

## Estimulación erótica

Mgtr. Roxana Singer  
Universidad Empresarial Siglo 21- Córdoba  
Facultad de Lenguas- UNC  
Lic. Josefina Edelstein  
Universidad Empresarial Siglo 21- Córdoba

**Resumen:** Desde el planteo metodológico sugerido por Ruth Wodak, en el marco del Análisis Crítico del Discurso, la comunicación se propuso como objetivo el análisis de un singular acto lingüístico difundido por Greenpeace en la web, el video “Forest Love”, en cuanto “conversación textual interactiva” perteneciente a un tipo semiótico específico. Se estudió, además, el conjunto de actos lingüísticos secuencialmente interrelacionados suscitados en este nuevo y singular ámbito de acción que constituye la “matriz de espectacularización” Youtube.

El análisis interno del texto fue llevado a cabo desde la teoría semiótica narrativa y discursiva de Algirdas J. Greimas. La reflexión a propósito de su interdiscursividad e intertextualidad (Ruth Wodak, Norman Fairclough) permitió articular el singular video dentro de la compleja trama constitutiva del discurso social. La reflexión sobre las variables extralingüísticas sociales y sociológicas, que contribuyen a constituir y a configurar el marco del discurso, impuso un recorrido entre diferentes lógicas de la posmodernidad. (Lógica del espectáculo, Lógica de la total transparencia). La mirada, plural y transversal, vinculó el análisis al concepto de estetización de la realidad, propio del paradigma posmoderno (Diego Bermejo). El esquema argumentativo propuesto por el video, de alto contenido erótico, llevó a las autoras a interrogarse sobre el valor de esta estrategia en cuanto símbolo, señal y síntoma de la sociedad posmoderna.

**Palabras clave:** conversación textual interactiva, matriz de espectacularización, erotismo, estetización.

*“La humanidad se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como goce estético”*  
Walter Benjamin

Quizá haya sorprendido o choqueado la elección del título de nuestra ponencia, aparentemente poco apropiado para ambientes académicos. La selección- elección no fue sin duda fácil. Nos decidimos finalmente por esta osada y quizá provocativa expresión para comunicar esa extraña sensación de vacío, de ruptura, ese estremecimiento, ese límite subversivo que anuncia el raro (misterioso- inexplicable) deslizamiento entre el texto de placer y el texto de goce (Barthes 1974/1996: 10 y ss)

No es la primera vez que Greenpeace nos sorprende con esquemas argumentativos singulares. La estrategia no es privativa de esta organización. Apelar a la solidaridad por los caminos de la bondad y el altruísmo parece ya no encontrar respuesta en nuestra sociedad. Es así como se evidencia una tendencia manifiesta- en el discurso de las ONG, particularmente las internacionales- a atraer la atención de los receptores movilizándolo su sensibilidad con toda suerte de insólitos argumentos; en esta ocasión, el erotismo.

Nos pareció pertinente fundamentar nuestra reflexión académica sobre este fenómeno discursivo en el Análisis Crítico del Discurso, particularmente en las teorías de Fairclough y Wodak quienes consideran (2003: 101 y ss) que el discurso constituye una forma de significar una práctica social desde una perspectiva particular. Recordemos que ambos autores destacan la

relación dialéctica entre las prácticas discursivas particulares y los ámbitos de acción específicos en los que dichas prácticas se encuentran involucradas. Las prácticas sociales configuran y afectan los discursos; los discursos, a su vez, construyen e influyen en los procesos sociales, discursivos o no. “Los discursos, en tanto que prácticas sociales lingüísticas, pueden considerarse como elementos que constituyen prácticas sociales discursivas y no discursivas y, al mismo tiempo, como elementos constituidos por ellas”. (Wodak 2003: 105)

Para analizar y explicar las estrechas relaciones existentes entre prácticas discursivas y prácticas sociales, nos interesa particularmente el enfoque de Ruth Wodak quien aconseja hablar de “sintomatología” y no de “causalidad”, desde una mirada más hermenéutica e interpretativa que incluya no sólo las prácticas discursivas sino una amplia gama de prácticas materiales y semióticas. Es así como decidimos interpelar nuestro texto desde el conocido esquema de análisis sugerido por la autora, (Wodak 2003) proyectado en cuatro planos:

1. el cotexto inmediato, lingüístico o interno al texto;
2. la relación intertextual e interdiscursiva entre las afirmaciones, los textos, las variedades discursivas y los discursos;
3. las variables extralingüísticas sociales y sociológicas y los marcos institucionales de un “contexto de situación” específico;
4. los más amplios contextos sociopolíticos e históricos, en los que se hallan ubicadas las prácticas discursivas y a los que también se encuentran vinculadas. (p. 108-109)

Proyección del video: [www.youtube.com/ Forest Love Greenpeace](http://www.youtube.com/ForestLoveGreenpeace)

El estudio interno del texto, se realizó desde el horizonte de la “Manipulación o modalidad de las pasiones” de A. Greimas (en Sánchez Corral 1997: 205 y ss).

La organización no gubernamental Greenpeace incluyó en su campaña de protección de bosques en Europa un video denominado Forest Love cuyas imágenes y banda de sonido poseen alto voltaje erótico. El erotismo del relato de Forest Love se construye con una metáfora que se desliza en imágenes de troncos y hojas simulando mantener relaciones sexuales y, simultáneamente, un tango junto al que se escuchan gemidos femeninos de placer. La escena y su ambientación generan el clima de éxtasis para un usuario en el rol de voyeur. Se exhibe, por lo tanto, una realidad ficcional irresistible que demanda acción: “Vengan juntos por los bosques. Suban su amor por [Greenpeace.org/forestlove](http://Greenpeace.org/forestlove)” es el cierre con tipografía de un enunciado imperativo.

A diferencia de los anuncios publicitarios que apuntan al consumo, el video Forest Love plantea un esquema argumentativo con la intención de mover al destinatario hacia un hacer-hacer como *trabajo*, ya sea en la producción de videos y comentarios, en compartir con otros el video y en el envío de firmas para solicitar al Comité Europeo de Ambiente una ley de bosques y freno a la tala ilegal. Es así como, en ese espacio virtual, el enunciatario- como creador de sentido- se transforma en “productor y editor de textos de sí mismo, de los otros y de lo otro” (Bañuelos pág.1). Mediante su participación, abandona el ámbito privado para pasar al dominio público, Es decir, deja el rol de espectador-voyeur y deviene actor-protagonista.

Los objetivos pragmáticos y la necesidad de conciencia ecológica (valores descriptivos) no son suficientes para lograr empatía con el público. Es así como Greenpeace recurre a estrategias discursivas fuertemente centradas en la seducción. Es más atractivo un discurso enfocado en el placer que en la argumentación racional sobre los perjuicios de la devastación forestal, de allí la estimulación erótica para activar los poros más que la razón.

Greenpeace se erige como destinador de un poder y saber-hacer a propósito del erotismo. Es el emisor de un enunciado con gran fuerza ilocutoria: el movimiento de ramas y hojas, la cadencia, el encuadre de los troncos inmediatamente relacionables a zonas erógenas de la mujer y el hombre, la banda de sonido, todo genera una escena sexual cuyo efecto de realidad erótica es

insoslayable. Más que persuadir, el relato seduce y encanta y valora positivamente al destinatario desde el momento en que lo sitúa como un sujeto competente para el placer y la pasión.

Greenpeace ofrece un espectáculo erótico que incita a saborear la pasión en dos caminos: primero como voyeur y luego como protagonista, al invitarlo a producir y subir videos o comentarios en YouTube. La mirada sobre lo otro estimula la necesidad y el goce por ser visto y ver a otros.

Haciendo abstracción de lo que se conoce de Greenpeace y lo explicitado en su portal de internet, Forest Love se configura discursivamente sobre valores lúdicos y utópicos, en tanto que estimula el juego erótico en un espacio virtual. El registro verbal escrito cristaliza el llamado a la acción: “Come together for forests. Upload your love to [Greenpeace.org/forestlove](http://Greenpeace.org/forestlove)” o “Vengan juntos por los bosques. Suban su amor hacia [Greenpeace.org/forestlove](http://Greenpeace.org/forestlove)”, presupone la competencia del destinatario en cuanto a que *subir* es cargar en el sitio videos, comentarios y firmas. Se da por sentado, también, que el amor y la pasión se potencian *juntos* y que *la unión hace a la fuerza* (en defensa de los bosques).

Una reflexión particular merece el hecho de que el video en cuestión se difundiera en el sitio de internet YouTube- Por lo tanto, para articularlo dentro de la compleja trama del discurso social se hace necesario reflexionar a propósito de su interdiscursividad y de su intertextualidad, esta vez desde una nueva mirada. La *matriz de espectacularización* que impone Youtube Broadcast Yourself posibilita nuevos y singulares mecanismos de *interacción culturales y tecnológicos* que han revolucionado las tradicionales formas de producción, de recepción, de circulación y de socialización de sentido y de textos. María Cristina Laverde señala al respecto:

“la espectacularización crea una matriz en la cual, por estar conectados a través de una pantalla creemos que ya nos hemos encontrado y que somos actores de una realidad que, construida desde el mundo doméstico, nos conecta, creando la ilusión de que, por participar en lo comunicado como espectadores, estamos en el escenario de lo público” .

Bajo la estructura de una “*Conversación textual interactiva*”, Youtube Broadcast Yourself propone toda una panoplia de “*interacciones cuasi-mediáticas*”. La interfaz se convierte así en un singular escenario de relaciones sociales mediadas por la red.

Como todo sitio web, Youtube Broadcast Yourself constituye un complejo contexto de socialización que impone y convalida sus propias reglas de lectura, actualización e interpretación las que tienden a constituirse en un verdadero marco o frame socio-tecnocultural. En la actualidad, YBY conforma un verdadero “marco metacomunicativo”, una verdadera “comunidad sociocultural” que impone nuevas prácticas y nuevos usos según la lógica de la industria cultural propia de Internet. Su penetración social en términos de difusión, producción y consumo se desarrolla a una velocidad vertiginosa.

En su trabajo “YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo” Jacob Bañuelos caracteriza a YouTube como “un espacio ubicuo, desterritorializado y virtual”. Es un *aquí* discursivo en el que confluye la “interacción casi-mediática” entre quienes gestionan el sitio, Greenpeace y los espectadores de la pasión en y por los bosques.

La red social y de autodifusión que constituye YouTube dio sus frutos. El video Forest Love tuvo 15 video- respuestas y 284 comentarios los que a su vez, en progresión cuádruple, dieron lugar a otras tantas respuestas y comentarios. Entre ellos se encuentra un video producido por la Federación Francesa por el Bosque que nos parece importante mostrar:

([www.youtube.com/ForestLoveFrance](http://www.youtube.com/ForestLoveFrance)) Su relato *pasional* guarda relación intertextual e interdiscursiva con Forest Love e incorpora a los integrantes de la organización como protagonistas del goce por y con los árboles. Cabe señalar que la página fue visitada por más de 600.000 personas y que el presidente del Comité Europeo recibió 125.000 pedidos para promover leyes más severas contra la deforestación. Por otra parte, debemos también mencionar la “Guía Greenpeace para un sexo amigable con el medio ambiente” publicada en la página de

Greenpeace México, en manifiesta relación de interdiscursividad con el video objeto de nuestra reflexión.

Cabe ahora preguntarnos ¿Por qué el erotismo como mecanismo persuasivo? Como sabemos, el mayor o menor éxito de toda argumentación reposa, en gran medida, sobre la elección de una base argumentativa sólida, en la cual el *topos* cumple una función preponderante. Sería interesante reflexionar a propósito de los fundamentos que llevaron a los creadores de este video a buscar en el erotismo la legitimación de la puesta en correspondencia entre los argumentos propuestos y la deseada conclusión: la conservación de los bosques.

Quizá podríamos buscar la respuesta en Georges Bataille (1979/2006):

“Podemos decir que el erotismo es la aprobación de la vida hasta en la muerte[...] aunque la actividad erótica sea antes que nada una exuberancia de la vida, el objeto de esta búsqueda psicológica, independientemente como dije de la aspiración a reproducir la vida, no es extraño a la muerte”..(p. 15 y ss)

El erotismo surge, en las palabras del filósofo francés, como un arco de tensión entre la discontinuidad de la vida y la continuidad de la muerte.

[...]Una y otra son igualmente fascinantes y es esa fascinación la que domina al erotismo” (p. 17)

El erotismo del video objeto de nuestro análisis inmoviliza, fascina. ¿Dónde se encuentra la fuerza de esta seducción? En la transfiguración, en la metamorfosis, en el cambio de especie. Recordemos los conceptos de Jean Baudrillard quien dice

¿Qué seducción más violenta que la de cambiar de especie. Transfigurarse en lo animal, en lo vegetal, incluso lo mineral y lo inanimado? [...]La fuerza de la metamorfosis está en la fondo de toda seducción, incluidas las de las formas más fáciles de sustitución, las de las caras, los roles, las máscaras.” (p. 39)

La metamorfosis, su ceremonial, sus encadenamientos rituales nos atrapan en su juego y Baudrillard agrega:

Sólo cuando se frena esta transfiguración de las formas entre sí aparece un orden simbólico, se erige una instancia cualquiera y se metaforiza el sentido de acuerdo con la ley. (p. 41)

La estrategia propuesta, transgresora, inmoviliza, seduce. Las imágenes y la música desafían nuestra mirada por ese juego sutil de emergencia y de desaparición, de visibilidad y de ocultamiento. La metáfora sugerida, provocadora, nos arrastra más allá de cualquier contrato, más allá del principio del placer, quizá a los vertiginosos confines del goce. (Barthes).

El esquema argumentativo propuesto no debería sorprendernos. Desde los años 50- 60, década conocida como de la “revolución sexual”, se han producido modificaciones sustanciales, tanto en lo que se refiere a la sexualidad como a su representación. Es así como observamos un alto grado de liberación y de permisividad, particularmente en los medios masivos de comunicación, los que multiplican ambientes erotizados, plenos de transparencias y de exhibiciones. En la actualidad, el mundo está impregnado de erotismo, real o presunto. El erotismo ha dejado de pertenecer al mundo de lo prohibido. Recordemos nuevamente a Bataille quien afirma:

El conocimiento (el impulso motor) del erotismo requiere una experiencia personal, igual y contradictoria, de lo prohibido y de la transgresión. (p. 40).

Para un análisis más profundo de este fenómeno discursivo, consideramos pertinente vincular nuestra mirada, plural y transversal, al concepto de estetización de la realidad, propio del paradigma posmoderno (Diego Bermejo 2005). La estética, categoría clave en la conciencia de nuestro tiempo, se convierte en la disciplina básica para la comprensión de nuestra modernidad-posmoderna. Según el autor, en nuestra sociedad se ha operado un giro estético, además del giro lingüístico y del giro pragmático. La materia de la realidad- en su concepción estética- surge como un campo de juego, de simulación, de virtualización susceptible de ser descripta de diferentes formas y de manera cada vez más manipulable, virtual, ficcional y modelable.

Diego Bermejo sostiene, reinterpretando a Welsch, que en este hecho se pueden distinguir dos fenómenos de diferente relevancia que sirven como criterios para discernir entre el pensamiento posmoderno- restaurativo y el posmoderno más sólido: la *estetización superficial* de la vida- estetización como diseño y decoración- y la *estetización epistemológica*- estetización profunda de la constitución del pensamiento y de la realidad.

El primer aspecto de la estetización, superficial, se refiere a la estilización y embellecimiento de la vida y de la sociedad, al diseño generalizado, al culto a la imagen y al cuerpo, etc. etc. Pero existe un segundo aspecto de estetización más relevante y más profundo: la *estetización epistemológica* que convierte al pensamiento en pensamiento estético y a la realidad, en realidad constituida estéticamente. Sería ésta la matriz común compartida por la ciencia y el arte, *la estética de lo sublime*. Una *est/ética anestésica*, que se proyecta a ámbitos y aspectos de la realidad no circunscritos a los fenómenos puramente artísticos o relacionados exclusivamente con la belleza sino que incluye implicaciones y consecuencias éticas que tienen su traducción en la moral, en la política y en la vida en sociedad. Si el modelo tradicional para entender la relación entre la ética y la estética estaba signado por la sumisión de la estética, puesta al servicio de la ética, el modelo moderno, por la autonomía y separación absolutas de la ética y la estética, este nuevo modelo posmoderno, está caracterizado por las conexiones y cruzamientos estructurales e intrínsecos entre ética y estética.

Esta nueva sensibilidad tiende a transformar la tradicional cultura “esteticista”- y a menudo anestésica - en los conceptos de Welsch- Bermejo- en una cultura auténticamente estética, aquello que los autores denominan “la cultura del lado ciego”, es decir, la estética fuera de la estética y más allá de la estetización superficial :

la estética crítica, que protesta contra la domesticación del arte, contra el embellecimiento enmascarador y contra la hipersaturación desensibilizante y anestésica; la estética con implicaciones sociales y políticas (p. 162)

Volvamos a nuestro texto. ¿Se trata, en este caso, de una estetización superficial o de una estetización profunda? La retórica de Forest Love parece encuadrar en la estetización epistemológica que sugiere Bermejo, ya que los contratos de interacción mediáticos actuales se sostienen sobre la base de una construcción espectacular de la convivencia global, en la que el pensamiento admite las imágenes como objeto de deseo y como construcción de lo real. Es decir, la realidad estéticamente constituida.

Creemos importante recordar que, en el complejo ilusorio de la realidad virtual, la realidad se convierte en *espectáculo*, en objeto de contemplación, instrumento unificador de todas las miradas y de todas las conciencias. La espectacularidad de las páginas web no debe considerarse, sin embargo, como una simple exhibición sino como un instrumento de relación social de las personas, mediatizado a través de las imágenes. Una rara simbiosis se produce entre las páginas web, espectáculo reproductor de la realidad y la realidad misma. A este respecto dice Debord (1967/1995):

...“la realidad surge en el espectáculo y el espectáculo es real: Esta alienación recíproca es la esencia y el sostén de la sociedad existente. En el mundo *realmente invertido*, lo verdadero es un momento de lo falso” (p. 41).

La estrategia propuesta por el video fascina, inmoviliza. Deberíamos preguntarnos ahora, tal como sugiere Jean Baudrillard ¿de dónde procede la fascinación de tales imágenes? A lo que él responde:

“lo *sexual no es más que un ritual de la transparencia*. Sexualidad y transparencia ya no pertenecen al orden del deseo sino al del frenesí de la imagen. Imagen que se ha convertido en el auténtico objeto sexual, en el objeto de nuestro deseo” (p. 30)

Las imágenes nos desafían y nos seducen vertiginosamente. Según el filósofo francés: ...

“la seducción sólo es posible por este vértigo de reversibilidad que anula cualquier profundidad, cualquier operación de sentido en profundidad: vértigo superficial, abismo superficial”. (p. 53).

Estetización profunda, vértigo superficial, el video de Greenpeace nos interpela desde este doble juego perverso. La seducción, en cuanto “forma encantada de la parte maldita”, nos aleja del camino, y - gracias al gran juego de los simulacros- hace vacilar nuestros fundamentos históricos y culturales constitutivos del texto de placer para conducirnos a los territorios clandestinos del texto de goce.

### **Bibliografía**

- Bañuelos, Jacob. “*YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*”, *Razón y Palabra* (fecha de consulta: 20 de febrero de 2009). Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/varia/jbanuelos.pdf>
- Barthes, Roland (1978) 1998) *El Placer del Texto y lección inaugural*. Siglo Veintiuno Editores, México. Décima edición (1998) Traducción de Nicolás Rosa y Oscar Terán.
- Bataille, Georges (1957) *El erotismo*. Tusquets Editores. Buenos Aires. Primera Edición (2006). Traducción de Marie Paule Sarazin, Antoni Vicens.
- Baudrillard, Jean (1987) *El otro por sí mismo*. Anagrama. España. Segunda Edición (1994) Traducción de J. Jordá.
- Bermejo, Diego (2005) *Posmodernidad: pluralidad y transversalidad*. Ed. Anthropos. España.
- Debord Guy (1967) *La sociedad del espectáculo*. La Marca. Argentina (1995). Traducción de Fidel Alegre.
- Fuentes Rordriguez, Catalina, Alcaide Lara, Esperanza (2002) *Mecanismos Lingüísticos de la persuasión. Cómo convencer con palabras*. Arco Libros. Madrid.
- Laverde Toscano, Daza Navarrete, Pardo (editoras) (2004) *Debates sobre el sujeto .Perspectivas contemporáneas*. Siglo del Hombre Editores. Colombia.
- Lipovetzky, Gilles. (1983) *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama. España. Séptima edición (1994). Traducción de Joan Vinyoli y Michèle Pendanx.
- Sánchez Corral, Luis (1997) *Semiótica de la Publicidad. Narración y Discurso*. Ed. Síntesis. Madrid.
- Wodak, Ruth y Meyer, Michael. (compiladores). (2003) *Métodos de Análisis Crítico del discurso*. Gedisa. España. Traducción de Tomás Fernández Aúz y Beatriz Eguibar.

