

# Lo light: esa cultura de pasarela

Carlos Fajado Fajardo

## Bebidas light, cigarrillos light, programación

televisiva light, moda light, dietéticos light. He aquí uno de los mayores imaginarios postmodernos. Nuevo *sensorium* generacional.

Atravesados por un analfabetismo cultural, nuestros jóvenes poseen un esquema deseante muy "ligero"<sup>(1)</sup>, con altos porcentajes de consumo, lo que lleva a la banalización del gusto y de los discursos cotidianos. Discursos que se sitúan hoy por hoy en un ambiente de llenura informática contra el conocimiento, la reflexión, la interpretación y el desciframiento. Es decir, de los paradigmas de concentración, preocupación, contracción se ha pasado a los de relajación, distracción, disipación. La figura del pensador de Rodin ha sido trocada por la de Homero Simpson. Información banal versus pensamiento ilustrado; alfabetización funcional versus alfabetización crítico-creativa.

Con la quiebra de los proyectos modernos se ha elevado en los últimos años el nivel de incredulidad en la razón y en sus conceptos de progreso, desarrollo, emancipación, libertad, futuro. El apego por estas teleologías se ha debilitado. El desencanto, la pérdida de sentidos, se abren a puertas del siglo XXI. De las vanguardistas y aventureras utopías sobre el equitativo reparto de la riqueza y la abolición de las clases sociales, sólo quedan fragmentos no identificables; a la modernización instrumental científica y tecnológica se le observa con horror por sus impactos en todos los ámbitos naturales y sociales. El lenguaje ha hecho crisis, se han desarticulado sus signos. Ya no nombra al Ser, ni lo funda, sólo sirve de utensilio comunicador, un simple medio. Hedonismos, sensualismos espectaculares van armando el mapa de una época donde prima el "imperio de lo efímero". La pérdida de los sentidos modernos ha hecho que - ante la falta de una plataforma conceptual y espiritual para el naufragio - se hayan globalizado instituciones dadoras de mentalidades neoconservadoras: fundamentalismos, terapeutas místicos, psicólogos, lectores de cartas astrales como nuevos chamanes, esoterismos, sectas cristianas, "nueva era", literaturas de autoayuda, todas apoyadas por los medios masivos de comunicación, promotores y transmisores de sentidos, los cuales dan a la gran mayoría soluciones inmediatistas que no curan el vacío pero evitan que se agrave (Cf. *Modernismo, pluralismo y crisis de sentido*. Berger L. y Luckmann T. Barcelona: Paidós.).

Este pluralismo postindustrial, económico y de mentalidades, conduce a una relativización de los sistemas de valores y aumenta la posibilidad de elección dentro de la multiplicidad de ideales y sistemas teleológicos exhibidos en

vitricas para usar y consumir. Amparado en la economía de mercado y en una supuesta democracia del consumo, el pluralismo de la modernización es un simulacro social donde se cree que todos pueden escoger autónomamente su propia tabla de salvación. En la cultura light esto es lo que más prospera. Se exhiben e imponen la sociedad del espectáculo, la moda, el individualismo, la incapacidad para establecer compromisos con el futuro, el facilismo, el paradigma del atajo, la pasión desmesurada por las nuevas tecnologías de la cibercultura: las realidades virtuales, la internet, la estética del video-clip, lo tecno-imaginativo, el síndrome del programador (*zapping*); se reivindica el pastiche estético, ese reencauche híbrido y nostálgico por las producciones del pasado; se impulsa la simulación de arrogancia y la salud corporal de pasarela, la falsa erudición ante el juego de cámaras; la poesía fácil, llevadera, superficial, realizada por chicas de la farándula, el compromiso con una ecología frívola y capitalista.....

Por lo tanto, lo light es ante todo llenura. Promueve un mercado de deseos frágiles y múltiples. Cultura polifónica y extravagante, cuya cualidad es la copia y la parodia. El joven consume sin conocer, conoce sin preguntar. De tal manera que se asume el saber como lo difícil y el desconocimiento como lo mejor, actitud que conduce a la trivialización de la lucidez y del pensamiento. La consigna light entonces se anuncia en estos términos: "abajo la superioridad de los inteligentes, viva la dicha de consumir sin tener que pensar" (*To munch light*. Alberto Saldarriaga Roa). Se legitima la estupidez, la tontería, el ademán ridículo. Se margina y se expulsa hacia la intemperie toda vitalidad reflexiva. La duda y el cuestionamiento se sitúan en un paréntesis denigrante. El que hace su "inventario de asombros" pasa a ser "lo otro" excluido, extravagante, idiota, nerds. De allí que se promueva una cierta lectura inmediateista y ligera que sólo sirve para una racionalidad productivo-instrumental, deslegitimando a la lectura lúcido-agónica la cual, según Fernando Cruz Kronfly, ha sido lentamente desplazada por un ingenuo divertimento (2).

Del mismo modo, las producciones modernas levantadas con base en las ideas de monumentalidad estética, caen ante las sensibilidades de lo leve, lo rápido, lo decorativo, lo espontáneo, ignorando el concepto de planeación panorámica de la obra de arte. La cultura, al decir del escritor Oscar Collazos se rebaja a "segmento superficial o en últimas espectacular, incorporada a un más vasto segmento: el de la información o el entretenimiento... donde se construye el edificio del facilismo y la banalidad con el pedestre argumento de que hay que 'darle al público lo que le gusta'..." (3)

Todos estos imaginarios se teleglobalizan magnificando su influencia y se encarnan en las nuevas tribus urbanas, configuradas por el uso de las simbólicas que marcan su identidad o su diferencia. Sin embargo, las tribus ciudadanas no logran llenar sus abismos con tanto tele-espectáculo a domicilio. Su soledad se enmascara, escondiéndose de sí misma a través de una mentalidad utensiliar y depredadora. Soledad en la masificación. El individuo light "tiende a encerrarse en sí mismo, en su micro-mundo aunque éste se conecte con el cosmos. La televisión que lo fascina, el equipo de sonido que lo aturde, el walkman que lo encierra, el micro computador y el 'nintendo' que casi no dan cabida al 'otro', constituyen la tecnología del ensimismamiento" (4). Sólo

le queda el goce inmediatista, el asistir a una plena cartografía del placer sin preocupación del futuro. Los macroproyectos políticos, económicos, culturales y sociales son expulsados interesándole únicamente los proyectos micros, individualistas, útiles para el momento. Devorador de mensajes globales, casi despolitizado, el chico light pasa de la resistencia crítica al hiperconformismo. Espetacularidad, fascinación, éxtasis, manipulación son los órdenes que cumple a cabalidad.

Con estas luminarias, nuestros jóvenes entran a formar parte de las llamadas generaciones X y Y , fáciles maneras de nominar imaginarios juveniles masificados que conducen al deseo a su piedra sacrificial, pues les proponen desear mal, consumir objetos finiseculares, instaurar un vacío indiferente, una pregunta insulsa.

Víctimas y victimarios de la cultura de la modernidad en crisis, multicultural y yuxtapuesta en una América Latina que sigue caminando por una historia forzada a dar bruscos saltos (de una modernidad perisférica y a medias a una postmodernidad impuesta desde arriba) las actuales generaciones han dejado ya el estadio analítico-crítico de la aventura moderna y han penetrado a la fase sintética del relax postmoderno, condición de pérdida y búsqueda en el laberinto epocal.

Carlos Fajado Fajardo, Enero 1999  
 carfajardo@hotmail.com

---

Poeta y ensayista colombiano. Profesor universitario. Ha publicado, entre otras obras, "Origen de silencios" (1981) "Serenidad Sitiada" (1990) "Veraneras" (1995) "Atlas de Callejerías" (1997). Varios de sus ensayos han sido publicados nacional e internacionalmente. Ganador de premios, entre los que se cuentan, Premio nacional de poesía Antonio Llanos, Santiago de Cali, 1991; Premio de poesía Jorge Isaacs, 1996 y 1997.

---

## NOTAS

(1) El término inglés **Light**, según el diccionario de la lengua inglesa, tiene diversos significados : luz, claridad, iluminación, ligero, brillante, lámpara, liviano, frívolo, alegre, de poca monta, inconstante, suelto, sin carga, delicado, sin esfuerzo, casual, variable...

(2) Cf. Cruz Kronfly, Fernando. "La tierra que atardece". Bogotá: Planeta, 1998.

(3) Oscar Collazos. La cultura de la Diet Coke. En Magazín Dominical. El Espectador, Santafé de Bogotá. ( 9 de noviembre, 1997) p. 8-9.

(4) Edgar Vásquez. Otros valores, otra sociedad, otro individuo. En Revista Universidad del Valle.# 14 (Ag. De 1996) p.88.