

Ligones solitarios

Berardi, Franco

Sociedad / Tecnología

La expresión "Generación copo de nieve" se refiere a la fragilidad psicológica de la generación que crece en la antroposfera digital: en las universidades cada vez es más probable que los estudiantes informen de que tienen problemas de salud mental y de que están seriamente angustiados por ideas que no se ajustan a su forma de ver el mundo, por eventos y noticias que cuestionan las expectativas creadas artificialmente por el entorno publicitario. Su autosuficiencia se está reduciendo y los servicios de salud mental se usan en exceso.

El verano de 2016 marcó un nuevo paso en la carrera hacia la aniquilación. Una serie de actos suicidas terroristas en Francia, en Alemania, y guerras fragmentarias en Oriente Medio. Una ola de migración desde el mar Mediterráneo y el constante rechazo de los gobiernos europeos. El Brexit y la transformación de Turquía en una dictadura de corte nacionalista con trasfondo islamista. El golpe de estado blando en Brasil y, por último, pero no menos importante, el asombroso ascenso de Trump en la escena americana.

Entonces, de repente, en el punto álgido del verano, los periódicos y la televisión centran su atención en el lanzamiento de Pokémon Go.

El despliegue publicitario en torno a Pokémon puede ser visto como una anticipación de la creación de comunidades mentales cerradas: espacios cerrados de intercambio de simul-mundo, un proceso de retirada tecnológica de la escena del mundo histórico.

Las tecnologías inmersivas pueden ser vistas como una herramienta para la negación en masa.

Una audiencia privilegiada evita ser mentalmente invadida por las catástrofes que acechan al planeta y crea una atmósfera virtual de experiencias navegables.

El usuario de Pokémon sale de su cubículo friki y persigue insectos o pájaros virtuales. Puesto que los pájaros reales están desapareciendo y no se puede perseguir una aventura real en el campo real, Nintendo está produciendo simulación de aventura y de vida.

En la inquietante película de Polanski titulada *Carnage*, Kate Winslett hace un comentario sobre su marido, un abogado

desagradable que revisa, mira y toca incesantemente su móvil: para él lo que está lejos es siempre mucho más importante que lo que está cerca.

No podía haber sido mejor expresado el efecto que la convergencia digital celular ha producido en el paisaje urbano. Distante es la información, la estimulación nerviosa que se acelera e intensifica hasta el punto de convertir en inalcanzable lo próximo.

Este reformateo mental no está ocurriendo solamente en el espacio interactivo del intercambio semiótico. Va más allá, involucrando a la esfera de la cognición en sí misma: la percepción, la memoria, el lenguaje, la orientación en el espacio y en el tiempo. El flujo de la experiencia conjuntiva es interrumpido por la simultaneidad fractal de la conectividad.

La esfera emocional está implicada en este proceso evolutivo de la automatización cognitiva: los info-estímulos proliferan y el sistema nervioso entra en una condición de excitación y postergación permanentes.

Según las encuestas de la San Diego State University, de la Florida Atlantic University y de la Widener University, los nacidos entre 1990 y 1994 tienen el índice más bajo de actividad sexual de los últimos cien años.

En el libro *Sex by Numbers*, publicado en 2015, David Spiegelhalter, profesor en Cambridge University, argumenta que en la media de la población global la frecuencia del contacto sexual ha descendido de cinco veces al mes durante la década de los noventa a cuatro veces al mes en los dos mil, y a tres en nuestra década. Los datos ofrecidos por Pornhub son notables. En 2015 se invirtieron 4 billones de horas viendo películas porno y la plataforma recibió 21 billones de visitas... Después de tantas horas de sexo en los medios, poco tiempo queda para el sexo real... Desaparece el tiempo para hablar perezosamente, y acariciarse, y establecer juegos sensuales. En la dimensión precaria, el tiempo tiene que ser invertido en la constante búsqueda de salario, en la incesante competición. La energía nerviosa está permanentemente invertida en la competición social, de modo que se gasta poca energía nerviosa en la amabilidad, en la lenta atención erótica, en el placer.

Una cultura post-sexual y una estética post-sexual están cobrando forma entre los millennials de todo el mundo. Un hombre joven llamado Ryan Hover escribe en su blog:

"Crecí con internet y ordenadores que moldeaban mi forma de ver el mundo y las relaciones. Soy considerado un "nativo digital... La

tecnología a menudo nos une, pero también ha separado a unas generaciones de otras. Intenta llamar a un millennial por teléfono... Pronto, las generaciones futuras habrán nacido en el mundo de la inteligencia artificial. Los niños entablarán relaciones íntimas reales con seres artificiales... Y en muchos casos, estos replicantes serán mejores que la gente real. Serán más inteligentes, más amables, más interesantes. ¿Buscarán 'los nativos de la inteligencia artificial' relaciones humanas? ¿Tendrán relaciones sexuales?"

Es un texto irónico y agudo, ya que Ryan Hover ve las dos caras de la evolución en curso. La nueva generación de humanos está manteniendo relaciones íntimas con seres artificiales; y tienden a abandonar las ambiguas, angustiosas y, en ocasiones, brutales relaciones con hombres y mujeres.

La sensibilidad de los humanos tiende a estrecharse en la medida en la que estos participan cada vez más de un contexto artificial. Cuanto más interactúen los humanos con los autómatas, más perderán su finura empática, su habilidad para detectar signos de ironía y de seducción, y su sensibilidad vibracional será reemplazada por la precisión conectiva.

Es un circuito que se retroalimenta. Cuantos más humanos crezcan solos y nerviosos, más humanos buscarán la compañía de unos androides menos interesantes emocionalmente.

El sexo es parte del universo de la imprecisión, de la indeterminación, que no cumple con los requisitos de la perfección comunicativa. Aquellos que pasan la mayor parte de su tiempo en ambientes digitales sienten cada vez más que la carnalidad es peligrosa y embarazosa.

En junio de 2016, la revista *Wired* presentaba una encuesta sobre citas online:

Cuando páginas web como *Match.com* aparecieron en escena, hacia 1995, ofrecían a los solteros una red de potenciales parejas. Escogiste un rango de edad, claro, y pusiste unos requisitos de altura, de acuerdo, pero tus opciones se han expandido. Gracias al poder del "todo incluido" de Internet, estuviste deslizando el ratón de tu ordenador sobre góticos y triatletas y electricistas y trabajadores en bancos de inversiones y chefs, y de repente dejó de parecer una locura el hecho de empezar a intercambiar emails con alguien que es del equipo equivocado o incluso con alguien que vive al otro lado del país. Esta gente no fue contigo a la Universidad, ni tampoco conocían a tus amigos (o a tu madre). Pero 20 años después, ese grupo de

citas potenciales no se ha ampliado ni se ha hecho más profundo , ha sido dividido en zonas estúpidamente específicas...”

The League, para los no iniciados, es el club de campo cubierto de yedra de las apps de citas, diseñada para gente que es “demasiado popular”. Hay un riguroso proceso de selección: “Nosotros hacemos todo el trabajo sucio por ti”, que tiene en cuenta de qué centros proceden tus diplomas, el prestigio de tus títulos y, muy significativamente, tu influencia en los medios sociales. Dos meses después del lanzamiento de *The League*, en noviembre de 2014, la lista de espera era de 75.000 personas.

Seamos claros, esto no es bueno y no solamente porque el elitismo sea un aburrimiento. Las apps como *The League* van en contra de toda la promesa y la emoción de las citas online.

The League es solo uno de tantos servicios que se dirigen a la multitud adinerada; también está *Sparkology*, *Dating House* y *Luxury*. La más discriminatoria de todas, *Raya*, funciona únicamente por invitación. Básicamente, tienes que ser famoso y con un considerable número de seguidores en Instagram para ser invitado. Pero la especialización no es solamente para snobs. Existen apps para emparejar a gente basándose en la adecuación de los signos del zodiaco (*Align*), en la afinidad por la ciencia-ficción (*Trek Passions*), en hábitos alimenticios similares (*Veggiemate*) y en la afición por la marihuana (*My420Mate*). Tener intereses en común no es algo malo. Especialmente, pongamos como ejemplo, si la identidad religiosa resulta importante para ti. Pero asegurarte de que todas tus parejas potenciales tengan barba (*Bristlr*) o midan al menos 1’90m (*Tall People Meet*) significa interactuar únicamente con el segmento de humanidad que creemos que nos va a gustar. Eso está mal y, además, no es efectivo, porque la verdad es que a la mayoría de nosotros se nos da bastante mal saber lo que o a quién, de hecho, queremos.

En lugar de buscar al otro, la gente que liga por internet busca, muy frecuentemente, un espejo.

El narcisismo se encuentra con el rechazo de lo que no es familiar, de lo sorprendente.

Jonathan Franzen describe el imaginario sexual de la generación online como una mezcla de hiper-sexualización y falta de erotismo: porno, hiper-estimulación y frigidez: Los chavales eran perennemente seductores y estaban perennemente insatisfechos en la misma medida en la que la cocaína era insatisfactoria: cada vez que no estaba puesto, la recordaba como algo fantástico e invencible, y tenía

ansia de consumirla, pero en cuanto volvía a consumir se acordaba de que no era tan estupendo en absoluto, era algo estéril y vacío: neuromecánico, con sabor a muerte. Especialmente hoy en día, las chicas jóvenes eran hiperactivas a la hora de echar un polvo, dándose prisa en cualquier posición conocida por la especie, haciendo esto y lo otro, sus coños demasiado inoloros y bien afeitados incluso como para registrarse como partes del cuerpo humano.



Autor: Franco "Bifo" Berardi

Fuente: Kamchatka. Revista de análisis cultural 10 (2017) (Traducción de Violeta Ros Ferrer, universitat de València).

