcisista, en el que la felicidad y el bienestar constituyen los únicos objetivos deseables.

El cuerpo se convierte en referente privilegiado de los nuevos valores. Hay que conservarse joven, hacer

dietas para permanecer delgado, eliminar arrugas, hacer deporte para adquirir mayor potencia física, aplicar cirugías en cualquier rincón de la piel o por debajo de ella, hasta inclusive extirparse una costilla. El maquillaje del cuerpo corre paralelo con el maquillaje de la palabra.

Por un lado, la época fuera-del-deber liquida la cultura autoritaria y puritana tradicional; por el otro, engendra nuevos imperativos (juventud, salud, esbeltez, forma, ocios, sexo) de autoconstrucción de uno mismo, sin duda personalizados pero creadores de un estado de hipermovilización, estrés y reciclaje permanente. La cultura de la felicidad desculpabiliza la autoabsorción subjetiva, pero al mismo tiempo arrastra una dinámica ansiosa por el propio hecho de las normas del mejor-estar y mejor-parecer que la constituyen.¹

La cuestión de la transformación del valor de la palabra interesa sólo a unos pocos. Interesa a quienes están en la búsqueda de una salida humana a un mundo que día a día se muestra más absurdo, contradictorio, cínico, irracional. Una gran mayoría no se atreve a profundizar en este asunto, menos aun en una época donde la moda es permanecer en la superficie. Quizá se pueda llamar la atención comentando un hecho cotidiano. Las autoridades políticas en muchos países se caracterizan por su marcada ignorancia del valor de la palabra y ello no les ha impedido encumbrarse en el más alto cargo de la nación. Que Bush afirme "la mayoría de nuestras importaciones provienen del exterior" ya no asombra a nadie y su destino es la página de humor del periódico. Que Fox exhorte a impulsar la educación mientras escribe una frase con errores ortográficos, entre mentes frágiles tiene el efecto del perdón al ranchero estúpido. Sin embargo, estos fenómenos de superficie reflejan estructuras profundas que merecen un análisis más detenido. ■



Jorge López

¹ Gilles Lipovetsky (1994), El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos, Barcelona, editorial Anagrama, pág. 55.