



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

El fenómeno extremo: una fase terminal de la modernidad o hecho posmoderno. El consumo a través de 5 casos.

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA

ANGEL OMAR PERDOMO MEDINA

DIRECTOR DE TESIS

DR. GUSTAVO GARDUÑO OROPEZA



TOLUCA, MÉXICO

MAYO 2017

Agradecimientos

A Dios por la vida y el aprendizaje que ésta conlleva. A mi papá por quererme más allá de lo debido. A mi mamá por el apoyo incondicional y por hacer de mí su prioridad.

Papás: ojalá que Dios me dé tiempo en esta vida para recompensarlos.

Índice

1) Introducción.....	1
2) Modernidad vs. Posmodernidad.....	7
3) Del por qué del consumo, o de dónde nace el deseo.....	12
4) Debate, ¿la posmodernidad es positiva o negativa?.....	17
5) Jean Baudrillard como particular narrador de la época posmoderna.....	22
5.1) Baudrillard y la crítica.....	22
5.2) Baudrillard por sí mismo.....	28
5.3) Conceptos base para comprender la era del consumo.....	42
5.3.1) Inmortalidad.....	42
5.3.2) Liberación e involución.....	43
5.3.3) Inhumanidad.....	46
5.3.4) Virtualidad.....	47
5.3.5) Simulacro.....	50
5.3.6) Hiperrealidad.....	54
5.3.7) Fenómeno extremo.....	57
5.3.8) Vértigo de la realidad.....	63
5.3.9) Violencia.....	64
5.3.10) Metaconsumo.....	66
5.3.11) Personalización.....	68
5.3.12) Mínimos comunes múltiples.....	70
5.3.13) Gusto pop.....	71
5.3.14) <i>Gadget</i>	72

5.3.15) Sexualización automática de los objetos de primera necesidad.....	73
5.3.16) Hiper-evidencia: Pornoestéreo.....	74
6) Casos.....	82
6.1) Referencia a Featherstone.....	82
6.2.1) Caso 1: Arte.....	83
6.2.2) Caso 2: El cuerpo modificado.....	91
6.2.3) Caso 3: El reuso.....	99
6.2.4) Caso 4: Tecnología.....	111
6.2.5) Caso 5: <i>#Hipsters</i>	126
7) Conclusión.....	136
Referencias.....	139

1) Introducción

Todas las personas, como parte de la sociedad, necesitamos de una determinada respuesta para cada situación de la cual seamos partícipes voluntaria o involuntariamente. Ésta generalmente traerá consigo una interacción con otros semejantes, que no necesariamente tendrán los mismos intereses o gustos particulares.

Hay diversas maneras de estudiar a las poblaciones que han habitado la Tierra, en especial al hablar de Ciencias Sociales. Desde las primeras comunidades ha sido fundamental comprender el estilo de vida que han tenido las sociedades que nos anteceden, sobre todo aquellas con las que nuestro contexto se encuentra más cercano. No es raro que al ir descubriendo como vivía la gente en un tiempo anterior, nos encontremos con utensilios, vestimentas, obras artísticas, aparatos, construcciones u alguna otra cosa que nos dé a conocer la forma por la que se desenvolvían aquellos sujetos a través de los usos y las necesidades que satisfacían. Así es como podemos darnos cuenta que uno de los rasgos más fuertes que tiene la humanidad para ser definida es su manera de consumir, marca compartida por cualquier ser humano pero que en su determinada manifestación resulta con distintas variaciones, de forma que habrá grupos sociales que se parezcan más a unos que a otros.

La mente en su relación con el funcionamiento somático puede ser vista como la primer parada para que un individuo sea poseedor de diversas capacidades intelectuales y emocionales que lo califiquen como un ser que se vale por sí mismo, pero es verdaderamente la interacción con otras personas la que le hace actuar y le motiva al momento de tomar una decisión; en mayor o menor medida el sujeto le presta atención a la opinión ajena pues es de una suma de éstas lo que determinará qué comportamientos, costumbres y usos, son los más prudentes a la hora de entrar en una dinámica con alguien más.

Hoy las formas de consumo se van modificando con el paso del tiempo para dar lugar a nuevos objetivos de deseo, donde el mercado tendrá un papel fundamental al tratar de materializar cada uno de ellos y ofrecerlos a las sociedades a condición

de un intercambio. Por lo anterior se puede decir que la mente del sujeto buscará permanentemente acoplarse a la memoria colectiva, generada por la mente del mercado, con fin de compaginarse y, a la vez, de diferenciarse. El individuo creará convertirse en un ser trascendental a partir de sus consumos, de la adecuación de los mismos a estilos de vida prescritos y de la importancia que éstos vayan adquiriendo en sus relaciones de producción, afectivas y familiares porque, además de que el producto cubre una necesidad de acuerdo a su función primaria (es decir, a su función no simbólica, más bien material), cubre también aristas concernientes a un estatus social que encarnará aspectos de presentación del individuo, ya sean laborales, sexuales, de edad, de género, de nivel socioeconómico e incluso de nivel intelectual (Cfr. Garduño y Stingl, 2017).

Se utilizará brevemente la clásica teoría de la jerarquía de las necesidades humanas de Abraham Maslow (entre otras a las que se recurrirá en mayor medida). En ésta se presentan, mediante una estructura ascendente, las necesidades que según el autor, una persona ira construyendo en algún momento particular y con motivo de su situación de vida (Cfr. Maslow en Bringas, 2010: 63-65); teoría que además, si hacemos un recorrido desde la aparición de los primeros hombres hasta nuestras fechas, coincide de tal manera que en el estudio de esos años iniciales se notará que las necesidades más comunes estaban relacionadas con la supervivencia física, es decir, de deseos de alimentarse o de mantener contacto sexual reproductivo (meramente instintivo), mientras que en la época actual, y desde el advenimiento de la producción industrial, las preocupaciones ideales de los sujetos sociales se han inclinado más a la autorrealización o hacia el crecimiento personal, pero ¿por qué?

El transcurso de los años ha de significar una evolución de los seres, y aunque desde el principio se viene intentando repetir ciertos modelos arquetípicos, las variaciones o fusiones que nos encontramos con el pasar del tiempo (y que devienen en estereotipos) nos ayudan a determinar e interpretar a los habitantes del mundo, que hoy por hoy se desenvuelven en una era denominada como globalizada, donde el acercamiento entre personas se caracteriza por ser capaz de

sucedan inmediatamente. Resulta de suma fascinación, por ejemplo, tratar de conocer los motivos por los que ciertas prácticas que hacen algunos seres humanos han llegado a parecer raras o anormales, para luego tornarse en conductas compartidas y comunes entre las sociedades; y después convertirse en algo anticuado o fuera de moda.

La era de la necesidad creada es una consecuencia de la globalización del marketing. Néstor García Canclini en su obra *La globalización imaginada*, entiende la globalización como un proceso multiconceptual. Si bien la primera premisa compartida por muchos, es que la globalización implica intensificar las interconexiones y dependencias entre sociedades, hay que observar que en su desarrollo se puede vislumbrar un proceso que se interpreta como apologista en su relación con la tecnología, pero que también se puede leer desde posiciones contrapuestas y que entrarían fácilmente en una desesperación cultural. Al tratar este tema no es posible dejar a un lado las paradojas de sus supuestas ventajas, tal como los perjuicios de la expansión mercantil, la deslocalización, o la pérdida de poder de los actores político-sociales clásicos que, vuelve a referir una paradoja más al generar consecuencias desestabilizadoras que calificarían como negativas, por lo menos momentáneamente, y que a la vez se proponen como sucesos esperanzadores; quizá, como un mal necesario para poder superar una fase ya disfuncional y sin sentido o sin significados arraigados. Ésto correspondiente a la entrada de una nueva época, que requiere nuevas interpretaciones pues las pasadas ya no alcanzan para explicar las eventualidades ocurridas en ella (Cfr. Canclini en Rodríguez, 2000: 97-99).

Una de las principales circunstancias que puede explicar la pérdida de sentido propio de una era como la del consumo, es el momento en que la tecnología aplicada y los conocimientos científicos en general, vienen a ser una característica altamente calificativa de la época, en la que las comunicaciones por medio de la difusión de conductas estereotipadas, que se reproducen socialmente y se convierten en comunes, permiten reconocer patrones colectivos de comportamiento, consumo, ideologías, necesidades e intereses.

Cabe hacer un paréntesis y decir que hace no mucho los avances técnicos sirvieron para una cosa más que para brindar sentido a la producción (y aún conservan esa función solamente que de una forma latente y con la falsa intención de ocultarse): para que humanos eliminaran a otros humanos, es decir, para la guerra.

La modernidad iba en un camino que parecía el correcto, muchas personas comenzaron a “educarse” en la ciencia y el arte, el mismo México ha estado orgulloso de que la Ilustración fuera uno de los motivos de su movimiento de independencia; pero tiempo después ocurrieron dos acontecimientos que no podrían pasar inadvertidos en la historia: las dos guerras mundiales.

La Ilustración que fue un momento clave para la modernidad y que le dio al mundo varias de las mentes que hasta el día de hoy son recordadas (aunque sea por costumbre o hasta por parte del mercado) dejó de funcionar, ya que tenía como objetivo definido la iluminación del ser humano, o sea, que por medio de la razón éste llegara a una especie de nivel máximo de lucidez; nivel que en ningún momento tendría porque detentar contra la propia especie. Acercándonos a los tiempos de la segunda guerra mundial, unos años antes, nuestro planeta fue testigo de la ascensión al poder de Adolf Hitler en Alemania, tierra que había visto nacer a importantes autores como Immanuel Kant, Friedrich Nietzsche o Karl Marx, responsables de ser creadores y contribuidores de interpretaciones de la realidad y metanarrativas modernas, el hecho de que un personaje como Hitler tomara el poder fue de alto impacto, por lo menos analizándolo una vez que ya ha pasado, ya que representó un choque que expuso que tal vez los pensamientos de autores como los mencionados, estaban equivocados; este acontecimiento yació como un retroceso con el tiempo aún avanzando. Es así como en estos momentos se necesitan de otras narrativas que expliquen qué es lo que está pasando, que definan el periodo que se había abierto paso, pues las promesas que traían consigo aquellos dirigentes que en una primera instancia parecían defenderlas, una vez que las habían intentado poner en práctica, se convirtieron en sistemas totalitarios, en regímenes que no parecían seguir una línea de progreso humana, y que nos sirven

ahora para aducir que estas manifestaciones de las metanarrativas de la modernidad (y épocas anteriores) se volvieron disfuncionales.

En el esfuerzo por contribuir con la creación de una nueva descripción del mundo, luego de las guerras mundiales, llegaron varios grupos críticos, no necesariamente científicos, inconformes con los hechos que ocurrían en aquel entonces y que podemos determinar como una parte alternativa en respuesta al fraude de desarrollo que les prometieron alguna vez. Éstos traían consigo nuevos movimientos artísticos e intelectuales, intentando un nuevo proyecto con tintes de segunda ilustración, hombres y mujeres que poseían ideales compartidos con los horizontes vislumbrados por los grandes cerebros de la modernidad, propuestas que podríamos evaluar cómo buenas ideas en oposición contra las formas de poder en las que vivían; pero es alrededor de 1980 cuando el mercado encuentra, con el contexto de la globalización apoyada por medios y una estructura definida de producción (aún no tan explicada en esos tiempos), la manera de adjudicárselas y transfigurar las contraculturas surgidas antes para ofrecerlas como mercancías.

Sucesos como los descritos en los párrafos anteriores han convencido a diversos autores de que la modernidad como existía hace unas décadas ya no existe, o simplemente ha dejado de ser. Lo que se pretende aquí es defender la propuesta de que ya hay un movimiento posmoderno, tomando en cuenta que será el nombre del tiempo en el cual vivimos y que éste definirá mejor las características que presentan las acciones de los sujetos, esos que se desarrollan en interacción con sus otros semejantes. El fin no consiste en decretar si la posmodernidad es positiva o negativa, sin embargo, expondremos algunas posturas tanto de aquellos pensadores que están “en contra”, como de los que no lo están tanto respecto a esta supuesta nueva etapa; inclinándonos a dedicar más atención a los primeros. A través de 5 casos trataremos de clarificar aún más lo que parece incluir este reciente periodo, y a la vez aspiraremos a comprender en que consiste el fenómeno extremo (término que puede ser ambiguo pero que abordaremos más adelante) para finalmente cuestionar si éste pertenece y es representante adecuado de la

posmodernidad. La relación del individuo con la tecnología juega un papel importante para señalar qué tan cuestionable es la premisa de que los avances técnicos representan la posibilidad de una cohesión donde todos, necesitando del otro, establecemos relaciones sociales más cercanas de las que difícilmente podríamos prescindir.

2) Modernidad vs. Posmodernidad

Es necesario evocar el análisis del movimiento anterior al momento que la posmodernidad intentara establecerse en el mundo: la modernidad. Para así poder visualizar más claramente los cambios que han ocurrido en medio de los dos periodos y lo que ha significado la ruptura entre ambos. Tratando de definir qué es la modernidad, nos encontraremos que cuando se alude a este término es inevitable hacer referencia al arte, uno que estaba acostumbrado a habitar museos y vivir institucionalizado; y que era visto como perteneciente a una élite de difícil acceso. Pero también es importante observar de qué forma la modernidad era portadora de experiencias e indujo a “una idea de la discontinuidad del tiempo, la ruptura con la tradición, la sensación de novedad y la sensibilidad hacia la naturaleza efímera, huidiza y contingente del presente” (Frisby en Featherstone, 1991: 26).

Resulta complicado hablar de lo que define a la posmodernidad, abordamos una expresión joven que no representa algo que ya ocurrió, sino sucesos que están presentes y que por su mismo poco tiempo de existencia, y transformación, es complejo establecerles significados totalmente fidedignos. Mike Featherstone nos dice que habrá muchos obstáculos al tratar de estudiar la evolución del concepto de lo posmoderno y que “como esta perspectiva sostiene que ya estamos en una cultura posmoderna, toda tentativa de teorizar el posmodernismo aplicando las viejas técnicas y metodologías necesariamente fracasará” (Featherstone, 1991: 69).

Entre los estudiosos de la posmodernidad encontramos dos partes al momento de que se intenta abordar su significado, por un lado se ha hablado de ésta en un sentido económico, así autores como Jean Baudrillard y Jean-François Lyotard, además de que tratan el tema desde una perspectiva social, han mencionado que se trata de una transición hacia una edad posindustrial. Un

punto que es interesante señalar a propósito del uso que Lyotard hace de <<posmodernidad>> en *The Postmodern Condition* es que cuando habla de los cambios del conocimiento que acompañan el

paso a la sociedad posindustrial sigue concibiéndolos como ocurridos dentro del capitalismo (Featherstone, 1991: 25).

Esto quiere decir que si el capitalismo es propio de la modernidad, y Lyotard reconoce la etapa posindustrial dentro de él, eso que llamamos posmodernidad aún no tendría lugar. De manera similar el autor estadounidense Fredric Jameson en su argumento presenta una postura de no reconocimiento a la posmodernidad como una nueva etapa de nuestro tiempo, ya que

tiene un concepto periodizador más definido de lo posmoderno, pero es renuente a concebirlo como un cambio epocal; el posmodernismo es, antes bien, la dominante o lógica cultural del tercer gran estadio del capitalismo, el capitalismo tardío, que nace en la era posterior a la Segunda Guerra Mundial (Featherstone, 1991: 25).

Por la otra parte encontramos el término cuando se habla de cultura, tanto vista como conjunto de historias sociales, como de una cultura más encaminada hacia el espectáculo “pues ha cobrado fuerza a partir de <<movimientos>> artísticos, y está despertando un interés público más amplio, gracias a su capacidad de expresar algunos de los cambios culturales por los que estamos pasando en el presente” (Featherstone, 1991: 22). Son estos movimientos culturales, vistos como consecuencia probable de ciertos cambios en el orden económico perteneciente a la modernidad, los que realmente nos interesan. Diversos autores que han dedicado varias de sus líneas para hablar de su perspectiva acerca de la posmodernidad (aunque no todos lo llamen así ni consideren el nombre de igual forma) como Fredric Jameson, Jean Baudrillard o Daniel Bell, van a coincidir en que una de las características más marcadas que tiene es la preeminencia del consumo, sobre lo tradicional, de tal manera que la sociedad que se distinguía por producir ahora se encarga de reproducir. Baudrillard sostiene que “los simulacros y los modelos

constituyen, cada vez más, el mundo, borrándose de ese modo la distinción entre lo real y lo aparente” (Baudrillard en Featherstone, 1991: 24); su concepto de hiperrealidad será de gran ayuda al intentar incluir ciertos fenómenos en nuestro estudio, pues con él Baudrillard vincula acontecimientos que simulan ser intrínsecos o naturales al mundo que concebía como real pero que gracias a éstos ha dejado de serlo. Por su parte Jameson indica

que el posmodernismo se basa en el papel central de la reproducción en la <<red global descentrada>> del actual capitalismo multinacional, que conduce a una <<prodigiosa expansión de la cultura a través de todo el dominio social, todo (...) se ha vuelto “cultural”>>” (Jameson en Featherstone, 1991: 32).

Que la realidad se ha modificado en imágenes y el tiempo se ha fragmentado en una serie de presentes perpetuos. Sin mucha dificultad podremos identificar la idea compartida de Jameson con Baudrillard, al mencionar éste último el triunfo de la cultura signifiante (imágenes) como consecuencia de una saturación de signos cambiantes (presentes perpetuos), teniendo muy en cuenta que los medios de comunicación masiva como intermediarios culturales, fungen un papel protagónico para que ésto pase; así podemos expresar, aludiendo a uno de los ejemplos favoritos de Baudrillard que: “la televisión es el mundo” (Baudrillard en Featherstone, 1991: 27).

Nos enfocaremos más a utilizar la obra de Baudrillard, que de Jameson o de algún otro autor que sea reconocido como apologeta de las posibilidades posmodernas, como lo puede ser, por ejemplo, Pierre Bourdieu, porque pensamos que su perspectiva es la más compaginable con las problemáticas que trataremos de describir. Baudrillard es quizá uno de los autores calificados con más fuerza como críticos dentro del campo, sin embargo, justifica adecuadamente sus palabras, y a diferencia de algún otro pensador no se hace notar por expresar sentimientos de

añoranza del pasado o por querer recuperar lógicas remotas como Bell, aunque de éste último no dejaremos de reconocer sus valiosas aportaciones, que emergen como descripciones de una nueva época.

[Él ve] en el posmodernismo una intensificación de las tendencias antinómicas del modernismo, en que el deseo, lo instintivo y el placer se desatan para llevar la lógica del modernismo a sus consecuencias más extremas, exacerbando las tensiones estructurales de la sociedad y la disyunción de los dominios (Bell en Featherstone, 1991: 31. Los corchetes son propios).

Conforme avancemos en el estudio abordaremos con mayor detalle algunas de las posturas de estos autores, y de algunos más, dándonos cuenta que a pesar de que pueden tener discursos parecidos, en ocasiones la perspectiva con que conciben los acontecimientos que ocurren o con la que los explican varía. Mientras unos pueden guardar una visión más crítica de la época, otros se permiten justificar la entrada de la posmodernidad como algo no necesariamente nocivo, por ejemplo Lyotard, que desde su postura de que la posmodernidad requiere ser estudiada desde una perspectiva universal, destaca las ventajas de la apertura social al mundo.

El significado del término, “posmodernidad”, puede tener hasta hoy muchas acepciones, habrá que esperar a que tanto las experiencias que genera como los encargados de estudiarlo, tengan una idea consensuada y más clara de lo que quiere decir; Featherstone menciona en su obra *Cultura de consumo y posmodernismo*:

es posible que en su momento pueda surgir un mayor acuerdo en cuanto al significado del término, cuando los comentaristas de cada campo en particular consideren necesario recapitular y explicar la

multiplicidad de su historia y sus usos, a fin de educar a nuevas generaciones académicas (Featherstone, 1991: 23).

3) Del por qué del consumo, o de dónde nace el deseo

Hay varias razones por la cual una persona consume, como dijimos antes haciendo referencia a Abraham Maslow y su pirámide. Mary Douglas y Baron Isherwood, en *El mundo de los bienes* definen las clases de consumo por grupos, según la situación social en la que se localice una persona:

elijamos tres categorías sociales definidas por el consumo de tres grupos de mercancías: el primero de ellos sería el grupo de artículos básicos, correspondientes al sector de producción primaria; el segundo, el grupo de artículos tecnológicos, correspondientes al sector de producción secundaria, y el tercero, el grupo de artículos de información, correspondientes a la producción terciaria (Douglas e Isherwood, 1990: 195).

El primer grupo de mercancías tendría que ver con la subsistencia, por lo que los alimentos son un buen ejemplo, mientras que para el segundo y tercer grupo los viajes o la inversión de capital en actividades culturales y de ocio son las mercancías que se vinculan (Cfr. Featherstone, 1991: 45).

Aunque pueda resultar un tanto discordante el comparar el análisis de Douglas e Isherwood con la jerarquía de Maslow (pues en un principio la pirámide nos remite más a una realización básica para sobrevivir, y luego a objetivos de tipo personal-emocional, es decir, no material), es interesante ver las coincidencias en peldaños bajos al equiparar los artículos de producción primaria con el cubrimiento de las necesidades fisiológicas de la pirámide, y notar que mientras se está más cerca de la punta, los artículos principales que se pretenden alcanzar, serán aquellos de producción secundaria y terciaria (que ayudarán al sujeto a cumplir necesidades de afiliación, reconocimiento y autorrealización).

Dos son las razones sobre consumo que nos interesan para nuestro estudio:

1) Los deseos que se podrían llamar como propios de las personas, aquellos deseos que el sujeto querrá cumplir por causa propia, sin ninguna influencia verdaderamente importante de los medios o del mercado en general (esta razón tiende a estar más conectada al querer de la persona por conseguir experiencias con un fin individual y no tanto de índole social, salvo por algunas excepciones como la convivencia con aquellas personas que comparten intereses similares o que son cercanas al consumidor).

2) Y quizá la más común. La que vincula al consumo con la fuerte influencia de los medios de comunicación, la producción (o reproducción) masiva de bienes y servicios, y la tecnología, donde las personas mediante las mercancías y la manera en que las usan, buscarán adquirir un estatus, para sentirse aptos y competir por desempeñar un rol dentro (o contra) de un grupo, explorando siempre la posibilidad de destacar ante los ojos de los demás, siendo éstos allegados al consumidor o no (esta segunda razón se liga con la necesidad de pertenencia a un grupo; además de que se supone como una de las más útiles para comprender la relación consumo-posmodernidad).

Autores como Bourdieu, Douglas e Isherwood, ponen énfasis en observar cómo se utilizan los bienes: “nuestro disfrute de los bienes, sostienen, se vincula sólo en parte con su consumo físico, pues también está decisivamente ligado con su empleo como marcadores” (Douglas e Isherwood en Featherstone, 1991: 45). De acuerdo a las posibilidades de cada persona es frecuente que, según los bienes que se consuman para su usufructo o se elijan consumir por su propio atributo de estrictamente necesarios (como la comida), haya una interpretación de los grupos acerca de cómo viven sus similares (pertenecientes al mismo grupo) o sus “contrarios” (pertenecientes a uno distinto), en especial de aquellos que luchan por mantener un alto estatus a la vista de todos, “la competencia para adquirir bienes en la clase con acceso a la información origina elevadas barreras de admisión y eficaces técnicas de exclusión” (Douglas e Isherwood en Featherstone, 1991: 46). Esta competencia motiva al individuo a obtener un lugar sobresaliente dentro de sus

mismos grupos, como en el querer alcanzar y rebasar a los pertenecientes a otros, de modo que “ello supone una inversión, a lo largo de toda la vida, de capital cultural y simbólico y de tiempo dedicado al mantenimiento de las actividades de consumo” (Featherstone, 1991: 46), no obstante, daremos cuenta que la motivación no es suficiente la gran mayoría de las veces, pues esas mismas razones de distinción que experimentan los grupos en ascenso, ocurren también en los grupos posicionados en las partes más altas de la estructura social, por lo tanto éstos buscarán la forma de no parecerse a los que les anteceden; de esta forma se posiciona lo posmoderno y prevalece su carácter consumista, para ser un rasgo mucho más arraigado en nuestra época que en otras pasadas.

Por su lado, Bourdieu, nos da a entender esta situación gracias a su concepto de “capital simbólico”, que podemos interpretar como la cantidad de símbolos que una persona tiene como acervo cognitivo y su vínculo con la debida instrucción que deberá tener un consumidor para aprovecharlos, y desempeñar correctamente el rol social que pretende jugar. En conformidad con las reglas del estilo, moda, estatus, etc., para Bourdieu “el gusto clasifica, y clasifica al clasificador” (Bourdieu en Featherstone, 1991: 47) de tal manera que se percibirá claramente la pelea de la clase alta por distanciarse de la clase baja, y de la baja por intentar alcanzar a la alta. Es aquí el lugar donde el capital simbólico cobra protagonismo, ya que nos ayudará a darnos cuenta que

los signos de las disposiciones y los esquemas clasificatorios que delatan nuestros orígenes y trayectoria vital son también manifiestos en la forma del cuerpo, la altura, el peso, la postura, la manera de caminar, el porte, el tono de voz, el estilo del habla, la sensación de comodidad o de disgusto por el propio cuerpo, etc. (Bourdieu en Featherstone, 1991: 49)¹.

¹ En su obra, Featherstone recopila varias ideas de Bourdieu para dar lugar a una fiel síntesis de lo que éste escribe en *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, es por eso que usamos esta recurrencia por la cual exponemos las ideas del teórico francés a través del texto de Featherstone.

Situación en la que la apariencia sigue siendo prioritaria pero ya no sólo en lo que nuestra vista percibe, sino que se trata también de lo que nuestros otros sentidos captan de los demás, premisa muy acercada a lo que Bourdieu escribe, relacionada más con un estilo o porte de los individuos que percatamos gracias a las sensaciones que nos transmiten. Featherstone nos dice respecto a las palabras de Bourdieu: “De ahí que la cultura se incorpore y no sea sólo cuestión de qué vestimenta se usa, sino de cómo se la usa.” (Featherstone, 1991: 49).

Pero si estas clases con sus pronunciados objetivos trabajan para establecerse en sus grupos y diferenciarse de los otros, ¿entonces quién determina el contenido de los mensajes que se difunden de manera masiva?, según Bourdieu los “nuevos intermediarios culturales” son los responsables, que podrían explicarse como aquellos grupos que de una clase en ascenso han escalado en la estructura para así encargarse de la producción (o reproducción) de lo comprendido “en los medios de comunicación, el diseño, la moda, la publicidad y la información *paraintelectual*, cuyos trabajos conllevan el suministro de servicios y la producción, la comercialización y la difusión de bienes simbólicos” (Featherstone, 1991: 47 y 48); son ellos los que determinarán la mayoría del contenido que consumirá una sociedad que trata, en su generalidad, de seguir tendencias para legitimarse como nuevos intelectuales o consumidores culturales diestros. De igual manera a medida que se tenga la sensación de pérdida de un acervo cultural fresco, estos nuevos intermediarios culturales se ocuparan de la tarea de “explorar a fondo tradiciones y culturas diversas a fin de producir nuevos bienes simbólicos y suministrar, además, las necesarias interpretaciones sobre su uso” (Featherstone, 1991: 48).

Una de las formas más particulares de cómo algo puede llegar a volverse tendencia, es el proceso por el cual los productores intermediarios, y los que consumen lo producido, adoptan comportamientos “nuevos”, con virtud de tendencias previas. No es reciente el hecho de escuchar a alguien decir que en la actualidad ya no hay nada inédito porque todo ha sido inventado ya, y que lo que supuestamente se ve como nuevo simplemente es consecuencia de una mezcla o una copia de lo que ya existía; este argumento cobra sentido a la hora de tomar en cuenta que

arquetípicamente hablando, los modelos principales de todo lo que hay ya han sido creados en un pasado, y que de hecho no le pertenecían como tal a una clase alta sino que eran compartidos por diferentes grupos con características similares o bien por una clase baja (si es que ya existía). Hablamos de un proceso donde el arquetipo, lo viejo, que no era poseído por ninguna clase alta, pasa después a ser retomada por ésta como sinónimo de cultura, significando una especie de ilustración especial, ajena a cualquier persona no instruida, para luego ser descubierta por una clase intermedia que se encargará de intentar hacerla propia también y reproducirla; de forma que será más accesible para las clases bajas que en su momento tratarán de adueñarse de ella pero con resultados de estatus social menos satisfactorios al no contar con un capital simbólico semejante al de la “élite”.

Es interesante observar como este ciclo define modas y al mismo tiempo las desecha pues con el paso de la tendencia de una clase a otra, ésta se va desarticulando progresivamente y perdiendo sentido, por lo que al final el significante, la forma o imagen, termina siendo tomado más en cuenta que el contenido propio de esa acción o materia que en un principio era sinónimo de pertenencia a un estatus social alto. Aquí es cuando Baudrillard y Jameson se convierten en autores fundamentales para lograr explicar cómo es que en nuestros días las imágenes han prevalecido, los significados se han anulado y todo se ha vuelto cultural (Cfr. Jameson en Featherstone, 1991: 32).

4) Debate, ¿la posmodernidad es positiva o negativa?

Como en todo estudio científico hay autores interesados en el tema desde una perspectiva distinta u opuesta a la de otros que también hablan al respecto. Esta situación es enriquecedora, pues nos permite nutrirnos de diferentes puntos de vista para de este modo llegar a formar nuestras propias conclusiones y criterios, pero también representa un fenómeno complejo, ya que ante la saturación de información y la diversidad de opiniones, resulta una tarea difícil elegir un “bando”. Es como la clásica lucha entre los estudios cuantitativos y los estudios cualitativos que pareciera desembocar en hacer una clasificación de “lo bueno” y “lo malo”, situación por demás perjudicial para la adquisición de conocimientos, que más bien tendría que buscar una retroalimentación de carácter dialéctico en armonía con el juicio de una comunidad científica, encargada de evaluar y otorgar aceptación a los diversos argumentos que de ahí se obtuvieran.

Es por esta razón que debemos reconocer que entre los estudiosos de la posmodernidad vamos a encontrar dos posturas elementales, unos que ven esta etapa y sus prácticas como un asunto negativo, y aquellos que si bien, no siempre están a favor con lo que un cambio epocal trae consigo, lo aceptan de forma más apacible y lo comprenden como una fase que, a pesar de denotar una desorganización en la sociedad, también acarrea ventajas.

Sirva como ejemplo de los que aceptan lo posmoderno como una forma más de referir la historia, el caso del sociólogo francés Pierre Bourdieu, que en sus esfuerzos por explicar una clasificación de nuevas clases sociales que corresponderían al periodo, describió el trabajo de los nuevos intermediarios culturales, supuestos creadores de los contenidos de los mensajes que consume la sociedad en la actualidad. Otro autor que de alguna manera se sumó a esta facción fue el filósofo francés Jean-François Lyotard subrayando que “no debería lamentarse la pérdida de significado producida en la posmodernidad, en la medida en que apunta a la sustitución del conocimiento narrativo por una pluralidad de juegos del lenguaje, y del universalismo por el localismo” (Lyotard en Featherstone, 1991: 25).

Para la clasificación de los teóricos de visión crítica respecto a la posmodernidad encontramos a Daniel Bell, Fredric Jameson y Jean Baudrillard, como unos de los más sobresalientes. Hay que tener cuidado al intentar relacionar a estos autores, ya que aunque de algún modo estén ligados respecto a sus posturas, cada uno se logra diferenciar bien, como si cada autor, a manera de compositor musical, tuviera un estilo distintivo perteneciente a sus piezas que nos permitiera identificar sin confusiones, las obras de cada cual.

Por ejemplo, podríamos decir fácilmente que Bell representa, antes que los otros dos, un rechazo profundo por la posmodernidad, pues no se siente cómodo con el rasgo universal que viene a generar una etapa como ésta. Guarda una visión dogmática correspondiente a una nostalgia por el pasado que no ha ayudado mucho a las investigaciones más recientes del tema; Bell cree que:

Los sistemas seculares de significado han resultado ser soluciones ilusorias a las crisis espirituales una vez que se cortó el anclaje de la sociedad en la religión, y sólo un renacimiento religioso es capaz de restablecer la continuidad de las generaciones y producir imágenes de orden cósmico, humildad y solicitud (Bell en Featherstone, 1991: 192).

Como parte de un grupo social, podemos darnos cuenta que no es complejo observar que la religión ya no es lo que era en siglos pasados (ni siquiera, en años pasados); cada vez es una tarea más ardua encontrar personas creyentes, dispuestas a aceptar por completo los preceptos que su religión les demanda, y es más sencillo hallar a aquellos que simplemente dicen no creer en ningún tipo de deidad. Y es que debemos tomar en cuenta que la religión figura un sistema de creencias, sistema que a comparación de etapas pasadas ha cambiado; en estos días pareciera que variados credos han llegado a exponerse a nosotros para que podamos agrupar las ideas que mejor nos parezcan de cada uno, y que encajen

con nuestra supuesta personalidad, cumpliendo así, la religión, una función más de una guía espiritual híbrida que de una institución cuyos mandatos son del todo respetados y cumplidos. Featherstone opina respecto a Bell:

[Es mejor] indagar las formas específicas en que las creencias, sobre todo las producidas por especialistas en producción simbólica como los sacerdotes, los artistas y los intelectuales, han desempeñado un papel central en el mantenimiento de la unidad de la vida cotidiana (Featherstone, 1991: 192. Los corchetes son propios).

Esto es: dejar de lado, en la medida necesaria, el estudio de los dogmas como prácticas de relación social e individual estrictas, para dar paso al enfoque en la influencia que las prácticas y los contenidos hoy producidos, tienen en el comportamiento de la sociedad.

Cuando citamos a Fredric Jameson hay que decir que es un autor influido por Jean Baudrillard, y al igual que éste, reconoce que la realidad se ha transformado en imágenes, en una saturación de signos que ha desencadenado que todo se haga cultural. De esta forma menciona que, hay una actividad que se puede interpretar como una licuefacción de todos los signos, es decir, que lo que antes podíamos ver como dos culturas separadas, la perteneciente a la clase de masas y otra considerada como clase alta (no sólo tomando en cuenta el capital económico), ahora se han mezclado, lo que ha llevado a una supresión de éstas dos facciones; (Cfr. Jameson en Featherstone, 1991: 42) pero hay que poner atención en este punto pues a pesar de también tener como influencia a Karl Marx, Jameson en sus propuestas teóricas no le presta tanta importancia a evocar de manera destacada la interacción social y la lucha entre las distintas clases.

Jameson supone al individuo como un ser social esquizofrénico cuya experiencia es

la de <<significantes materiales aislados, desconectados, discontinuos, que no se enlazan en una secuencia coherente>>. Aunque no conoce, por lo tanto, una identidad personal y no tiene proyectos, la experiencia indiferenciada inmediata de la presencia del mundo lo lleva ser sensible a las intensidades: experiencias vividas, portadoras de una misteriosa y opresiva carga de afecto>> (Jameson en Featherstone, 1991: 106).

Un argumento similar vamos a encontrar en Baudrillard más adelante, donde vincula los motivos que al individuo le hacen actuar (consumir) con la curiosidad, ya que la fuente de éstos ya no tendrá que ver con un interés personal auténtico, sino de vivir cuantas experiencias pueda en el menor tiempo posible, de no perderse de nada sin que esto signifique que se tenga que involucrar de lleno con una sola actividad, o sea, de estar presente en muchos lugares “disfrutando” de lo que ve o siente pero que no observa, ni se compenetra.

Retomemos que para Jameson el ser esquizofrénico no conoce una identidad personal y no tiene proyectos, esta idea le viene de uno de sus argumentos considerado como de los más relevantes dentro de toda su obra, el hecho de que el tiempo se ha fragmentado en una serie de presentes perpetuos (Cfr. Jameson en Featherstone, 1991: 105). Por lo tanto se deduce que la persona no tiene una identidad que lo defina porque ha olvidado su pasado, y como ésto le ocurre a la mayoría de la sociedad ya no se puede decir que exista una memoria colectiva que la respalde; esta persona tampoco tiene proyectos. En otras palabras, no vislumbra un futuro o no lo planea porque vive en una sociedad (de consumo) que se caracteriza por ofrecer mercancías instantáneas, espontáneas, y por el despilfarro que también se relaciona con la saturación de signos y mensajes que describen tanto Jameson como Baudrillard.

Hay que decir, asimismo, que cuando se retoma a Jameson es inevitable darse cuenta de la melancolía que expresa por el arribo de esta nueva etapa posmoderna (recordemos que Jameson no llama a este periodo posmoderno, sino que lo

considera como una fase tardía del capitalismo), y la razón de tal circunstancia es que para él “el conocimiento y el arte deben conservar cierta función pedagógica” (Jameson en Featherstone, 1991: 112), tarea que ya no tienen y que ha quedado en manos de los medios masivos de comunicación, ya que son los que hoy satisfacen y son mediadores, e incluso productores, de intensidades multifrenéticas (Cfr. Jameson en Featherstone, 1991: 130) para las que el ser esquizofrénico requiere una nueva formación, argumento de Jameson que ha sido interpretado como nostálgico ante la pérdida de autoridad de la élite intelectual sobre la sociedad (Cfr. Jameson en Featherstone, 1991: 111-112).

No hay que olvidar que si bien las diferentes posturas al tratar la posmodernidad (apologéticos y críticos) se interpretan como opuestas, es conveniente no dejar de mencionar ambas, pues de alguna manera el sentido de una existe por las contrariedades que la otra le imputa, una situación dual donde una no podría ser lo que es sin la presencia de la que se le contrapone.

Va quedando claro, por el mayor espacio dedicado, que la visión que más nos interesa en esta ocasión es la de tendencias críticas, lo cual no significa que se demerite el trabajo de los otros autores que aceptan o se adaptan más fácilmente a lo posmoderno. La razón de la elección tiene que ver con la línea y el sentido de la tesis.

5) Jean Baudrillard como particular narrador de la época posmoderna

5.1) Baudrillard y la crítica

A pesar de que Baudrillard no utilizó el término “posmodernidad”, ni voluntariamente se incluía en el movimiento de los estudiosos de éste, es probable que sea una de las más destacadas elecciones como fuente para llegar a comprender de mejor modo el fenómeno “último” (extremo) del consumo, la supuesta última fase en la que esta práctica, tan definitoria de la época, tendría que desembocar.

Con relación a aquellas prácticas que nos parecen extrañas, en un principio, que nos resultan complicadas de explicar, y que bien pueden ser fenómenos extremos, vamos a ir avanzando de forma que usando como instrumento la obra de Baudrillard, observaremos progresivamente el propuesto cambio radical de pérdida de sentido en la sociedad. Para tal acción no está de más recordar la fase anterior (modernidad) a la posmodernidad, pues nos servirá en gran medida para notar las marcas que quedan impresas en el paso del tiempo, en ambos (o más) periodos históricos de la sociedad, y la evolución o la involución social manifestada actualmente.

Como cualquier autor sobresaliente, Jean Baudrillard no es la excepción cuando se trata de ser receptor de críticas, unas mejor fundamentadas que otras. Si bien, se trata de un escritor polémico por su radicalidad y falta de pudor al expresarse, “en el fondo Baudrillard era el primero en anunciar la hegemonía -intelectualmente atractiva, si bien discutible y muy matizable desde una sociología empírica y práctica- del poder del consumo sobre la producción” (Alonso, 2009: LIX), palabras expresadas por el economista español Luis Enrique Alonso, encargado de realizar un estudio introductorio para la publicación en español, de febrero de 2009, de *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras* de Baudrillard, para la editorial Siglo XXI de España Editores.

Varios son los artículos donde se ha abordado al autor que nos incumbe de manera no tan grata. Camilo Retana en su escrito, *Olvidar a Baudrillard: Sawicki, Butler y*

Preciado como lectoras de Foucault, toma una postura defensiva a la hora de respaldar al francés Michel Foucault (Cfr. Retana, 2012). Para esto recapitula algunos de los argumentos que Baudrillard presenta en su obra *Olvidar a Foucault*, en el cual éste critica el trabajo de Foucault y lo encuadra como parcial por no atreverse, según él, a dar un último paso en su examen del poder, ya que no logra dar reconocimiento a la supremacía del simulacro como fuerza dominante de la sociedad.

Baudrillard se diferencia de autores de ideologías más drásticas, al estilo de Bell, con que, aunque en sus textos se puede percibir fácilmente un sentimiento pesimista respecto a lo posmoderno, de forma más complicada vamos a poder hallar algún argumento donde proponga retornar a un episodio pasado del tiempo que él aprecie como esperanzador; aunque probablemente desde una posición más personal y no aterrizada expuestamente en su obra, sí sintiera alguna especie de nostalgia por lo antiguo y por la forma en que en aquellos lapsos dotaban de sentido a la sociedad y a sus prácticas. Bell, por su parte, manifiesta indudablemente su perspectiva melancólica y de incomodidad por la etapa que ahora transcurre, además de que su propuesta para solucionar lo que encuentra como problemática es una proposición de índole dogmática (al hacer vínculo con lo religioso) y visiblemente inconforme a la hora de aceptar los hechos que lo posmoderno implica, produciendo una sensación, en el sujeto que se acerca a sus estudios, de que se trata de un autor con argumentos arcaicos, y quizá, fuera de lugar; característica que Baudrillard rechazaría desde un principio, ya que los elementos teológicos encarnan una propuesta no congruente con su rechazo por valores viejos, que califica como disfuncionales.

Tenemos que lograr hacernos a la idea de que Baudrillard es un teórico de condición radical, pues de otra forma las explicaciones que pretendemos exponer pueden entrar en una desatada polémica que posiblemente no nos lleven a esclarecer ningún conflicto. Baudrillard se puede clasificar como crítico porque no hace falta un análisis extenso (basta con conocer un par de sus obras) para notar que sus palabras tienen un tinte lúgubre, en varias ocasiones relacionado con el concepto

de muerte, y muchas otras más con el de pérdida, pero ante todo no hay que olvidar que es descriptor de un proceso nuevo, no antes definido de esa manera, a su estilo, y que además nos proporciona información (de acuerdo con su postura y sus ideas) para comprender nuestro presente y vislumbrar un futuro, pese a que éste sólo se base en un ciclo que se repite indefinidamente; una serie de presentes perpetuos en términos de Jameson.

Baudrillard es criticado porque sus propuestas de alguna forma incluyen todo problema de índole social, en especial del mundo occidental. Dice Camilo Retana, respecto a los escritos de Baudrillard comparados con los de Foucault: “otra suerte corren las lecturas que esperan encontrar en un autor una teoría por fin completamente abarcativa y sin lagunas. Acaso sean justamente esas lecturas las que tendríamos que olvidar” (Retana, 2012: 39). Pues según él, perspectivas como las de Foucault son más convenientes por los mismos vacíos que dejan ya que así, no caducan y se pueden seguir desarrollando. Si bien la obra de Baudrillard no presenta este enfoque no hay que distraernos, y recordar que nuestro autor no se preocupa tanto por enfocarse en un solo asunto sino que prefiere ocuparse de ofrecer una explicación que englobe la descripción entera de la pérdida de sentido en el modo de vida de la sociedad en general.

En Baudrillard encontramos otras herramientas que nos permiten respaldar sus estudios y poder manifestar que tampoco su obra, así como la de Foucault, resulta caduca, sino que sigue vigente ahora y que muy seguramente lo seguirá en un futuro; sobre todo tratándose de un razonamiento que pertenece a una etapa actual, que no ha terminado de configurarse ni de entenderse del todo. Nos valemos de elementos como sus propuestas para considerar e interpretar prácticas sociales recientes, y de los polémicos debates que abre al expresar su rechazo por la normatividad con la que otros autores (como Foucault e incluso Bourdieu) intentan enseñar los fenómenos concernientes; nos permitimos decir que mientras un autor se siga retomando, positiva o negativamente, su vigencia está viva.

El 23 de noviembre de 2005 Baudrillard recibió la Medalla de Oro del Círculo de Bellas Artes (CBA), a partir de este acontecimiento se le realizó una entrevista para

la revista *Minerva* (publicada por el CBA) a la cual se nombró *Baudrillard vs. Baudrillard*, es interesante rescatar su opinión directa acerca de su trabajo porque nos deja la sensación de que lo vamos entendiendo de la manera correcta. Aquí un fragmento de lo dicho por el entrevistado:

Mi manera de pensar no se limita a una problemática determinada, no depende de una ideología ni de una filosofía en particular. A mi juicio, lo ideal es, en último término, no tener referencias, esto es, analizar las cosas *in vivo*. Se trata de una especie de fenomenología paradójica: no aplico ningún método pero, en caso de hacerlo, éste consistiría en llevar los conceptos al límite –en este sentido sí me reconozco un poco situacionista- e incluso más allá. Intento sustraerme del dominio de la banalidad generalizada, de esta generalización del intercambio, de todo este simulacro, para ver qué es lo que todavía permanece irreductible, qué es lo que aún constituye un acontecimiento y, por lo tanto, qué es lo que realmente merece la pena analizar. Evidentemente, ésta es una tarea que no termina nunca, un trabajo que no concluye jamás. En mi opinión, el pensador es como un catalizador de los pensamientos de las distintas personas (Baudrillard en Pérez, 2006: 72).

La postura del autor, descrita por él mismo, encaja con lo anteriormente dicho en nuestro análisis y parece ser que a Baudrillard no le aquejan las palabras críticas que vengan por parte de sus detractores, pues él es el primero en saber que en su enfoque de ver los problemas está una de las claves más importantes de su obra. La propia revista del Círculo de Bellas Artes, reconoce que Baudrillard “posee una capacidad innata para captar los aspectos más relevantes de una contemporaneidad de suyo desmesurada” (Pérez, 2006: 72).

Para evitar futuras confusiones hay que distinguir que pese a que se le puede incluir en un círculo de autores críticos, él en particular no se considera dentro de éste pues, en sus palabras trata de cruzar la lógica de la esperanza y la de la desesperanza y manifiesta que “lo que hace falta es analizar lúcidamente lo que está ocurriendo y dejar de pensar que las posibilidades de darle la vuelta pueden proceder de los viejos valores que ya no tienen energía para subvertir el tema” (Pérez, 2006: 73).

Entonces comprendemos que Baudrillard se interesa por examinar nuevas situaciones con nuevas formas de análisis. Hallamos explicable el hecho de que evite la obra de otros autores, además hay que decir que no las excluye sin razones, ya que desde su punto de vista se comprende que se trata de teorías que ya no son suficientes para explicar lo que sucede ahora, que quizá en otro momento pasado pudieron haber servido, o se pensaba que servían, pero que simplemente en el presente ya no parecen funcionales por más admirables que sean; sobre todo porque ninguna ha alcanzado su gran meta social, quedándose en el bagaje intelectual como propuestas utópicas. Baudrillard cambia el poder como factor social completamente determinante, por el consumo de imágenes, es decir, lo simbólico que cada vez tiene más de significativo y menos de significado; esto es lo que subordina al poder.

Estas líneas no tratan de convencer al lector de que Baudrillard es mejor autor que otro, sino esclarecer que es el autor más útil para nuestro objetivo. La disputa entre quienes lo ven como un escritor subjetivamente abarcativo, por ejemplo Retana, y quienes lo aprecian como un pensador destacado, por ejemplo Alonso, efectivamente causa controversia. Fernando Rampérez, en su artículo *De la obscenidad, o bien olvidar a Baudrillard*, denota como de “pensamiento clásico” las concepciones de Baudrillard, ya que entiende que cuando éste habla de representaciones, lo hace de un modo negativo, pero reconoce también que se necesitan de ellas para que la pérdida que describe se lleve a cabo, por lo que se genera una paradoja al explicar la representación como algo desfavorable en un comienzo, y después considerarla como necesaria; lo que Rampérez traduce como

un deseo de tinte más emocional que objetivamente racional (Cfr. Rampérez, 2009: 148).

Baudrillard no se reconoce perteneciente a una retórica de la desesperanza, más bien por su parte, se declara proclive hacia un antagonismo, o sea, hacia una ruptura que dé lugar a una especie de esperanza, que tal vez se muestre de una manera rechazable, pero que alcanza a responder a un sistema agonizante. (Cfr. Baudrillard en Pérez, 2006: 73).

A diferencia de Rampérez hay algunos otros autores más pasionales al demostrar en sus líneas el desagrado que guardan por Baudrillard, claro ejemplo es Carlos Celis, quien en su texto *Necro-lógicas. A propósito de Baudrillard*, califica la obra del autor de la siguiente manera:

Su prosa de bisturí gangrenado infecta y cercena lo que creemos, expandiendo viralmente sus ideas para quienes lo hemos leído; sus escritos poseen la tersura de un abrigo de mink y lo nauseabundo de un baño público lleno de jeringas y olores excrementicios; esto ha hecho que provoque ánimos profundamente encontrados, pues tiene mucha facilidad para decir cosas que nadie quiere escuchar (Celis, 2007: 153).

Rampérez antes de “olvidar a Baudrillard” lo retoma por una última vez, destacando algunos pensamientos que él considera favorables, o por lo menos necesarios para luego avanzar e ir más allá de él, señalando lo que considera como errores (Cfr. Rampérez, 2009); en contraposición con Celis o Retana que intentan argumentar en un tono desaprobatorio más que de reconciliación y reparo respecto a los tropiezos del autor, siendo un modelo crítico oportuno (Rampérez) de la retroalimentación que generalmente se trata de conseguir por medio del intercambio científico.

En última instancia podríamos tomar las palabras de Baudrillard, como una teoría, que espera ser validada, pero que aún no puede someterse a una evaluación confiable pues los parámetros para hacerlo no están aún bien estructurados, ya sea por la época o por las heurísticas imperantes, cualitativas o cuantitativas. De cualquier forma, el hecho de que su pensamiento se encuentre en esta posición no significa que sea estéril, al contrario, aun cuando no sea del todo válido no hay porque olvidar a Baudrillard, hay que recordarlo, si no estaríamos cayendo en el mismo supuesto error que sus críticos le imputan; haciendo una lectura parcial de lo que se ha escrito respecto al tema, dejando en la ausencia una perspectiva de debate que vale la pena examinar, con el fin de aspirar a aplicarla al campo social y observar que tan funcional o disfuncional es.

5.2) Baudrillard por sí mismo

Una vez que hemos dado cabida al debate entre los críticos y ciertos apologetas de nuestro autor, usaremos en su defensa a su propia obra. Vamos a revisar algunos de sus trabajos, que nos van a permitir profundizar aún más en su pensamiento y comprender mejor el fenómeno de la posmodernidad.

Hay que destacar en primer momento y como base de esta tesis: *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, una pieza clave para entender la lógica del proceso que intentamos describir. En ella, Baudrillard enfatiza que en ninguna época como en la actual, la sociedad ha priorizado tanto los objetos (y las imágenes), a tal grado que éstos ya no “viven” según las personas, sino que son ellas quienes viven según los objetos (Cfr. Baudrillard, 2009: 3), de manera que se puede observar que los objetos se convierten en fetiches, y más que fetiches, traspasando incluso dogmas con los que el humano vivía y se desenvolvía en el paso por su existencia; estableciendo una paradoja de acuerdo al periodo, pues un razonamiento sensato basado en experiencias de otras etapas del tiempo pasado nos dirían que, en concordancia con la evolución que va detentando la tecnología a través de diferentes progresos, el acercamiento con los demás tendería a ser más común, pero notamos que más bien el hecho de que sea más rápido y sencillo

comunicarse con alguien, por ejemplo, no quiere decir necesariamente que se lleven a cabo estos procesos ni que los mensajes transmitidos directamente de persona a persona sean precisamente más humanos que en periodos anteriores.

Un ejemplo simple pero justificable por lo escrito arriba es una cierta inclinación a la posesión de calendarios perpetuos, pero no del tipo de calendarios que nos permitirían ubicarnos en el tiempo con la ayuda del sol u otras estrellas sino de unos que consisten en cuatro, cinco o más piezas (dependiendo del diseño) en forma de cubo a manera de dados, con los dígitos del 0 al 9 en sus diferentes caras, nombres de mes, días e inclusive años; los cuales uno tiene que girar o mover para obtener la fecha correspondiente al día en que uno se encuentre. Dispositivo que generalmente viene decorado y en cuanto a forma respecta resulta atractivo, por no decir curioso. Pero lo que tenemos que destacar aquí es que su uso no es tanto el de resolver una confusión cuando queramos asegurarnos de que estamos en el día, mes u año que creemos, y menos el de situar una fecha anterior o posterior a esa, su empleo principal puede ser ambiguo pero no es ese. Podría ser un juguete didáctico para niños, un adorno para el hogar y hasta quizá, un cachivache que ayuda a darle la razón a nuestra necesidad de ego; encargado de decirnos que sí, que tenemos la razón, que hemos acertado en la fecha, generando un pequeño reto todas las mañanas, convirtiéndose en parte de nuestras rutinas (despertar, levantarse de la cama, bañarse, ponerse la ropa del día, desayunar, lavarse los dientes, cambiar la fecha en los cubos, y salir a trabajar), y que hará que sintamos culpa, aunque sea una poca, el día que hayamos olvidado cambiar de fecha por la mañana, y más tarde generará una obligación de modificarlo sin importar que falten un par de horas para que el día termine.

El individuo común ya no se sirve de los objetos sino que es él quien se subordina a éstos, puesto que sin ellos las acepciones que tiene de la existencia se vendrían abajo, incluyendo el modo en que establece conexiones con sus semejantes (seres con la misma característica). Es un individuo que acepta modas o tendencias sin detenerse a cuestionar el por qué de ellas, se deja persuadir por éstas porque tampoco le cuestionan nada, al contrario, parece ser que le recomiendan que es lo

que tiene que conseguir y les hace caso para ser funcional respecto a sus otros, resultando sencillo para él reunir lo que más pueda (aunque sea una reunión sin sentido), ya que para su comodidad no hace falta una justificación verdaderamente que tenga que dar evidencia de que está actuando correctamente.

No importa si al paso que la persona se relaciona en sociedad elige, con relación al sistema de consumo, ir a corriente o simular ir en contra, dentro de uno y el otro existe la interacción con semejantes, y ya veremos que al final lo relevante no son los gustos, intereses o preferencias por sí mismas que el individuo “decide” poseer, o dice poseer, sino lo que implica esa elección, que más bien denotaría lo que le hace falta no tanto en materialidad y sí como ausencia de compromiso colectivo o de responsabilidad humanista.

Las tiendas y centros comerciales (*malls*), nos dice Baudrillard, son una gran prueba de la saturación y el exceso de imágenes y objetos (Cfr. Baudrillard, 2009: 5), que se le ofrecen y sugieren al individuo actualmente, dado todos los “bienes” que le son presentados o exhibidos con las más planeadas estéticas, para encajar fácilmente en el gusto de la población que los acoge. Estos establecimientos se han convertido en uno de los espacios necesarios de la época en la vida actual, pues además de desempeñarse como atractivos estantes, cumplen una función de escenarios de una posible vida; presentando para el consumidor un número inmenso de significantes.

Pongamos atención en estas palabras:

Hemos llegado al punto en que el <<consumo>> abarca toda la vida, en el que todas las actividades se encadenan según un mismo modo combinatorio, en el que el canal de las satisfacciones ha sido trazado de antemano, hora por hora, en el que el <<ambiente>> es total, está totalmente climatizado, totalmente organizado, totalmente culturalizado. En la fenomenología del consumo, esta climatización

general de la vida , de los bienes, de los objetos, de los servicios, de las conductas y de las relaciones sociales representa el estadio consumado, <<consumido>>, de una evolución que va de la abundancia pura y simple, a través de las redes articuladas de objetos, hasta el condicionamiento total de los actos y del tiempo, hasta la red de ambiente sistemático inscrita en las ciudades futuras que son los centros comerciales, los *Parly 2* o los aeropuertos modernos” (Baudrillard, 2009: 8).

Y es que tal parece ser que el sólo acontecimiento de caminar por cualquier sitio de concurrencia social nos invita a consumir. Los espacios están tan llenos de mercancías (y tan vacíos de sentido) que por más que uno se haya resistido a adquirir alguna, al final un determinado bien o servicio terminará por llamar nuestra atención, pues con antelación estaba predestinado a gustarnos, como sí la naturaleza se hubiera encargado de proveernos (Cfr. Baudrillard, 2009: 12) aquello que ha sido producido (o reproducido) según nuestros supuestos gustos “personales”; así será como se habrá de cumplir cierta profecía que con anterioridad anunciaba que esa adquisición sucedería.

Entonces no solamente las tiendas son los lugares donde descansa la premisa de la imagen sobre el fondo, sino que se ha llegado a un punto en que las calles, las ciudades, los museos, el arte, el concepto de cultura en general y cualquier zona pública, se ha transformado en un anaquel, o bien en escenario que incita la práctica consumista, inyectando una especie de impulso en la persona, la cual le motiva a realizar alguna compra. Los aparadores presentan una extensión de diversas colecciones de mercancías que, aunque sean fiel muestra de la profusión de éstas, guardan un orden que se encarga de estimular al individuo para la adquisición de uno o varios objetos, lo que Baudrillard denomina como “panoplia”:

Hoy son pocos los objetos que se ofrecen *solos*, sin un contexto de objetos que les hablen. Y la relación del consumidor con el objeto se ha modificado: el individuo ya no se refiere a tal objeto en su utilidad específica, sino a un conjunto de objetos en su significación total. La lavadora, el frigorífico, el lavaplatos, etc., tienen un sentido, propio de todos ellos, diferente del que tiene cada uno como utensilio. El escaparate, el anuncio publicitario, la firma productora y la marca, que en esto cumple una función esencial, imponen una visión coherente, colectiva, como de un todo casi indisociable, como de una cadena, que deja de ser así un encadenamiento de meros objetos para ser un encadenamiento de *significantes*, en la medida en que los objetos se significan recíprocamente como superobjetos más complejos, con lo cual despiertan en el consumidor una serie de motivaciones más complejas. Vemos que los objetos no se ofrecen nunca al consumidor en un desorden absoluto (Baudrillard, 2009: 5).

Las preferencias, sea cual sea su origen (por lo general de un contexto social), son las que decretan nuestras elecciones de compra. Vivimos para el objeto y no el objeto para nosotros, porque ahora éste nos representa, estamos de acuerdo en que así sea porque la mercancía conseguida se torna en una extensión de nuestra simulada identidad y de nuestra parte corpórea visible. Por lo que un coche o la adquisición de una membresía de algún club deportivo-recreativo, son cosas que hablarán por nosotros, generándonos un perfil, una especie de currículum para respaldarnos socialmente frente a otros miembros de la sociedad; así como el decidir vestir un suéter o unos zapatos y no otros, podría ser comparado incluso con una cirugía estética innecesaria, en el sentido de que no es primordial para que las funciones normales y vitales del cuerpo se lleven a cabo adecuadamente.

Ya habíamos dicho en páginas anteriores, con el auxilio de la pirámide de Maslow, que hoy en día las preocupaciones por cubrir las necesidades de autorrealización

(que son anheladas para hacerlas manifiestas a los demás) y felicidad (Cfr. Maslow en Bringas, 2010: 63-65) han crecido, pero lo llamativo aquí es que esas necesidades muchas veces son actividades que ya se hacían o que están muy vinculadas con nuestro quehacer cotidiano. A las necesidades básicas para vivir, las cuales nunca dejarán de ser fundamentales, se les han agregado formas de consumo diferentes, transformándose en algo más que en una labor de mantenernos vivos.

Por ejemplo, hoy para realizar una acción como dormir contamos con muchas más posibilidades que el sólo hecho de acostarnos en una cama. Por qué limitarse a la actividad como tal, si se le puede añadir una cobija que se calienta con sólo conectarla al enchufe de luz, si podemos controlar el clima (con ventilación para combatir el calor o con un calentador eléctrico para cuando hace frío), o bien sí podemos ambientar nuestro dormitorio, con la ayuda de cualquier aparato que reproduzca música grabada, con sonidos que imitan los producidos por el agua del mar o por pajarillos gorjeando sus cantares; teniendo la comodidad y seguridad de la habitación y a la vez contando con lo bello de la “naturaleza”, sin que los insectos nos molesten y sin la probabilidad de ser víctimas de un maremoto.

Otra acción esencial para que nuestro cuerpo funcione es la hidratación, pero el beber algún líquido ha sido una de las actividades que más han sufrido modificaciones con el paso del tiempo, ahora no es sólo tomar agua para saciar la sed, los espacios y los individuos con los que interactuemos nos auxiliarán para saber qué tipo de bebida es la que tendríamos que escoger, porque no es lo mismo cenar con vino que cenar con cerveza. Tampoco debemos equivocarnos al tratar de identificar si lo que vamos a consumir tiene que ir en vaso, en su envase o en alguna particular copa; estos elementos sumados hacen del beber uno de los pretextos preferidos de las personas para mostrarse socialmente, integrarse y, supuestamente, relacionarse entre ellas.

De alguna manera es acertado decir que vivimos en una ilusión o en una fantasía, negando lo real (Cfr. Baudrillard, 2009: 14-18), pues hoy por hoy contamos con la oportunidad de “vivir” experiencias que antes no eran posibles experimentar sin

riesgos. De tal modo que el debate sobre lo que es o no real, lleva a pensar en posibilidades que adquiere el discurso como permanente adecuación del individuo al entorno. Estamos en un lugar pero sin estarlo, sintiendo sensaciones pero sin correr peligros, eso nos produce calma y a la vez también nos podría generar su opuesto, la tensión, pero como solamente estamos ahí virtualmente, la experiencia termina siendo grata, quizá no muy importante o relevante para un futuro pero sí una referencia, que sin involucrarnos mucho nos puede emitir un recordatorio acerca del tipo de estilo de vida que estamos llevando. Respecto a esto, Baudrillard nos dice:

El contenido de los mensajes, los significados de los signos son en gran medida indiferentes. No nos sentimos implicados y los medios no nos remiten al mundo, nos dan a consumir los signos en tanto que signos, acreditados, sin embargo, por la garantía de lo real. Aquí podemos definir *la praxis de consumo*. La relación del consumidor con el mundo real, con la política, con la historia, con la cultura, no es la del interés, la de la investidura, la de la responsabilidad comprometida, tampoco es una relación de indiferencia total: es una relación de CURIOSIDAD (Baudrillard, 2009: 15).

Hay una gran gama de ejemplos, por ahora mencionaremos brevemente el caso de uno difundido por la televisión, medio tomado por Baudrillard diversas veces para sus estudios, el reportaje informativo; que ya de por sí encierra cierta subjetividad por las diferentes líneas de contenido de las televisoras y además depende de la forma en que lo relate el reportero asignado. Éste nos presenta imágenes de un evento desventurado generalmente, y por medio de ellas, deja que el espectador padezca un poco del dolor que pasa la gente implicada en el hecho: La ventaja que tiene el televidente sobre los afectados es que en el momento que termina el reportaje, puede olvidar todo aquello que percibió y seguir con su vida como si nada negativo pasara. En las películas también ocurre, cuando acudimos a ver una cinta

del género de terror, se presenta la posibilidad de sentir la angustia y el estrés que transcurren durante el filme, experimentar algo que a los amantes de este arte les gusta llamar “catarsis” pero que, sabemos que una vez presentada la última escena y empezados los créditos, estaremos a salvo y nos podremos ir tranquilos, y hasta divertidos, a nuestro hogar, probablemente a experimentar una actividad virtual más.

Hablamos aquí de la pérdida de complicidad con nuestra especie y de la preeminencia del signo sobre el referente, de la degradación de la sensibilidad que supuestamente es uno de los más grandes rasgos distintivos de la humanidad (o debieran serlo). Ya no tratándose tanto de un asunto moral al que se le podría adjudicar una crítica que trate del detrimento de los valores, pues es lógico pensar, más allá de la ética y la moral, en la defensa de los propios, de funcionar de forma colectiva para la perduración y conservación de la sociedad como un conjunto de seres similares. Esto que podemos traducir como una muy marcada individualidad, parece ser una de las principales causas de la insuficiencia de motivos para lograr un acuerdo social, para alcanzar un fin o una serie de metas determinada, en la cual las personas estén más que dispuestas a contribuir. No se vislumbra un gran devenir esperanzador de la historia que ayude a corregir los errores humanos cometidos ya que no hallamos un sentido de comunidad lo suficientemente perceptible ni grandes ideas progresistas compartidas.

Es totalmente comprensible que las palabras de Baudrillard den a entender un singular fatalismo al describirnos los fenómenos que trata, en especial al mostrarnos un cierto vacío que existe en la vida de los integrantes de una sociedad, ese vacío carente de sentido que llena huecos de personalidad, y que se puede reconocer perfectamente en la vida cotidiana que llevan los individuos.

En *La sociedad de consumo*, Baudrillard nos cuenta que es necesario que las personas doten de signos e imágenes la vida que llevan día con día, particularmente cuando se encuentran instaladas en una “zona de confort”, o sea, ubicadas en una etapa de su vida que según su contexto requerirá de estabilidad, y aunque también connota cumplir con responsabilidades (cubrir las necesidades de alimentación,

casa, vestido, para ella/él y su familia), cuando este aspecto está bajo control, su quietud en cuanto al dominio de su vida requerirá simulacros que le permitan formar parte del mundo nuevamente por lo que no será extraña la búsqueda de experiencias de lo diferente y la diversión que ésta implica, ya sea en el sexo, en unas vacaciones o por medio de diversos dispositivos; destacando la violencia *consumida* como uno de los elementos primordiales que dan dirección al hecho de vivir. Ésta será su propia obscenidad, hambrienta de acontecimientos, una vez que éstos hayan sido procesados para descubrirlos de un modo accesible, que no requiera de grandes referencias o conocimientos para poder interpretarlos. Es ahí cuando se pasa de la exclusión del mundo y sus sucesos, al más alto nivel de seguridad, es así como el consumo se jacta de brindar la felicidad a través de una resolución de tensiones.

Pero no debemos olvidar el aspecto humano que tal vez agonizante aún sobrevive en nosotros, ese que llega como una clarividencia para decirnos que algo no es correcto, como un instante de lucidez que, sin embargo, debemos apagar porque no es un atributo que se lleve bien con la manera de vivir que se desarrolla actualmente, pues como intenta avisarnos acerca de la pasividad y falta de compromiso que nos caracteriza, podemos llegar a sentirnos culpables. Pero de modo semejante la culpa tampoco es un sentimiento que resulte congruente con la lógica material que veníamos conservando, de alguna forma hay algo que nos recuerda que poseemos una parte bondadosa que se siente menoscabada por la falta de sensibilidad ante los hechos de afuera, ante “lo malo del mundo”, es ahí cuando necesitamos salir de nuestra pasividad y entonces el espectáculo se vuelve uno de los medios más importantes que nos van a socorrer en esa absolución; a cargo de los medios de comunicación masiva, para poder arreglar la contradicción, como lo escribe Baudrillard, entre moral puritana y moral hedonista (distinguida de esta época). Nos ocuparemos entonces de que la calma emerja como un bien merecido ya que se habrá conseguido con esfuerzo, desafiando los males que constantemente le intimidan; fórmula brillante para que siempre el optar por la seguridad (pasividad) sea justificable (Cfr. Baudrillard, 2009: 16-17). Revisaremos más adelante que muchos de estos sucesos que realizamos con frecuencia y de

forma habitual, tienen la tendencia de convertirse en canalizadores, ordenando una gran cantidad de nuestros sentimientos, al mismo tiempo que permiten conservar la estabilidad social y dejan que ciertos estímulos brinden la catarsis necesaria dentro de lo cotidiano.

El concepto de felicidad quizá sea el más usado por los medios que publicitan las mercancías, no necesitan utilizar forzosamente como tal la palabra “felicidad” para llamar nuestra atención, viendo la inmensa mayoría de anuncios comerciales es muy notorio que existe ya una variedad considerable de sinónimos de lo que podría significar para una persona ser feliz, o mejor dicho, de lo que una persona cree que significa “ser feliz”.

La abundancia (no real, según Baudrillard) es uno de los impulsos de necesidad recurrentes que nuestro autor refiere en *La sociedad de consumo*, porque corresponde como ya se ha mencionado, al relleno de un vacío en la vida social y en las expresiones de cada individuo que se desenvuelve dentro de ésta, siendo así un premio para los esfuerzos diarios que realiza éste; parece ser que mientras más objetos se posean, más recompensado es el trabajo que se ha desempeñado. Los objetos cobran una vital importancia al recordarnos que toda labor por conseguirlos ha valido la pena y que por lo tanto son bien merecidos. La satisfacción de una persona no equivale a habitar un lugar carente de objetos sino a habitar uno que sí los tiene (incluyendo a su propio cuerpo, tomándolo como un lugar que de la misma forma que una construcción de cuatro paredes, se habita aunque no necesariamente por dentro), y aún más cuando se le da la posibilidad de elegir los objetos con los que quiere rodearse o adornarse, es ese momento cuando el individuo se podría preguntar cuáles son las cosas materiales que lo determinan como ser y que describen mejor quién es. Aquí, en algunos casos el problema de identidad (de responder a la cuestión: ¿quién soy?) se puede agudizar, precisamente por la impotencia de no saber o no querer elegir las mercancías que se le ofrecen, pero generalmente, el caso más común en el ser social, es dejarse llevar por la corriente de la abundancia porque además no se necesita un manual ni instrucciones específicas para saber escoger, pues la publicidad y los encargados

de la producción nos van a ayudar a que no implique un gran esfuerzo decidir, saben de antemano el capital simbólico con el que cuenta el sector al que pertenecemos, y están dispuestos a mostrarse serviciales, a ser nuestros cómplices de compra, a la vez que nos convencen (de manera “amable”, claro está) de que ellos saben más, así que no pueden fallar en las sugerencias que nos hagan, son nuestros “amigos” y solamente anhelan “lo mejor” para nosotros. Baudrillard, en el capítulo nueve de su *sociedad de consumo*, ejemplifica esta idea con algunos discursos publicitarios como el siguiente:

Tomemos ese admirable ejemplo publicitario que dice: «Cuando una jovencita dice que adora a Freud, hay que comprender que adora los cómics»; «Una adolescente es una "personita salvaje", llena de contradicciones. Pues bien, más allá de esas contradicciones, nos corresponde a nosotros, los publicitarios, comprender a esa joven. Y de manera general, comprender a las personas a quienes deseamos dirigirnos.» De modo que las personas son incapaces de comprenderse, de saber quiénes son y qué quieren, pero *nosotros* estamos aquí para dar solución a ese problema. Sabemos mucho más que vosotros sobre vosotros mismos. Posición represora de analista paternalista. Y las finalidades de esta «comprensión superior» son claras: «comprender» a las personas para que ellas nos comprendan. Saber hablarles para que nos escuchen. Saber agradecerles para interesarlas. En suma, saber venderles un producto, «nuestro» producto. A esto se lo llama la «comunicación». ¿Astucia de comercialización? No solamente. Esa jovencita *no tiene derecho a que le guste Freud*, se equivoca y nosotros le vamos a imponer, por su bien, lo que secretamente le gusta (Baudrillard, 2009: 213-214).

No hay que olvidar que todo adquiere sentido por las relaciones que establecemos con nuestros similares, ya que el individuo que aquí abordamos necesita de las cosas en su habitación (casa, departamento, cuarto) para dar paso a la interacción, ya que el espacio que relleno de objetos lo ha sido porque espera que sea admirado por alguien más, así sus pertenencias hablarán por él; se trata de una “ecología del objeto” (Cfr. en Baudrillard en Garduño y Stingl, 2017: 206-209), una situación que bien podría verse como modesta en palabras pero pretenciosa en objetos. Algo similar ocurre con la ropa, si nos remontamos a sus funciones básicas podemos mencionar que la vestimenta servía para protegerse de las amenazas que la naturaleza traía bajo su manto, situaciones como resguardarse del viento, de la lluvia, de los rayos del sol y hasta de insectos, factores que no difícilmente podrían desembocar en alguna enfermedad; para todo esto sigue siendo útil pero parece ser que olvidamos con facilidad esas funciones.

Propongamos como prueba que hay innumerables casos de personas que están dispuestas a sufrir o pasar distintos dolores para lograr la apariencia que desean, bajo el lema popular: “la belleza cuesta”; cada vez es más común oír prácticas quirúrgicas estéticas distintas que con anterioridad no eran consideradas, ni por parte de los médicos así como tampoco por el lado de los consumidores. Ya no sólo se trata de una cirugía de nariz o de un implante de senos, sino de un recorte de mandíbula para dar “más forma” al mentón o de un implante de pantorrilla, hechos que se relacionan con la hiperrealidad descrita por Baudrillard, pues este tipo de operaciones y dispositivos que se insertan en la constitución humana son simulacros (más reales que el propio cuerpo), son el reflejo de la necesidad de cumplir el deseo de lucir de alguna forma, creado por imposiciones que han logrado penetrar en la sociedad y que se encargan de definir el nivel de belleza o por lo menos de aceptabilidad social respecto a la apariencia de una persona. Si tomamos en cuenta que muchos estarían dispuestos a experimentar los procedimientos anteriores, nos es más sencillo comprender que a una actividad menos complicada, como es la del vestir, se le dote una relevancia elevada; no todas las personas cuentan con la accesibilidad económica para someterse a una cirugía, sin embargo es más factible adquirir una prenda que ponerse. Cada quien, dependiendo de sus

posibilidades, busca la manera de adaptarse o de ser un inadaptado a sus similares, siendo más fácil observar a gente afín a la primera situación, sin que eso signifique que sea responsable totalmente de ello.

El sentir de la persona al obtener la recompensa de la abundancia de objetos, referidos por necesidades de diferente orden, no solamente le pasa a ella ni tampoco ocurre una vez exclusivamente, es decir, que no es acontecimiento de uno, sino de prácticamente toda la sociedad (la profusión y la panoplia se vuelven recursivos, por lo que van más allá del centro comercial instalándose con distintos niveles y escalas de la vida urbana; baste ver que la ocupación de un lugar por objetos no se queda en el ámbito privado solamente, o sea, en una vivienda, pasa también a un plano de concurrencia pública en el que anuncios, diseños de edificios y calles ofrecen un ambiente al que transita por ellas, quitando el sentimiento de vacío que un lugar sobrio podría generar), y que no es algo que tenga cabida solamente por pocas ocasiones, siendo así un hecho que se repetirá por indefinidas veces pero con detalles agregados que dotarán excepcionalidad. La función original de uso de la mercancía se habrá perdido, será el detalle el que dote de atractivo de nuevo a ésta y el responsable de que las personas la deseen.

Y habrá que reconocer que no solo la apariencia física importa, la falta de compromiso social y las mercancías que obtenemos, aquellas que determinan nuestros pasatiempos, son consumidas de igual modo que las que utilizamos para vernos “bien”, pues de no ser por ellas tal vez el instinto característico de la vida actual sería, quizá, simplemente trabajar. En su análisis del trabajo y el tiempo, nuestro autor escribe que

el ocio se *justifica* en la lógica de la distinción y de la producción de valor. Esto puede verificarse casi experimentalmente: abandonado a sí mismo, en estado de «disponibilidad creadora», el hombre ocioso busca desesperadamente algo que hacer, un clavo que clavar, un

motor que desarmar. Fuera de la esfera de la competencia, no hay necesidades autónomas, no hay motivación espontánea (Baudrillard, 2009: 196),

es decir, que al individuo de hoy no se le atribuyen innovaciones o creaciones, sino que se le caracteriza por ocuparse, aparte de su empleo, en tareas que representan una forma de trabajo distinguida de periodos anteriores.

La palabra “trabajo” trae consigo una connotación que nos indica un empleo de esfuerzo, por lo que el fin del trabajar tiene que ser una retribución, si no fácilmente se podría cambiar la palabra por otra como “esclavitud”, o sea que, se labora para conseguir un pago, que nos permitirá consumir, adquirir mercancías de acuerdo a nuestros gustos e intereses, objetos que nos distraigan de las rutinas, como la de ir a laborar. Podríamos llamarlos canalizadores, objetos que nos auxilian para cubrir nuestras impotencias del mundo verdadero para pasar a anularlas en un plano virtual, y a falta de un buen plan de vida o de una gran metanarrativa con la que estemos de acuerdo en dirigirnos, dotan de sentido nuestra existencia.

Sobresale entonces la circunstancia en la que lo material ha pasado a lo simbólico como consecuencia del gran valor que cobran la mercadotecnia y la publicidad en la construcción de sublimaciones unidas a objetivos socialmente trascendentales, accesibles gracias a la mercancía.

Baudrillard es una de las mejores referencias para entender de una mejor manera qué es la posmodernidad; ésto sin olvidar que tratamos con un término aún sin un desarrollo completado, un acontecimiento reciente que no ha terminado y que para muchos ni siquiera ha tenido lugar. El consumo del que tanto escribió Baudrillard es clave para poder explicar los demás aspectos que presenta la posmodernidad. Es un comportamiento del individuo que tiene un vasto acceso a la mercancía, compuesto de productos cuyo significante se impone a su significado, pero que en la competencia social le hace más valioso o más especial. Y es que el consumo es

brindador de posibilidades, nos ofrece experiencias que van más allá de lo que se creía posible, y aunque éstas no se concreten en lo real, sí se permite llevarlas a cabo en plataformas que consideraremos como virtuales.

5.3) Conceptos base para comprender la era del consumo

Ya que el objetivo final de este estudio es describir el periodo que estamos contemplando como posmoderno a través de casos, se considera necesario que queden claros algunos de los términos que Baudrillard empleó a la hora de hacer análisis en sus obras; al mismo tiempo estos nos van a servir para exponer mejor tanto lo que se considera posmoderno en él, y lo que se estima como características de los mismos ejemplos que se expongan más adelante. Aquí nos auxiliaremos no solamente de *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, sino también de otras tres de sus obras: *La ilusión vital*, *Cultura y simulacro*, y *De la seducción*.

5.3.1) Inmortalidad

La inmortalidad es un tema del que habla Baudrillard más específicamente en su obra *La ilusión vital*, en otras más sigue abordándolo pero ya no tan explícitamente. A lo que se va a referir nuestro autor es a ese “nuevo” advenimiento de aquellos signos que en un periodo pasado cobraban un sentido en relación con sus objetos, y que ahora han regresado pero lo han hecho sin una de sus dos partes, han vuelto con su estandarte bien puesto de significantes pero al mismo tiempo han olvidado su significado (Cfr. Baudrillard, 2002). Cada vez es más común que las personas ya no encuentren como definir lo que consumen o las mercancías que están disponibles para ser consumidas, además de que no necesitan una justificación complicada para ello, es suficiente que aquel producto que se vaya a adquirir tenga en su haber aparentes atributos, atractivos a la vista, porque ahora no importa tanto el significado de éstos; lo que se hace entonces es llenar esos vacíos de insignificancia con imágenes o signos, y mientras más se suman surge la creencia de que eso es lo correcto.

Lo que pasa cuando los objetos no mueren es que hay una abundancia. Hay algo similar entre el dicho popular “todos los excesos son malos” y este fenómeno que Baudrillard describe como cancerígeno, en *La ilusión vital* lo compara con la inmortalidad de una célula que como no muere desarrolla cáncer, es decir, se trata de una profusión de células que se hace evidente por la manifestación de un tumor (que si bien puede desatar la muerte, no es posible determinar el momento exacto en que sería posible que pasase), por lo que se puede decir que la inmortalidad es el peor de los destinos (Cfr. Baudrillard, 2002). Esta situación es muy parecida a la de reproducir en masa, pues habrá, de la misma forma, una abundancia de objetos, aumentando el volumen que representan las mercancías.

5.3.2) Liberación e involución

Es inevitable el explicar de qué se trata uno de estos dos conceptos (por ejemplo, involución) utilizando el otro (por ejemplo, liberación) porque aquí el argumento de Baudrillard comprende que muchas proposiciones y movimientos que han sido relevantes en un determinado periodo y que han poseído características de narrativas esperanzadoras en contraste con los problemas sociales existentes, ya que al principio aparentaban ser una buena idea (liberación), acaban por extinguirse o por cobrar una particular inmortalidad pero ya dentro del sistema de mercado (involución), de manera que no hay un progreso humano verdadero. Hay que tomar entonces a la involución como un efecto o consecuencia envilecida de la liberación de los signos.

Baudrillard pone como ejemplo uno de los casos más mencionados a la hora de describir los acontecimientos que ocurrieron en la década de 1960 a 1969: la revolución sexual, que si bien tuvo su comienzo antes de 1960, fue en esa década cuando alcanzó su máximo punto. Fue un movimiento que empezó a figurarse como un generador de múltiples modos de manifestación humana, años después de intentar encontrar expresiones que permitiesen hallar un sentido, luego de haber pasado dos guerras mundiales (Cfr. Baudrillard, 2002). Pero fue cuestión de tiempo para que los gestos que profetizaban o ilusionaban mejores augurios comparecieran

ante una era globalizada que mostraba sus mayores despuntes iniciales en la segunda mitad del siglo XX, una era que no necesitaba (ni necesita) de divisiones, pues se trata de “unir” a todos, en el mínimo tiempo posible y sin la implicación de grandes esfuerzos; siendo también una etapa en la que la confrontación física no sería la primera opción, ya que la mayoría de los países que tengan un conflicto con alguna otra nación, lo pensarían dos veces antes de gastar recursos económicos en una lucha como las de la primera o segunda guerra mundial. Se puede decir que hay diferentes formas de violencias presentes en las guerras contemporáneas, sin embargo, una que sea enteramente física ya no la hay.

Distintos movimientos que durante unos instantes parecían surgir como una nueva opción de desarrollo humano, socialmente hablando; como la revolución sexual, han sido desprovistos de esa virtud para pasarle la estafeta a otros más que cada vez se vislumbran como menos viables para tal propósito. Un caso ilustrativo podría ser una especie de revolución tecnológica, en la cual el propio sexo entre personas ha perdido su más grande fin el cual es reproducir; al día de hoy existen procesos que le dan más importancia a la reproducción entre el hombre y la mujer que el mismo sexo. Existen ya otros procedimientos como la inseminación artificial, la fecundación in vitro y hasta la clonación (todavía en desarrollo) que tienen como principal meta crear a otro ser humano; por lo que el sexo cumple variadas funciones antes de hacerse responsable de la tarea que antes era su prioridad. Y he ahí el gran problema que se relaciona con los conceptos de liberación e involución, pues tal como se ve, la segunda es consecuencia de la primera, ya no se sabe con precisión la utilidad de las cosas o las actividades que hacíamos antes, el significado desaparece dejando solo su forma, un cuerpo sin alma (Cfr. Baudrillard, 2002). Analogía que actúa de manera afín con la ciencia, teorías y propuestas que con anterioridad cumplían con la tarea de definir acontecimientos y generar o prometer un progreso, ya no lo hacen, claro está el ejemplo dicho de los dos conflictos bélicos mundiales, donde la misma ciencia fue modelo de un retroceso en sus ideas de avance respecto al mejoramiento de la condición de la vida.

Ese tipo de circunstancias suscitan otro obstáculo (uno de los más importantes), la individualidad, a la que ya dedicamos algunas líneas en el paréntesis 5.2. Hay una tendencia muy marcada a hacer más grande el sentimiento de realización pero lo que va a caracterizar a este hecho es que tal realización no se busca necesariamente por medio o en compañía de los demás, incluso de los seres más cercanos se siente cierto recelo que impide una comunión genuina, no se están creando lazos de afecto verdaderos entre las personas; lo que se viene desarrollando es una falta de compromiso social que ha modificado el papel de la persona como sujeto (que vive rodeado de otras personas), por lo que ésta ha ido eliminando aquello que advierte como amenaza contra su holgura. De la misma forma el individuo ya no se puede perder nada de lo que pudiera disfrutar, Baudrillard tanto en *La sociedad de consumo* como en *La ilusión vital*, relaciona esta irresponsabilidad social con el deseo de experimentar la muerte, es decir, de cómo este individuo tratará de no dejar ninguna experiencia de goce a la deriva; llegando a un punto en el que la muerte representa una opción más a la hora de lo lúdico, pudiéndose probar más de una vez, depende cómo y cuánto se esté “dispuesto” a invertir en ello, ya que habrá casos donde más que una experiencia esporádica, la muerte se convierte en un estilo de vida, tanto que ésta se transforma progresivamente irrelevante pues se le ha quitado su atributo fundamental de fatalidad (Cfr. Baudrillard, 2002).

Las consecuencias no sólo afectan al colectivo sino que, incluso la realización deseada por las personas, tiene que ver con una trascendencia física (vinculada con los sentidos corporales) más que con una trascendencia espiritual o racional. La carencia de metas y el desdibujo de horizontes sociales se revelan mediante frases (que en no pocas ocasiones son utilizadas por el mercado en sus discursos publicitarios) como la que dicta: “vive este día como si fuera el último”, en la que podemos analizar dos fracciones; la primera (la que está descubierta) sería la positiva que nos dice que usemos “bien” nuestro tiempo porque llegará una fecha en que verdaderamente sea nuestro último día de vida, pero hay que subrayar que este uso “adecuado” del tiempo que nos sugiere la frase va aunado a una despreocupación por el futuro, lo que nos lleva a la segunda fracción del enunciado

(la que está oculta), pues no es posible pensar en un gran cambio social sin planear lo que vendrá en el mañana. Baudrillard en *La ilusión vital* dice que la raza humana se ha convertido en “una especie incapaz de hacer frente a su propia diversidad, su propia complejidad, su propia diferencia radical, su propia alteridad” (Baudrillard, 2002: 13).

5.3.3) Inhumanidad

Baudrillard entiende la inhumanidad como la abolición de todo lo que es humano, ésta vendría a ser una de las características de las personas en la posmodernidad. Consiste en abolir nuestros propios deseos, defectos, sueños, locuras y nuestra sexualidad, porque se están haciendo recetas para todas las cualidades que por ser específicas del ser humano, se supone nos hacen (o hacían) únicos (Cfr. Baudrillard, 2002, 17).

Este concepto nos vuelve a hacer referencia a una irresponsabilidad social presente en la actualidad, y desde hace algún tiempo, la idea general de trascendencia o de bienestar es diferente a la que se tenía en tiempos modernos y anteriores. La falta de responsabilidad colectiva se da a notar mientras más fracciones se originan en la sociedad, Baudrillard escribe al respecto:

El humanismo tradicional, es decir, el de la Ilustración, estaba basado en las cualidades del hombre, en sus dones y virtudes naturales: en su esencia, que iba a la par con su derecho de libertad y con el ejercicio de esa libertad. El humanismo contemporáneo, en su versión ampliada, está afiliado cada vez más a la conservación del individuo y de la humanidad como una entidad genéticamente definida. Cuando se consideran los Derechos del Hombre, ya no encontramos un ser moral o soberano, sino por el contrario las prerrogativas de una especie amenazada. Entonces estos derechos se tornan problemáticos, porque plantean la cuestión de los

derechos de otras especies, de los niños, de la naturaleza misma... en contraste con los que la naturaleza humana tiene que definirse a sí misma (Baudrillard, 2002: 18-19).

Además el problema no se queda ahí, así como la inhumanidad sería una causa de la irresponsabilidad social, ésta última sería causa también de una fuerte inclinación a una individualidad que no se basa en grandes pensamientos (como los religiosos o los filosóficos clásicos), la preocupación reside en que se muestra una línea de pensamiento única pero asentada ahora en el consumo inconsciente como miembro de una sociedad. Esto es algo que Baudrillard llama *clonación mental*, un estado construido de varias partes para formar una estructura donde prácticamente ya no se ve un sector que esté libre de él, “a través de los sistemas educativos, los medios de comunicación, la cultura y la información de masas, los seres singulares pasan a ser copias idénticas de los otros” (Baudrillard, 2002: 21).

5.3.4) Virtualidad

Para hablar y entender mejor este concepto es necesario hacer referencia a la pérdida de realidad que relata nuestro autor en las líneas de *Cultura y simulacro*, donde alude a ésta en función de la relación entre el “disimulo” y la “simulación”. Hay que tomar en cuenta que para Baudrillard el primero tiene que ver con una presencia, pues disimular es fingir no tener lo que se tiene, mientras que la simulación cuestiona la diferencia de lo verdadero, lo falso, lo real y lo imaginario. No se puede decir solamente que simular se trata de fingir tener lo que no se tiene, ya que fingir (así como disimular) vincula a una realidad que aunque esté enmascarada está presente (Cfr. Baudrillard, 1978: 7-8).

Las funciones tradicionales de aspectos importantes como el político, sexual o el social, han dejado de andar tal y como lo hacían para volverse progresivamente inútiles (Cfr. Baudrillard, 2002: 56), pues la posmodernidad se va a caracterizar por

ser una etapa en la que muchos supuestos que, intentaban o se creía, podían explicar efectivamente los hechos y objetivos del mundo perdieron esa característica; y no precisamente porque hubieran llegado mejores términos para describir lo que recién ocurre o porque se tuvieran ya bien definidas las nuevas metas en el presente, sino porque al intentar explicarla surge una serie de confusiones acerca de lo que es y lo que no es, además de que dicho intento no representa una preocupación significativa para los individuos. Bajo esa lógica no se requiere forzosamente un argumento que justifique el actuar o los principios de las acciones que vemos hoy.

Dice Baudrillard: “lo Real como tal implica un origen, un fin, un pasado y un futuro [...] No hay nada real sin esos elementos” (Baudrillard, 2002: 54-55). Expresamos que no hay un origen en relación con el pasado porque debido a la falta de compromiso y amnesia social, el esclarecimiento de razones que respalden nuestro comportamiento se ha convertido en algo irrelevante. Por otra parte, la ausencia de fines denota un desinterés por el porvenir; la sociedad de consumo es la que disfruta del aquí y ahora, no requiere motivos exigentes u objetivos mayúsculos para conducirse (postura compartida, como ya vimos, con Jameson, al hablar de presentes perpetuos).

El evento que está sucediendo es particular porque las explicaciones que pretenden dar interpretación al mundo, y sobre todo a nuestra relación con él, son demasiadas. Así como hay una abundancia de signos y mercancías hay, también, de explicaciones, a tal punto de que las mezclas de éstas y la confusión que se genera a partir de ellas, ha ido perjudicando la comprensión existencial de todo. Llamen la atención los textos de Baudrillard como *La guerra del golfo no ha tenido lugar* (1991) en relación con lo dicho porque ahí se expone que no sólo la manipulación sino la multiplicidad de manipulaciones, posturas, líneas editoriales, puntos de vista, perspectivas o como se les quiera llamar, dan pie a que un hecho sea diferente dependiendo del medio donde se difunda, y que el acontecimiento tal y como se experimentó realmente sea lo menos parecido a lo exhibido, por ejemplo, en la televisión; ya lo decía nuestro autor “la televisión es el mundo” (Baudrillard en

Featherstone, 1991: 27). Es sustancial, aunque pueda ser intuido por las palabras ya expresadas, no pasar por alto el aludir que así como la información, entre tanta información, se pierde, lo mismo puede pasar en otros campos pertenecientes inexorablemente al ser humano como el religioso o el sexual, donde los límites ya no están tan marcados y todo se puede incluir en ellos; mientras se sumen más elementos habrá más abundancia y a la sociedad de consumo le sienta bien ese proceso.

Si es cierto que, como decíamos en páginas previas, los objetos son los que ahora dominan al individuo, el resultado es una pérdida de la posición hegemónica que la persona tenía o creía poseer sobre ellos, los propósitos de control que el sujeto ejercía se pierden o por lo menos quedan frustrados (Cfr. Baudrillard, 2002: 65-68); nuestras funciones se modifican y quedan reducidas a las exigencias del objeto.

Lo virtual en principio es una realidad aumentada (aunque ésta última tome a lo físico como gran parte de su contenido, ambos comparten elementos virtuales, se podría decir que la virtualidad tomada como aquella que reemplaza por completo a la realidad, es el producto de muchas realidades aumentadas). Aumentar es incrementar, es sumar algo a otro algo que ya se tenía, por lo que si a la realidad le agregamos más realidad entonces podemos decir que ya hay realidad más real que la real (en síntesis el resultado es una hiperrealidad, concepto que abordaremos más adelante); sin olvidar que así como “potenciar” puede ser sinónimo de aumentar, de igual forma lo son las palabras “intensificar” y “agravar”. Nuestras funciones como humanos están todavía condicionadas a un aspecto ecológico y es por eso que no podríamos tener un dominio completo sobre la realidad virtual. Entonces, si la virtualidad existe, en la medida en que nosotros interactuemos con ella, le estaremos cediendo poder y nuestras funciones ecológicas irán perdiendo valor hasta tornarse inservibles (así como las funciones tradicionales de aspectos políticos, sexuales o sociales), ya que en esta nueva realidad no son necesarias; esta hiperrealidad “mejora” nuestros sentidos, y aún mejor dicho, los sustituye.

5.3.5) Simulacro

Al contrario que la utopía, la simulación parte del principio de equivalencia, de la negación radical del signo como valor, parte del signo como reversión y eliminación de toda referencia. Mientras que la representación intenta absorber la simulación interpretándola como falsa representación, la simulación envuelve todo el edificio de la representación tomándolo como simulacro (Baudrillard, 1978: 13-14).

El simulacro es lo que viene a anular lo real (la virtualidad es un simulacro) y se convierte en algo de orden superior (algo más real que lo real, hiperreal) por lo que se denotará la ausencia de referentes de esa realidad nula. Estas son algunas palabras de Baudrillard al abordar el término:

No se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real, es decir, de una operación de disuasión de todo proceso real por su doble operativo, máquina de índole reproductiva, programática, impecable, que ofrece todos los signos de lo real y, en cortocircuito, todas sus peripecias. Lo real no tendrá nunca más ocasión de producirse —tal es la función vital del modelo en un sistema de muerte, o, mejor, de resurrección anticipada que no concede posibilidad alguna ni al fenómeno mismo de la muerte (Baudrillard, 1978: 7-8).

Lo que es interesante en este concepto es que al hablar de él, vamos más allá de lo verdadero o lo falso, no busca ocultarse y muchas veces se jacta de sus peripecias exhibiéndolas como algo atractivo. El simulacro es una especie de copia

del original, “la simulación parte del principio de equivalencia” (Baudrillard, 1978: 13), un duplicado perfecto respecto a forma pero un remedo en cuanto a contenido del modelo original, se trata de una imagen vacía.

“¿qué tenemos que hacer cuando realmente nada llega a su fin, es decir, cuando nada ocurre realmente, ya que todo está calculado, auditado y realizado por adelantado [...]?” (Baudrillard, 2002: 33), ésta es una de las preguntas que Baudrillard se hace en su obra *La ilusión vital*, cuando habla de la precesión de los simulacros, o sea, de la capacidad de los simulacros para ocurrir antes que los hechos mismos (como lo que anteriormente mencionábamos acerca de un acontecimiento reportado por los medios de comunicación masiva, pues éste puede llegar hasta volverse inexistente mientras se empleen, o no, los signos o imágenes necesarias para lograrlo, pues nos encontraremos con que el suceso que verdaderamente pasó, será bastante dispar respecto al evento presentado en pantallas, radiodifusoras o papel). Y es que una de las principales consecuencias es el problema de ambigüedad, ya que las interpretaciones de un hecho serán múltiples y la falta de sentido es causada por el exceso de sentidos que puede generar el acontecimiento a partir de la búsqueda de su explicación, por lo tanto no es buena opción confiar a la primera en aquellos que alardean haber hallado la mejor postura en relación con algún evento. Baudrillard en *Cultura y simulacro*, usa un ejemplo para ilustrar esta situación que abarca tanto la circunstancia de la precesión de los simulacros como la variedad de interpretaciones que llegan a tener dichos simulacros:

Un atentado en Italia, por ejemplo, ¿es obra de la extrema izquierda, provocación de la extrema derecha o un montaje centrista para desprestigiar los extremismos terroristas y reafirmarse en el poder?, más aún, ¿se trata de una farsa policíaca, de un chantaje a la seguridad pública? Todo ello es verdadero al mismo tiempo y la búsqueda de pruebas, es decir, de la objetividad de los hechos, no es capaz de detener semejante vértigo interpretativo. La cuestión es

que nos hallamos en medio de una lógica de la simulación que no tiene ya nada que ver con una lógica de los hechos. La simulación se caracteriza por la precesión del modelo, de todos los modelos, sobre el más mínimo de los hechos —la presencia del modelo es anterior y su circulación orbital, como la de la bomba, constituye el verdadero campo magnético del suceso. Los hechos no tienen ya su propia trayectoria, sino que nacen en la intersección de los modelos y un solo hecho puede ser engendrado por todos los modelos a la vez. Esta anticipación, esta precesión, este cortocircuito, esta confusión del hecho con su modelo (ya sin desviación de sentido, sin polaridad dialéctica, sin electricidad negativa, implosión de polos opuestos), es la que da lugar a todas las interpretaciones posibles, incluso las más contradictorias, verdaderas todas, en el sentido de que su verdad consiste en intercambiarse, a imagen y semejanza de los modelos de que proceden, en un ciclo generalizado (Baudrillard, 1978: 36-37).

Hay una multiplicidad de interpretaciones y, en la vastedad que éstas encarnan, es inevitable que haya mezclas. El ejemplo en la cita (*vid. supra*) aborda un tema de índole terrorista pero no hace falta ir tan lejos para poder observar casos en que esta diversidad de la que hablamos se haga manifiesta. Ya no es raro, por ejemplo, encontrar a personas que practiquen yoga como cualquier otro ejercicio, que compren una comida extranjera que se prepare originalmente para el desayuno y ellas la sirvan en una cena, que reciten una oración religiosa de memoria sin pensar en las palabras que están diciendo, o que usen alguna prenda e incluso lleven un tatuaje con el taijitu, o cualquier otro símbolo, sin saber lo que significa (o significaba); ¿pluralidad?, ¿apertura a la cultura?, sí pero sin sentido. Es de suma importancia destacar que, más allá de establecer un juicio y calificar a este fenómeno como bueno o malo, lo que creemos aquí relevante es su descripción y el hacer notar que existe una confusión a la hora de las elecciones, en este caso,

del consumo de esa persona que vive y se desenvuelve en sociedad; elecciones que tienen que ver con una gran marcha en la búsqueda de una identidad, expedición que no es fatal hay que reconocer, que “no desemboca forzosamente en la desesperación, sino a menudo en una improvisación de sentido, de sin sentido, de múltiples sentidos simultáneos que se destruyen” (Baudrillard, 1978: 39).

Podríamos decir que la imagen (así como cualquier experiencia como el sonido, el aroma o el tacto) pasa por un proceso para convertirse en simulacro, o sea de ser real y estar integrada a un verdadero sentido hasta llegar al punto donde no tiene ya nada de real, y el mismo producto (el simulacro) se convierte en su propia justificación de existir. Baudrillard, en *Cultura y simulacro*, describe este desarrollo en cuatro etapas:

Las fases sucesivas de la imagen serían éstas:

- es el reflejo de una realidad profunda
- enmascara y desnaturaliza una realidad profunda
- enmascara la ausencia de realidad profunda
- no tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su propio y puro simulacro (Baudrillard, 1978: 14).

Es así como ocultando la realidad y usando una máscara, idéntica en apariencia a lo real, el significado se anula. El resultado final es tan parecido en cuanto al aspecto original que no le hacen falta elementos en la superficie para igualarlo, más bien le sobran y son éstos los que generalmente se consideran y son ofrecidos en las mercancías como “mejoras”, que nos ayudan a cruzar el camino hacia la “perfección”; sin embargo debemos recordar que la simulación “no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal” (Baudrillard, 1978: 5).

5.3.6) Hiperrealidad

Baudrillard usa este término cuando dice que las cosas ya no tienen ningún fin y han traspasado sus propios límites, o sea que se hunden en lo interminable, situación que se caracteriza por una falta de sentido en la innumerable cifra de interpretaciones que se generan de la actualidad. Una de las causas de que la hiperrealidad esté proliferando al día de hoy tiene que ver con la amnesia colectiva de una sociedad desentendida de sus responsabilidades sociales vinculadas con un bienestar real. “Hemos perdido la historia y también, como resultado, hemos perdido el fin de la historia. Hemos trabajado bajo la ilusión del fin, bajo la ilusión póstuma del final. Y esto es grave, porque el fin significa que algo ya ha tenido lugar” (Baudrillard, 2002: 38).

Y es que el conflicto que va apareciendo, que cada vez es más grande, es un problema de contenido, de falta de éste por un exceso de apariencias. Podría decirse que el contenido es lo real que desaparece mientras que las formas vienen a destituirlo. ¿Cuántas veces no se ha escuchado acerca de productos que nos permiten “disfrutar” más de una experiencia o de hacerla más sencilla de realizar?, podemos mencionar un caso de los que hoy fácilmente se pasan por alto pues se ha incorporado a la sociedad de una manera en la que no nos detenemos ya para cuestionar su presencia, por ejemplo, los medios que nos dan la oportunidad de transportarnos de un lugar a otro, en especial los que no requieren ningún trabajo o sólo un mínimo esfuerzo corporal para funcionar, como los automóviles o motocicletas, e incluso podríamos hablar de aquellos, como los trenes o autobuses, que posibilitan nuestro desplazamiento a través de una cantidad grande de distancia y que fungen a la vez como un servicio.

Pero también aquí caben aquellos avances tecnológicos de cuya existencia estamos más conscientes, unos casos muy comunes de éstos son los logros en el área audiovisual usada para entretener, ya que no es muy difícil enterarse, por ejemplo, de películas que son grabadas cada vez con más definición o con más cuadros por segundo, y de canciones o audios para algún filme que igualmente son capturados con diversas técnicas que dan como resultado una nueva experiencia

de escuchar; y nos brindan tanta fidelidad que muchas veces ni siquiera es perceptible por nosotros, sabemos que es así porque nos lo han dicho al momento de ofrecérsela como atributo de la mercancía; si quisiéramos comprobar que la característica es cierta contamos con el eventual auxilio de algunas máquinas para que nos confirmen dicho suceso.

Lo que llama la atención en esto es cuestionarnos, ¿para qué necesitamos un carro con un elevado kilometraje?, ¿para qué tantos cuadros por segundo en un video o una alta fidelidad de audio en una grabación?, si bien es cierto que una de las respuestas más obvias tendría que estar relacionada con una apta calidad de la mercancía que se ofrece al público después de ser producida, también es importante suponer que no sabemos con certeza para qué necesitamos un automóvil capaz de moverse a gran velocidad, cuando muchos vivimos en ciudades en las que no hay el espacio ni las condiciones físicas necesarias para probarlo, además que nos encontraremos que en prácticamente todos los lugares donde lo pretenderíamos conducir, hacerlo a una velocidad alta sería infringido por la ley.

Por otra parte tampoco conocemos del todo las razones para consumir tecnología audiovisual que nos aporte cada vez más “fidelidad” (entrecorrido porque si somos estrictos en cuanto al significado de la palabra, veremos que fidelidad, ser fiel a algo o alguien, va relacionado con el hecho de que a la hora de reproducir un sonido o video, éste tendría que ser lo más parecido posible a la realidad de lo que fue capturado; ni más ni menos, por lo tanto nos permitimos decir, incluso, que el término “fidelidad”, usado ya ampliamente en el mercado, posiblemente estaría mal empleado en el momento en que se utiliza como referente a una experiencia de audición que sobrepasa lo real, en el sentido de que sin los medios emisores no seríamos capaces de escuchar así, de la forma que estos nos ofrecen; es entonces cuando tiene lugar el hacer mención de un acontecimiento más real que lo real).

De cierto modo la tecnología se relaciona frecuentemente con la actividad humana, socorriéndola para resolver tareas de forma más sencilla, quehaceres que requerían engorrosos esfuerzos, pero el fenómeno de interés aquí es que tareas más simples ahora se resuelven aún “más fácilmente” por medio de algunos “avances” que se

logran ofrecer a los consumidores, hecho reflejado en, por ejemplo, la compra de aspiradoras para ya no barrer, jabón líquido en vez de jabón en barra, o en la preferencia de audio-libros sobre los libros impresos; hasta el punto que aquello que servía para hacer más fácil la vida llega a complicarla, en el sentido de que se precise un filtro para la aspiradora, un recipiente para el jabón líquido o un soporte para el audio-libro. Hay que hacer hincapié de nuevo en que tampoco existe la seguridad de juzgar que la aparición de este tipo de casos sea “buena” o “mala”, lo que sí, es que actualmente se pueden proponer como una serie de eventos atractivos a los ojos de las Ciencias Sociales, pues es innegable que por ésta, la cultura va acumulando rasgos nuevos y quizá olvidando otros.

Esto no quiere decir que el seguir instrucciones de una máquina sea el ideal de forma de vida para una sociedad aunque eso sea lo que posiblemente esté ocurriendo, pues no ha sido muy complicado la aceptación y adaptación de una multitud de personas para con diversos “avances” tecnológicos; más de una generación ha sido testigo del paso de la videocasetera al reproductor de DVD, y más tarde al Blu-ray, o del Walkman reproductor de cintas al Discman, para después pasar al iPod o cualquier dispositivo portátil que permita reproducir archivos de audio comprimidos. Cambios a los cuales los consumidores no han manifestado una resistencia notable, ya que la aprobación, y más aún, la demanda de estos “avances” crece aceleradamente. Es común que al poco tiempo de adquirir un equipo de comunicación reciente, por ejemplo, salga al mercado uno “mejor” con una o dos diferencias al anterior, pero que serán de consideración a los ojos de la sociedad al momento de compararlos y declarar una evaluación de ambos. Cuando el objeto contradice su función genera nueva complejidad y se llega al fenómeno extremo.

5.3.7) Fenómeno extremo¹

Antes de comenzar a describir este concepto, es conveniente tener en cuenta uno más que nos puede ayudar a comprender mejor al fenómeno extremo, la obscenidad. Es importante porque en una primera instancia podríamos imaginarnos que la expresión "obsceno" se asocia con algo vulgar o impúdico en el terreno que corresponde a la sexualidad, pero Baudrillard lo usa para explicar una situación más amplia, en su obra *La ilusión vital* pone algunos ejemplos y dice que la obscenidad:

Puede estar caracterizada como la proliferación infinita, desenfrenada de lo social, de lo político, de la información, de lo económico, de lo estético, sin mencionar lo sexual. La obesidad es otra de las figuras de la obscenidad. Como proliferación, como la saturación de un espacio ilimitado, la obesidad puede significar una metáfora general para nuestro sistema de información, comunicación, producción y memoria. La obesidad y la obscenidad forman la figura contrapuesta para todos nuestros sistemas, que han sido apresados por una especie de distensión libresca. Todas nuestras estructuras acaban hinchándose como estrellas gigantes rojas que absorben todo en su expansión (Baudrillard, 2002: 39).

Lo que quiere decir que ya no hay límites y si los hay ya no son tomados en cuenta, ya no se les da un valor notable (que es casi lo mismo que no existir), lo que ahora nos contiene dentro de un confín es la propia liberación, "virtud" que el mercado suele poner en venta como atributo o como gratificación que trae consigo la mercancía en oferta.

Ahora, atendiendo al plan de describir qué es el fenómeno extremo, podemos decir

¹ Debido a que este concepto y el de "pornoestéreo" (tratado más adelante) están intrínsecamente relacionados con Baudrillard, más que con otros autores, se dedica mayor extensión en su descripción dentro de la tesis.

que es un concepto que va a ir relacionado con los anteriores (y posteriores) de este apartado, pues es un término que tiene cabida a la hora de tratar otros como abundancia o posmodernidad, por lo que guarda una conexión con lo que hablamos antes acerca del tumor cancerígeno generado a causa de la acumulación de células (una abundancia de células) y de un permisividad para conducirnos (liberación) estrechamente similar a lo que Wouters proponía como un descontrol controlado de las emociones, cuando mencionaba que se necesita que los nuevos artistas respeten su labor mutuamente y no que, en vez de eso, haya una práctica narcisista que destruya vínculos sociales (Cfr. en Wouters en Featherstone, 2000). Es un descontrol controlado de las emociones porque a pesar de que aparentemente somos libres de actuar, de dejarnos llevar por nuestras emociones, parece ser que son emociones que no necesariamente hemos escogido nosotros (o por lo menos no del todo conscientes, lo que no quiere decir que se exima de responsabilidades a nadie y al mismo tiempo tampoco se culpe únicamente a alguien por la situación) y si las hemos escogido, habrá productos que nos recomienden como conducirlos; podríamos decir que muchas veces de las que reprimimos algún sentimiento es por un marco normativo social no escrito que va unido con las mercancías de moda o de mayor usanza.

Sí los límites de lo “permitido” se han modificado, éstos:

Ocurren más allá del fin (extremo = ex terminis). Indican que hemos pasado del crecimiento (croissance) al crecimiento excesivo (excroissance), desde el movimiento y cambio al estasis, éxtasis, y a la metástasis. Refrendan el fin, marcándolo por exceso, hipertrofia, proliferación y reacción en cadena; alcanzan la masa crítica, excedida la fecha límite crítica, a través de la potencialidad y exponencialidad.

Éxtasis de lo social: las masas. Más social que lo social.

Éxtasis del cuerpo: obesidad. Más grasa que la grasa.

Éxtasis de información: simulación. Más verdad que la verdad.

Éxtasis de tiempo: tiempo real, instantaneidad. Más presente que el presente.

Éxtasis de lo real: lo hiperreal. Más real que lo real.

Éxtasis del sexo: pornografía. Más sexual que el sexo.

Éxtasis de la violencia: terror. Más violento que la violencia (Baudrillard, 2000: 39-40).

Con estos ejemplos de éxtasis que Baudrillard escribe, de nuevo podemos caer en la confusión de interpretar o de clasificar erróneamente los fenómenos a los que se hace referencia, incluso muchos otros estudiosos que tienen alguna relación con los temas que Baudrillard maneja tienen posturas contrarias a las de él; como ya lo vimos en el punto 5.1. No es posible negar que estamos en terrenos en los que la incertidumbre es inevitable, el desconcierto ocurre porque los simulacros son muy parecidos a ese signo real que han anulado, asunto que sigue guardando similitud con el control descontrolado de las emociones de Wouters, donde figuradamente conseguiremos construir y desarrollar una identidad acorde como la queremos pero lo que pasa es que nos tornamos receptores de un sinnúmero de recomendaciones de diversos medios que nos “ayudan” a forjar esa identidad. Baudrillard nos deja ver lo que se ha convertido en una delgada línea, entre el fenómeno real y el virtual, entre el término o propósito y el éxtasis:

Todo esto describe, por una especie de potenciación, una elevación a la segunda potencia, un empuje hacia el límite, un estado de realización incondicional, una positividad total (cada signo negativo elevado a la segunda potencia produce otro positivo), desde el cual toda utopía, toda muerte y toda negatividad ha sido eliminada. Un estado de “ex-terminación”, limpieza de lo negativo, como corolario de todas las demás formas de purificación y discriminación. Por consiguiente, la libertad ha sido borrada, liquidada por la liberación; la verdad ha sido suplantada por la verificación; la comunidad ha sido

liquidada y absorbida por la comunicación; la forma da paso a la información y al rendimiento (Baudrillard, 2002: 40-41).

En esta cita hallaremos un punto que aludíamos en páginas anteriores: la aparición de fenómenos que muchas veces, cuando son observados por primera vez, hacen surgir la pregunta de si son reales o son producto de nuestra imaginación (cosa poco probable si consideramos que tal imaginación es nuestra y no tendría que resultarnos tan extraña o ajena), generados paradójicamente por un exceso de realidad; además de que los motivos y propósitos de aquella persona que es protagonista de dicha singularidad no son claros, ya que en ocasiones ese mismo desconcierto que se crea en nosotros también está presente en ellos al no ser totalmente capaces de justificar sus acciones y esclarecer sus metas deseadas.

En todas partes vemos una lógica paradójica: la idea se destruye por su propia realización, por su propio exceso. Y de esta forma la misma historia llega a su fin, se encuentra destruida por la instantaneidad y omnipresencia del acontecimiento.

Esta clase de aceleración por inercia, esta exponencialidad de fenómenos extremos, produce una nueva clase de acontecimiento: ahora encontramos acontecimientos extraños, alterados, aleatorios y caóticos que la Razón Histórica ya no reconoce como propios. Aunque, por analogía con acontecimientos pasados, creemos reconocerlos, ya no tienen el mismo significado. Los mismos incidentes (guerras, conflictos étnicos, nacionalismos, la unificación de Europa) no tienen el mismo significado cuando surgen como parte de una historia en progreso que cuando lo hacen en un contexto de una historia en declive (Baudrillard, 2002: 41).

Y es que además el fenómeno extremo, que se nos muestra tan característico de lo posmoderno, parece ser que, en no tan poca frecuencia, responde críticamente a la misma etapa posmoderna. Buscamos que estas situaciones queden mejor ilustradas con algunos de los casos que se expondrán en el próximo capítulo, como lo es el contraste entre el arte callejero y el arte institucionalizado, este primero hasta ofertado ya en galerías de arte y museos. En pocas palabras podríamos decir que el primero aparece como contraparte del sistema posmoderno, sin embargo (para bien o para mal) por varias generaciones se ha presenciado ya un apoderamiento del mercado, haciendo de lo alternativo (*¿de lo underground?*) una moda más, o mejor dicho una opción más dentro de los stands del centro comercial o del catálogo; otro signo sumado a un montón de signos amontonados, por lo que la distinción del fenómeno se pierde y el término “extremo” podría no concordar exactamente con la forma en la que ahora se presenta.

Aunque no debemos permitirnos ser completamente certeros al enjuiciar situaciones como éstas (en las que lo crítico se vuelve una mercancía, pues se puede decir que con este comportamiento el acceso a diferentes consumos es más abierto y diferentes públicos tienen la oportunidad de adquirir distintos productos y diversas experiencias), es poco objetable mencionar que sí hay una pérdida de elementos, y en especial de contenidos, culturales que para varios tendrían que ser inseparables de la identidad del integrante de una sociedad y enaltecidos por todo el mundo, llámese lenguaje, arte o artesanías, técnicas de sustentabilidad, ceremonias o rituales, que aun siendo testigos que hablan del origen y el desarrollo de la humanidad, de sujetos que han vivido en sociedad, actualmente no reciben el valor que merecen, ya que son rasgos que en lo occidental han dejado de ser funcionales, ahora “lo importante” aborda otras zonas; Baudrillard escribe al respecto:

Hoy la función de lo virtual es proscribir lo actual. La historia virtual está en el lugar de la historia real; la información–réplica representa, sustituye, la ausencia definitiva de la historia real. De ahí nuestra

falta de responsabilidad, tanto individual como colectiva, pues ya estamos, en virtud de la información, más allá del acontecimiento, que todavía no ha tenido lugar (Baudrillard, 2002: 44).

Los problemas que surgen a partir de esta situación pueden ser varios pero por ahora nos interesa la búsqueda de una identidad como un conflicto arraigado en gran escala a lo que se ha llamado posmoderno, y aunque se pensara que la identidad es el rasgo que hace que la persona sea un individuo con preferencias, intereses u objetivos, no se puede dejar de reconocer que gran parte de la identidad de una persona está formada por otras más que viven y se desarrollan en el mismo contexto que la misma, y que requiere de ellas para entender mejor su entorno y posteriormente otros contextos; es decir, el sujeto necesita de referencias sociales y culturales que le permitan interpretarse y reconocer a los demás.

El individualismo posmoderno y su falta de compromiso social, de alguna forma vienen a ser consecuencia del hecho virtual (del simulacro). Baudrillard al final del segundo capítulo de *La ilusión vital* escribe las siguientes palabras respecto a la disfuncionalidad de discursos pasados y de la actual responsabilidad social insuficiente de las personas para con sus semejantes:

En la Crítica de la economía política, Marx escribe: “La humanidad sólo se implica en aquellas tareas que puede resolver; por tanto, al estudiar más detenidamente la materia, siempre se encontrará que la misma tarea surge sólo cuando ya existen las condiciones materiales para su solución o al menos están en proceso de formación”. Pero esto ya no se sostiene, precisamente debido a la precipitación de nuestro mundo en el virtual, que anula todas las condiciones históricas que harían posible resolver los problemas dialécticamente. Lo virtual es una forma de solución final de la historia y de todos los conflictos reales. Tiene tanto éxito que hoy, la

humanidad (o aquéllos que pensaríamos en humanidad), sólo se plantea los problemas cuando ya se han vencido virtualmente o cuando el sistema los ha desplazado y absorbido con éxito. Pero, ¿no era esto ya así en la época de Marx? La aparición del concepto de clase, y de lucha de clases, la aparición de la idea de la conciencia de clase marca el momento cuando la clase comienza progresivamente a perder su carácter violento e irreductible. De la misma forma, si Foucault puede analizar el poder, es porque el poder ya no tiene una definición que se pueda llamar propiamente política; se ha convertido en cierto sentido en un objeto perdido. Cuando la etnología dirige su atención a las sociedades primitivas, es una señal de que están en proceso de desaparición y, lo que es más, los mismos análisis ayudan a acelerar su desaparición (Baudrillard, 2002: 48-49).

5.3.8) Vértigo de la realidad

Tres son las definiciones que el diccionario de la Real Academia Española le da a la palabra “vértigo”:

1. m. Trastorno del sentido del equilibrio caracterizado por una sensación de movimiento rotatorio del cuerpo o de los objetos que lo rodean.
2. m. Turbación del juicio, repentina y pasajera.
3. m. Apresuramiento anormal de la actividad de una persona o colectividad (Real Academia Española, 2014).

Cada una de éstas tienen en común la característica de describir un estado inestable en las personas y ésta es una de las propiedades que Baudrillard le

atribuye a la sociedad de consumo, o para lo que nosotros podría ser llamado de mejor modo la sociedad posmoderna. Hay una gran cantidad de signos y objetos desplazándose por nuestro rededor y a la vez nosotros seguimos su camino, evitando que no se escapen los que más llaman nuestra atención.

Muchas de las producciones audiovisuales que llegan a cobrar una fama considerable son exponentes y generadores de este vértigo del que hablamos. Al mismo tiempo que hay una serie televisiva basada en el narcotráfico en Latinoamérica, hay alguien en Europa (espectador de la producción) que piensa en América Latina como sinónimo de drogas; por el lanzamiento de una película de amor filmada en París hay una persona (o muchas personas) en el continente americano que, cuando la ve, se le despierta un anhelo por ir a la capital francesa. La industria audiovisual (cinematográfica, televisiva, musical, de videojuegos, entre otras) y de entretenimiento en general gestan y crían un sinnúmero de ideas acerca de lugares, sociedades y ambientes ajenos que no siempre son los verdaderos.

De algún modo la desinformación se convierte también en un escenario que conlleva a una carencia de responsabilidad social, en una expresión de pasividad o de quietud que dificulta que los atributos que le da al término “vértigo” la segunda definición de la RAE (turbación repentina y pasajera) no tengan cabida.

5.3.9) Violencia

Baudrillard observa la violencia como una mercancía o como una posibilidad. Un atributo importante que ofrece algún determinado artículo o servicio, y se convierte a su vez en una necesidad de consumo cuya esencia se puede adquirir en diferentes presentaciones, ya que su disfrute va encaminado a diversos ámbitos.

Vemos que la violencia se vuelve atractiva por el propio hecho de la existencia del simulacro, pues como la mayoría no quiere ser realmente violentado, entra a una especie de goce en el que juega con ésta, pues no podemos olvidar que es una experiencia más que, un consumidor digno de llevar ese calificativo, no permitiría perderse. Si suponemos la vida cotidiana de hombres y mujeres pertenecientes al

público consumidor común, en un nivel personal, en muchos casos no es complicado pensar que en sus contextos más íntimos la violencia directa, manifestada de forma física, no tiene lugar o no ocupa un gran espacio dentro de sus acontecimientos ordinarios, es así como hay un vacío de violencia que requiere ser llenado, y es entonces cuando la mercancía se encarga de ocupar ese hueco, o por lo menos de ofrecer esa posibilidad, con violencia no real; por ejemplo, la violencia ofrecida en imágenes a través de diferentes medios visuales produciendo un simulacro de catarsis, de empatía momentánea en el consumidor en relación con la víctima (sea una víctima virtual en un videojuego o una víctima real presentada en un reportaje televisivo, o un documental).

Incluso la violencia se ha instaurado como uno de los productos preferidos tanto en la oferta como en la demanda, por lo que en la búsqueda de la “innovación” se traspasan límites que antes se conservaban con mayor atención. Es aquí donde la violencia se conecta con el fenómeno extremo, la premisa podría ser: entre más violencia se demande, más violentas son las mercancías puestas en el mercado. Los límites se quebrantan y más fenómenos, que antes podían resultar extraños, y hasta inmorales, se vuelven permisibles hasta el punto de erigirse como moda social; situación que también se relaciona con la pérdida de sensibilidad de la persona occidental.

“El consumo transforma la exclusión máxima del mundo (real, social, histórico) en el índice máximo de seguridad” (Baudrillard, 2009: 17), usamos las palabras del autor para precisar que la violencia tal como la presenciamos hoy, como una mercancía, no representa una amenaza como lo hubiera sido en las etapas anteriores a lo posmoderno, y si es que es una amenaza aún no sabemos con certeza cuál es su meta. El simulacro de la violencia corresponde a seguridad, a nosotros consumidores se nos proporciona la opción de escoger la dosis de violencia con la que deseemos rodearnos y llevarla a nuestros entornos, para una práctica individual o compartida, sin temor a que ésta nos afecte, o por lo menos no de modo físico; ya que ésta forma valdría como huella fácil de percibir al tratar de encontrar un daño.

5.3.10) Metaconsumo

Tomando en cuenta que hasta aquí hemos visto al consumo como un fenómeno inseparable de la profusión, es importante dedicar un inciso a un suceso que aunque forma parte de éste, logra distinguirse por aparentar querer lo “contrario” a la abundancia: el metaconsumo. ¿Es entonces el metaconsumo un límite dentro del consumo? Quizá no un límite como tal, sino una parada más en el recorrido que el consumo podría tener.

Si es cierto que las personas ubicadas en los estratos sociales superiores marcan tendencias en el modo de consumir, no es difícil pensar que los individuos que se encuentran en niveles por debajo, una vez que se han percatado del comportamiento, aspiren a lo mismo. Es por eso que los de más arriba “innovan” de nuevo y optan entonces por una conducta que supone lo opuesto, acción que implica un simulacro de “volver a lo básico”, y que deja ver la gran necesidad de éstos por distanciarse de aquellos considerados como menos aptos en una situación de jerarquías sociales. Más allá de querer el metaconsumo, los que lo practiquen tendrían que adoptarlo como rasgo distintivo. No se trata tanto entonces de desecharlo o no en un inicio, pues el anhelo de no ser como los de más abajo sería el motor para ejecutar la acción.

El metaconsumo viene bien para emplearse dentro de nuestro estudio, ya que trata acerca de consumir mercancías. por parte de grupos sociales superiores, que hace unas décadas muy probablemente no consumirían, ya que dichas mercancías podrían ser consideradas como contrarias a lo que todavía una mayoría considera como lo que el rico (económicamente, socialmente, culturalmente, etc.) desea.

En palabras de Baudrillard, el metaconsumo es:

sobre-diferenciación de prestigio, que no se despliega ya mediante la *ostentación* [...] sino mediante la discreción, el despojamiento y la reserva, que sólo son un lujo adicional, un exceso de ostentación que se disfraza de lo contrario y constituye así *una diferencia más*

sutil. La diferenciación puede tomar en este caso la forma de repudio de los objetos, del rechazo del «consumo»

[...]

se consume la simplicidad perdida sobre la base del lujo y este efecto se manifiesta en todos los niveles: el «miserabilismo» y el «proletarismo» intelectual se consumen sobre la base de la condición burguesa (Baudrillard, 2009: 98-99).

Podríamos escribir entonces que, el metaconsumo significa consumir menos, o consumir lo que en periodos anteriores se tomaba como lo menos, es decir como característico de la carencia o escasez. Un evento histórico que tiene lugar aquí es, por ejemplo, cuando llega al mundo el barroco, el cual a disimilitud de otros acontecimientos como el de la ilustración, se caracterizó por un uso excesivo de elementos (aunque no por esto sin significado), idea que traslapada a nuestros días, y a nuestro estudio, la mayoría de las personas pertenecientes a clases no dominantes aún conservan como referente al momento de intentar describir el consumo de las clases dominantes.

Baudrillard redacta de manera irónica los siguientes anuncios publicitarios para ilustrar mejor su argumento de metaconsumo:

«Si usted es un gran burgués, no vaya pues a las grandes tiendas... Déjeles las grandes tiendas a las parejas jóvenes enloquecidas por el dinero que no tienen, a los estudiantes, a las secretarias, a las vendedoras, a los obreros que están cansados de vivir en la mugre... a todos aquellos que quieren muebles bonitos porque la fealdad es agotadora, pero que también quieren muebles sencillos porque tienen horror de los apartamentos pretenciosos.» [...] «¡Señoras, sólo del salón de X saldrán ustedes mejor despeinadas que de

ningún otro lugar del mundo!», «Un vestido tan sencillo que oculta toda huella de la alta costura.» (Baudrillard, 2009: 98-99).

El metaconsumo como forma de actuar es importante e interesante porque demuestra normas sociales y lo variante que llega a resultar el consumo dependiendo del estrato social donde nos encontremos, al mismo tiempo que es evidencia de lo complicada en que se puede convertir la tarea de comprender la posmodernidad.

5.3.11) Personalización

Cuando abordamos un tema referente a la personalidad es fácil vincular el término con otros como individualidad o identidad, por lo que podríamos decir que una personalidad apreciable tiene que ver con el hecho de que el individuo cuente con una identidad auténtica, lo que no equivale a decir que debe ser una identidad diferente a la de los demás, ya que sabemos que como seres sociales compartimos un sinnúmero de rasgos con nuestros otros semejantes. Este punto más bien tendría que ver con el cómo relacionamos nuestra capacidad de elegir y tomar decisiones con nuestra consciencia, o sea, con la acción de usar nuestro albedrío.

Una característica de la era que llamamos posmoderna es la ostentación del consumo, mostrando y ofreciendo con orgullo las mercancías que supuestamente permitirán al individuo distinguirse de los otros y obtener un valor más alto como miembro de una sociedad, característica que dista de vincularse con lo que calificaríamos como humano. Por lo que la personalización posmoderna viene a ser la actividad que hacen los individuos cuando son seguidores de modelos a los que la publicidad recoge como favoritos, los cuales se hacen notar por un largo tiempo y son deseados por una gran cantidad de personas. Este sistema cuenta con un discurso incierto pues a primera vista, la promesa que recibimos de lo publicitado aparentemente nos brinda las posibilidades de triunfar en el cometido de diferenciarnos y de valer más que los demás (quienes también, en correspondencia

con su círculo social, se sitúan en esta lucha por sobresalir), pero el modo en que este proceso funciona, si no es por modelos que se repiten una y otra vez; a los que más adecuadamente podríamos nombrar “modas”, es por mínimas distinciones que hipotéticamente permiten una disimilitud real entre individuos, como el hecho de personalizar un automóvil o una vivienda, actos que Baudrillard relaciona con este concepto.

Muchos de los ejemplos más comunes, vinculados con el tema, tienen que ver con las mercancías que les son ofrecidas al público femenino, ya que culturalmente la estética (no necesariamente institucional) ha guardado un carácter afeminado desde siempre en muchas civilizaciones, el problema para Baudrillard, y que a nosotros concierne, es que la feminidad hoy en día ha cambiado.

Se trata de la *feminidad funcional*, una feminidad en la que todos los valores naturales de belleza, de gracia, de sensualidad desaparecen en provecho de valores *exponenciales* de naturalidad (adulterada), de erotismo, de «línea», de expresividad.

Como la violencia, la seducción y el narcisismo quedan sustituidos de antemano por *modelos* producidos industrialmente por los medios masivos de comunicación y convertidos en signos *reconocibles* (para que todas las jóvenes puedan sentirse Brigitte Bardot, deben distinguirse por el cabello o la boca o tal o cual estilo de ropa, es decir, lo mismo para todas). Cada uno encuentra su propia personalidad en la aproximación a esos modelos (Baudrillard, 2007: 106).

Si en un inicio todos estamos percibiendo los mismos discursos que incitan al consumo, todos tendríamos que tener o portar los mismos objetos, o por lo menos deberían ser muy similares. Éste supuesto da pie a la suma (o resta si hablamos de metaconsumo) de variados detalles que se agregan al “uniforme”.

El asunto de interés es lo que pasa si esos detalles que se agregan son también ofrecidos por los mismos agentes que nos surtieron dicho uniforme: un advenimiento de simulacros de excepcionalidad en el consumidor.

Antes de acabar este apartado, vale la pena mencionar que la personalización se puede relacionar de forma remarcada con otro de los conceptos que Baudrillard maneja en *La sociedad de consumo*, “reciclaje”², que viene a ser una especie de renovación de la persona pero con simulaciones, o sea, de actividades, objetos, eventos, etc., que ya han tenido lugar y que ahora regresan y no significan lo mismo que cuando surgieron por primera vez y por ende, su manifestación trae junto con ella una confusión acerca de su significado.

5.3.12) Mínimos comunes múltiples

Este concepto es un propio ejemplo de una de las características de lo que consideramos posmoderno: la confusión para ordenar o clasificar fenómenos. Recordemos que la posmodernidad es considerada por algunos autores, como Jameson³, no como una etapa nueva de la historia, sino como una fase tardía del capitalismo o de la modernidad, es decir, un último paso antes de dar como legítima la llegada de una nueva era; por lo menos de una con nombre. Es por esta razón que, debido a la multiplicidad de eventos que acontecen, aparecen dudas de si éstos pertenecen al pasado o al presente, inclusive podría haber quien abogue un argumento donde las circunstancias no tengan lugar en ninguno de los dos tiempos.

² Todos los aculturados (y, ni siquiera los «cultivados» escapan a esta realidad o no podrán escapar en algún momento) tienen derecho no a la cultura, sino al *reciclaje cultural*. Derecho a «estar en el ajo», a «saber qué se cuece», a poner al día cada mes o cada año su panoplia cultural. Derecho a someterse a esa obligación de amplitud breve, perpetuamente cambiante como la moda y que es lo *inverso absoluto* de la cultura

[...]

Lo decisivo es no sólo que algunos miles o millones participen de tal o cual obra, sino que esa obra, como el automóvil del año, como la naturaleza de los espacios verdes, esté condenada a no ser más que un signo efímero, porque ha sido creada, deliberadamente o no, en una dimensión que hoy es la dimensión universal, la de la producción: la dimensión del ciclo y del reciclaje. Ya no se produce cultura para que dure. La cultura se mantiene, por supuesto, como instancia universal, como referencia ideal, precisamente cuando más pierde su sustancia de sentido (como ocurre con la naturaleza: nunca se la exaltó tanto como cuando se la empezó a destruir por todas partes) (Baudrillard, 2009: 116-117).

³ Ver capítulo 2 y 4.

A lo que se refiere Baudrillard cuando ocupa estas tres palabras, “mínimos comunes múltiples”, es a todas esas mercancías que se producen en serie limitada. Esta producción que es hecha en cantidad pero a la vez es limitada, da cuenta de la paradoja de lo que suponemos como posmodernidad. Con situaciones así podemos ser testigos de la gran escala de grises que hay actualmente, de aquellos tonos que no son ni blancos ni negros; y que dan pie a dudar de si incluso hay sucesos que ni siquiera entren en dicha escala.

Lo mínimo común múltiple será ese producto del que se fabricaron copias pero no tantas, se trata de varios elementos iguales pero en cantidad limitada. “La obra de arte misma es a la vez única y colectiva: el Múltiplo [...] Cada estampa, numerada y firmada, tiene una tirada de 300 ejemplares” (Baudrillard, 2009: 122).

El atributo de ser limitada, le otorga entonces más valor a la mercancía que algo hecho y rehecho en mayor número, por lo que no será raro encontrar coleccionistas de este tipo de artículos. Una vez más podemos ser testigos de la persona siendo objeto de los objetos, condicionando tiempo, espacio y atención al acumulación de elementos diversos.

5.3.13) Gusto pop

Baudrillard vincula el término “pop” en el concepto de “producción en masa”, o para la masa, ya que para él, este concepto, vendría a equivaler a lo que es igual a muchas otras cosas, “pretende pertenecer al mismo género de ese *orden inmanente de signos*: ser homogéneo de su producción industrial y serial y, por lo tanto, del carácter artificial, fabricado, de todo el ambiente que lo rodea” (Baudrillard, 2009: 135)

Menciona que lo pop es la propia evidencia de la sociedad de consumo pues observar al individuo adquirir o desear las mercancías que son de su interés será una manera de conocerlo. Podríamos decir que lo pop es ese tipo de productos y servicios que se ajusta a los gustos, que de un modo u otro, la mayoría de consumidores tienen, “es reconocer la evidencia de la sociedad de consumo, a

saber, que la verdad de los objetos y de los productos es su *marca*” (Baudrillard, 2009: 136).

Por lo tanto sería adecuado mencionar que el género pop, y no solamente el de la industria musical, es el género de la sociedad de consumo. “Es lógico que un arte que no contradice el mundo de los objetos, sino que explora su sistema, entre a su vez en el sistema” (Baudrillard, 2009: 137).

Es fundamental tener el respaldo del autor para aterrizar mejor la idea de lo que quiere decir el concepto, en especial en este contexto, no obstante hay que puntualizar la confusión que genera el calificar algo con una etiqueta como ésta, en particular porque el término tiene principio en la palabra “popular” que hace alusión a más significados. Damos a entender el “gusto pop” entonces, como lo afín a la moda.

5.3.14) Gadget

Lo que el *gadget* es para Baudrillard no resulta muy específico. El autor refiere algunas características para que lo podamos reconocer: características que van a hacer posible reconocer su inutilidad funcional y su valor lúdico.

El *gadget*, es el emblema de la sociedad post-industrial. No existe una definición rigurosa para este tipo de artefacto. Pero si convenimos en definir el objeto de consumo en virtud de la desaparición relativa de su función objetiva (utensilio) a favor de su función de signo, si admitimos que el objeto de consumo se caracteriza por una especie de *inutilidad funcional* (lo que se consume es precisamente algo diferente del «útil»), *el gadget es pues la verdad del objeto en la sociedad de consumo*. Y, con ese carácter, *todo puede llegar a ser gadget* y todo lo es potencialmente.

Lo que definiría el *gadget* sería su inutilidad potencial y su valor combinatorio lúdico (Baudrillard, 2009: 130).

Si lo pop era la evidencia de la sociedad de consumo, el *gadget* va a ser su emblema, es decir la figura que la va a representar, que probablemente sea tangible y si no por lo menos se pueda ver.

Hablar del *gadget*, así como de lo pop, es hablar también de objetos y signos, de una abundancia de ellos, de acumular elementos sin saber con certeza para qué ni por qué, aunque no pocos digan conocer las razones. De nuevo hablamos de una carencia de identidad, o por lo menos de una identidad distorsionada, convertida en una similitud entre gente de forma global, desdibujando fronteras pero no del modo que con anterioridad algunas metanarrativas proponían, las cuales no pretendían consumir la cultura de cada uno o de cada lugar, deseando que las personas miembros de una sociedad, conocieran el origen y desarrollo de su historia junto con los rasgos que la justificaban como portadora de una cultura rica. Ahora en lo que concierne al mundo occidental, y a la expansión de su carácter, las semejanzas culturales son grandes pero también son homogéneas en el sentido de que parece que no hay origen que defender ni rasgos culturales que descubrir, ya que lo que, por ejemplo, define a un *geek*, es lo mismo en México que en Italia, y lo que caracteriza a un *gamer* va a ser correspondiente de igual manera en Argentina y Canadá; no hablamos ya de gastronomía, literatura o variaciones de las expresiones del lenguaje oral, sino de rasgos similares que tienen que ver con una identidad inútil, que se figura en *gadgets* “poperos” portadores de una marca que viene a sustituir la identidad como antes se le conocía.

5.3.15) Sexualización automática de los objetos de primera necesidad

Baudrillard usa esta expresión para referirse al hecho de que prácticamente toda mercancía, incluyendo productos que se utilizan en la vida cotidiana de una persona común, al momento de ser dados a conocer al público (y en general al estar

presentes en la oferta) son, por medio de la publicidad, cargados de sexualidad, y no en un sentido erótico sino pornográfico, parece ser que todo aquello que sea ofrecido por el mercado debe promoverse como algo “sexy”. En *La sociedad de consumo*, Baudrillard explica este fenómeno del siguiente modo:

La sexualidad está en «primera plana» de la sociedad de consumo ultradeterminando espectacularmente toda la esfera significativa de las comunicaciones de masas. Todo lo que se ofrece a la vista y al oído toma ostensiblemente el *vibrato* sexual. Todo lo que se da a consumir está afectado del exponente sexual. Y, al mismo tiempo, por supuesto, *lo que se da a consumir es la sexualidad misma*. Aquí se produce nuevamente la misma operación que señalábamos a propósito de la juventud y la rebeldía, de la mujer y la sexualidad: al valorar cada vez más sistemáticamente la sexualidad en relación con los objetos y los mensajes comercializados e industrializados, se desvirtúa la racionalidad objetiva de éstos, al tiempo que se desvirtúa la finalidad explosiva de aquella. La mutación social y sexual se produce así siguiendo vías abiertas, cuyo terreno experimental sigue siendo el erotismo «cultural» y publicitario (Baudrillard, 2009: 176).

5.3.16) Hiper-evidencia: Pornoestéreo

Quizá este sea uno de los conceptos, dentro de los manejados, que más nos ayude a ilustrar mejor los fenómenos que se le han atribuido a la posmodernidad. Para este término compuesto, el prefijo “porno” tendría que ser la referencia hacia lo obsceno del sexo que presenta la pornografía mientras que el sufijo “estéreo” relacionaría en primera instancia la facultad de oír una grabación en dos canales, es decir, de juntar dos grabaciones de audio y hacer un proceso de mezcla para que ambas perduren en una sola pista; aunque algunos llamen también sonido estéreo a los sistemas que involucran más de dos canales, como el 7.1 o el 5.1,

mejor conocidos por ser usados en los famosos teatros en casa, los cuales implican 7 o 5 altavoces. Sin embargo Baudrillard no hace explícita esta premisa, más bien emplea la palabra “estéreo” para hacer alusión principalmente al modo en que la tecnología y la curiosidad han caminado en su ruta de “avance” para satisfacer “necesidades” y deseos de consumidores, pues es bastante lógico que una mercancía se produzca porque haya un público que desea experimentarla o tenerla.

Atendiendo a la constante que manifiesta que conflictos actuales tienen que ver más con lo visual que con otras maneras de traducir los mensajes que nos son emitidos, la escasez de observación se torna en un asunto de interés importante. Según Baudrillard, la abundancia, el exceso de detalles es tanto que uno tiende a perderse entre estos, vemos algo minúsculo y descuidamos todo lo demás, lo que le rodea y lo que no; se puede decir que esta circunstancia no es positiva porque deshumaniza la perspectiva que ayuda a las personas a interpretar los acontecimientos de los que precisamente se encuentran aislados y de los que muchas veces inconscientemente están inmersos, y los significados pierden valor. La falta de realidad

no es del orden de lo imaginario, es del orden del máximo de referencia, del máximo de verdad, del máximo de exactitud — consiste en hacerlo pasar todo por la evidencia absoluta de lo real. Como en los cuadros hiperrealistas, donde se distingue el grano de la piel de una cara, microscopio inhabitual, y que ni siquiera tiene el encanto de la inquietante extrañeza. El hiperrealismo no es el surrealismo, es una visión que acosa a la seducción a fuerza de visibilidad. Le «ofrecen más todavía». Así es respecto al color en el cine o en la televisión: le ofrecen tanto, el color, el relieve, el sexo en alta fidelidad, con los graves y los agudos (la vida, ¡vaya!) que usted no tiene nada que añadir, es decir, que dar a cambio. Represión absoluta: dándole un poco de más, le suprimen todo (Baudrillard, 1981: 34).

Baudrillard, así como lo expresa el título de su obra referenciada arriba, trata en el texto acerca de la seducción (y de lo que él considera lo que es y su pérdida en ésta época) y si bien este no es el tema que nos atañe, asiste a nuestro estudio en el explicar la pérdida. Se trata entonces de anular la realidad agregando cada vez más fragmentos pequeños de ella misma y es aquí donde la referencia a la pornografía cobra más sentido pues además de tener la parte obscena que Baudrillard relaciona con el exceso o la abundancia, posee lo “estéreo”, así podemos manifestar que la pornografía es más real que lo real porque gran cantidad de elementos que contemplamos al ponernos frente a ella no ocurren en el sexo común, como la mayoría de las personas lo conocen o lo han experimentado; no obstante nos daremos cuenta que como consecuencia de los sonidos e imágenes expuestas algunas personas buscan imitar o reproducir lo que han mirado, creciendo el deseo de conseguir la experiencia.

En primer lugar hablamos del sexo por el sexo en la pornografía. No es que haya un objetivo determinado que justifique el acto, o por lo menos no de una forma lógica o de un modo en el que nuestras normas sociales cobren relevancia. Sabemos que por más elevado que sea el libido de un individuo, por más que desee una relación sexual es muy improbable que éste en su visita al dentista sin ninguna clase de esfuerzo consiga que su odontóloga se desnude y le proponga copular mediante hechos, lo que no quiere decir que no lo quieran o que entre dos personas no llegue a presentarse deseo sexual de una hacia la otra y viceversa, en una situación similar, se trata de señalar que como seres que vivimos y nos desarrollamos, por más extraña o normal que aparente ser la sociedad en la cual lo hagamos, requerimos de pautas para interactuar con otros, por intuición común; gracias a que nos hemos educado en colectivo, sabemos que se necesita de un coqueteo, una serie de pasos no necesariamente escritos para lograr que nuestro interés en otra persona pase de una situación de interacción que implica a dos individuos desconocidos o medianamente conocidos, a una que implique a dos partes que se atraen y que deciden profundizar en la intimidad de la relación; la cual no forzosamente tiene que ser sexual o de pareja.

Elementos y detalles que agregar hay muchos, y tal como lo advertimos atendiendo a Baudrillard, la profusión y el exceso de éstos figura no tener fin, o por lo menos no uno definido. La sorpresa que nos llevaríamos en territorios no frecuentados por nosotros puede ser exorbitante al ver esos detalles, y esa es una de las razones por lo cual nos resultan raros, repulsivos o atractivos, sin embargo es interesante también como algunos de éstos tienden a ser aceptados poco a poco hasta estandarizarse y considerarse como algo común en la búsqueda de nuevas prácticas; así como hay quién siendo pionero de tales gustos o fiel seguidor de la novedad dirija sus intereses al extremo, a lo que ya no resulta tan común o aceptado. Quizá hace unas décadas la innovación dentro de lo mostrado en la pornografía era una mujer realizando una felación hasta conseguir introducir todo el miembro masculino, como en *Garganta profunda* (Cfr. Yehya, 2012: 98-103), ahora el que detente una cierta familiaridad, aunque sea reducida, con la pornografía, sabrá que esa felación ya es habitual en cualquier video o película pornográfica que incluya como protagónicos a un pene y a una mujer;

¿por qué quedarse en el desnudo, en lo genital: si lo obsceno es del orden de la representación y no del sexo, debe explotar incluso el interior del cuerpo y de las vísceras — quién sabe qué profundo goce de descuartizamiento visual, de mucosas y de músculos lisos, puede resultar? Nuestro porno aún tiene una definición restringida. La obscenidad tiene un porvenir ilimitado.

Pero cuidado, no se trata de profundizar la pulsión, no se trata de una orgía de realismo [...] Todo lo que está escondido, y goza aún de lo prohibido, será desterrado (Baudrillard, 1981: 36-37).

Al día de hoy, en cualquier lista que categorice contenido pornográfico en internet encontraremos fácilmente una vasta cantidad de tipos de imágenes y videos, la situación no se limita a ordenar los archivos según el orificio humano estelar en

pantalla, al parecer eso no es tan primordial como el uso de objetos en forma de falo (que por cierto, con anterioridad ocupaban más un lugar secundario en el sexo, es decir, un rol complementario en él) que cuentan ya con su espacio determinado en el catálogo, o las escenas con eyaculaciones en planos cinematográficos cerrados que prestan singular atención al sitio donde el semen caiga; y esto abordando un poco de lo que el extenso universo de la pornografía contiene (“El porno es la cuadrifonía del sexo. Añade una tercera y una cuarta pista al acto sexual” (Baudrillard, 1981: 35)), lo cual no es complicado encontrar en la pornografía ordinaria actual, pues sumergirnos más profundamente en ella sería muy largo y no tan prudente para nuestros objetivos en este estudio, sin mencionar que como fenómeno posmoderno no está exenta de confusiones e incertidumbres, como la que le puede surgir a alguien al percatarse de que un mismo *clip* o una fotografía se localiza en dos o más categorías de un registro pornográfico.

Por lo tanto Baudrillard ve en la pornografía una justificación hacia la libre-significación, un gran alegato para excusar la presencia de obscenidad y abundancia; el exceso de pequeños detalles ya protagónicos que suprimen a la realidad.

La obscenidad quema y consume su objeto. Visto de muy cerca, se ve lo que no se había visto nunca — su sexo, usted no lo ha visto nunca funcionar, ni tan de cerca, ni tampoco en general, afortunadamente para usted. Todo eso es demasiado real, demasiado cercano para ser verdad. Y eso es lo fascinante, el exceso de realidad, la hiperrealidad de la cosa. El único fantasma en juego en el porno, si es que hay uno, no es el del sexo, sino el de lo real, y su absorción, absorción en otra cosa distinta de lo real, en lo hiperreal. El voyeurismo del porno no es un voyeurismo sexual, sino un voyeurismo de la representación y de su pérdida, un vértigo de pérdida de la escena y de irrupción de lo obsceno.

La dimensión de lo real es abolida por el efecto de zoom anatómico, la distancia de la mirada deja paso a una representación instantánea y exacerbada: la del sexo en estado puro, despojada no sólo de toda seducción, sino incluso de la virtualidad de su imagen — sexo tan próximo que se confunde con su propia representación: fin del espacio perspectivo, que también es el de lo imaginario y el del fantasma — fin de la escena, fin de la ilusión. (Baudrillard, 1981: 33-34).

Estas características que tiene la pornografía se ven también en muchas mercancías, en especial en las que han logrado destacarse por desenvolverse tecnológicamente, ya que han conseguido ofrecer nuevas experiencias para los consumidores. En poco tiempo algo que se consumía de una manera ahora se consume de otra, la industria del entretenimiento es un caso oportuno para ejemplificarlo. Desde que existen los dispositivos para reproducir audio e imágenes (ya sean estáticas o en movimiento) las personas han demostrado tener una gran aceptación por éstos, dejando atrás, en mayor o menor medida, diversas formas de esparcimiento en su vida que con anterioridad ocupaban un lugar más prioritario. Desde hace unas décadas, no hace falta haber vivido toda una vida para darse cuenta de los cambios por los que han pasado los formatos que contienen música, desde los LP (disco de larga duración) hasta los archivos digitales, y las formas en que se pueden tocar. Literalmente podemos decir aquí que una canción se graba y se reproduce en modo estéreo, lo que nos brinda una manera distinta de escuchar el audio; distinta en dos sentidos, diferente al sonido monoaural primero y distinto a la forma en que nuestro sentido de audición nos permite percibir los sonidos. No se requiere tener conocimientos fuertes en ingeniería de audio para notar que no pocas veces, cuando uno oye música en auriculares, no es exactamente la misma pista la que se reproduce en el audífono izquierdo que en el derecho, sin embargo se trata de la misma canción que se divide en dos bocinas miniatura, en la que de un lado se escucha un solo de guitarra mientras que en el otro suena el *riff* de la

pieza, o en la que un *fill* comienza del lado izquierdo y culmina en el opuesto; esta modalidad de experimentar la audición de una canción no es como nuestro cuerpo naturalmente recibe las ondas sonoras. Podemos distinguir entre tonos y timbres pero separar las vibraciones del sonido para que un oído sea receptor de algunas y no de todas, es algo en lo que nuestro organismo no es competente, al menos no naturalmente.

La grabación y reproducción de música no es la única área en la que estas similitudes con la pornografía (características hiperreales) se presentan. Nuestra atención va enfocada hacia medios audiovisuales, ya que la mayoría de la industria del entretenimiento va de la mano de éstos; más adelante abordaremos el caso del cine y los videojuegos como ejemplos del desarrollo de la tecnología visual y de audio (y más allá), importantes por formar parte vital del tiempo de las personas, siendo esta industria a la que usualmente el individuo se acerca cuando no está trabajando, en la escuela, o durmiendo (y aún en éstas actividades), incluso gran número de ocasiones cuando se está en compañía, lo que se esté haciendo mucho tiene que ver con alguna acción que incluya dichos medios.

Baudrillard ve críticamente esta situación donde lo pornoestéreo tiene sitio.

El porno dice: hay un sexo bueno en alguna parte, puesto que yo soy su caricatura. Con su obscenidad grotesca, es un intento de salvar la verdad del sexo, para volver a dar alguna credibilidad al modelo sexual en declive. La pregunta es ésta; ¿hay un sexo bueno, hay sencillamente sexo en alguna parte, sexo como valor de uso ideal del cuerpo, como potencial de goce que pueda y deba ser «liberado»? (Baudrillard, 1981: 39).

Habrá que preguntarse, como lo hace él, si estos acontecimientos (del pornoestéreo) o partes de ellos, podrían de alguna otra manera representar algo

“bueno” para la sociedad del consumo o revelarnos alguna verdad agonizante que se encuentre detrás de la no franqueza de la hiperrealidad.

6) Casos

6.1) Referencia a Featherstone

Mike Featherstone en su libro *Cultura de consumo y posmodernismo* determina los siguientes 5 rasgos del fenómeno que estudiamos:

En primer lugar, el posmodernismo conlleva un ataque al arte autónomo, institucionalizado, para negar sus fundamentos y su objeto.

[...]

En segundo lugar, el posmodernismo desarrolla una estética de la sensación, una estética del cuerpo que subraya la inmediatez y la irreflexividad

[...]

En tercer lugar, en los campos literario, crítico y académico, el posmodernismo implica una crítica antifundacionalista de todas las metanarrativas, sea en la ciencia, la religión, la filosofía, el humanismo, el marxismo, u otros cuerpos sistemáticos de conocimiento.

[...]

En cuarto lugar, en el nivel de las experiencias culturales cotidianas, el posmodernismo implica la transformación de la realidad en imágenes y la fragmentación del tiempo en una serie de presentes perpetuos (Jameson, 1984^a, pág. 15). La cultura cotidiana posmoderna es, por tanto, una cultura de la diversidad y la heterogeneidad estilísticas, de una sobrecarga de imaginaria y

simulacros que lleva a una pérdida del referente o del sentido de realidad.

[...]

En quinto lugar, el posmodernismo propicia, entonces, una estetización del modo de percepción y la estetización de la vida cotidiana. El arte y las experiencias estéticas se transforman, por tanto, en los paradigmas fundamentales del conocimiento, la experiencia y el sentir del significado de la vida (Featherstone, 1991: 203-204).

Ahora revisaremos y expondremos algunos casos que consideramos, pueden ser clasificados como posmodernos; con el auxilio de estos rasgos que Featherstone plasma en su texto y con los conceptos extraídos de las obras de Baudrillard (utilizados en el capítulo anterior). Cada caso se relacionará con un rasgo en particular (el primer rasgo con el inciso 6.2.1, el segundo rasgo con el inciso 6.2.2, el tercer rasgo con el inciso 6.2.3, etc.), mientras que los conceptos se usarán como auxilio para las descripción de cada uno de éstos.

6.2.1) Caso 1: Arte

“La belleza (si es que la podemos llamar así) se puede encontrar en los sitios más improbables. Incluso el familiar recipiente de porcelana puede percibirse como <<blanco y reluciente>>” (Danto, 2002: 14).

Si estamos de acuerdo en que la realidad tiene múltiples interpretaciones prácticamente desde que la filosofía existe (informal o formalmente) podremos estar de acuerdo también con esta previa cita. Es normal que dentro de un mundo, para algunos limitado y para otros no tanto, en el que circulan un sinnúmero de signos, haya una diversidad notable en cuanto a cuestión de gustos e intereses en la sociedad, que determinan en no escasas ocasiones que cierto objeto nos atraiga y

uno diferente no, que al primero se le contemple como bonito y al segundo como feo; aunque no necesariamente de esto trate el arte, y pese a que pareciera que a los ojos críticos no hay diversos gustos en las personas, sino inclinaciones masivas generalizadas. Si nos percatamos que desde tiempos remotos (por lo menos hablando de la historia del humano u *homo sapiens*) está presente este acontecimiento de disparidades y coincidimos en que el periodo en el que vivimos no contesta a la definición de moderno, o de ella tiene ya muy poco, también podremos corresponder en que es razonable que hoy se presente, incluso con más fuerza, la confusión de lo que verdaderamente es bello, o para nuestro caso propiamente, de qué es arte y qué no.

Arthur Danto (el autor al que hemos citado al principio de esta sección), en su obra *La transfiguración del lugar común*, se pregunta qué es lo que hace falta para precisar que algo sea arte, ya que no es tarea sencilla, incluso quien no se ha relacionado con el universo artístico puede tener premisas relativamente válidas para juzgar que eso que le dicen que es arte para él no lo es, “cada objeto puede ser situado a la distancia estética más adecuada para su evaluación estética” (Danto, 2002: 60).

Presenciamos una etapa donde los límites que separan las clasificaciones no están muy marcados, si no queremos tener cuidado todo puede ser arte, y tal vez lo sea pero resulta normal que si por años el área artística se caracterizó por ser una de las más rígidas y restringidas, todavía tenga muchos adeptos que conserven una actitud poco accesible a la hora de dejar entrar nuevas propuestas al círculo. Habrá quien esté de acuerdo o en contra de estos individuos de la vieja escuela, quien considere que el arte debería estar reservado sólo para la gente que lo entiende o quien se oponga a tal postura y piense que es más conveniente que ese carácter poco flexible se suavice; ambos lados tienen méritos y desventajas pero en contraste con la posición dura de cómo debería ser el arte (cuyo mayor defecto podríamos decir que es su característica de ser alcanzable nada más para unos pocos grupos), la otra genera más incertidumbre por los fenómenos (posmodernos) que se le desarrollan. Un suceso como el que todo pueda ser arte, por ejemplo,

podría determinar que es posible que cualquier persona sea artista, y como tal mereciera el reconocimiento y el respeto debido, así como contar con un espacio para exhibirse y ser visto por los demás, que cabe decir también podrían ser artistas latentes o en potencia.

El tocar las partes del arte llamadas contemporánea y alternativa, que vendrían a ser el nuevo flujo del arte, es interesante de analizar por varias razones. Para comenzar, como la posmodernidad, son fenómenos a los que fácilmente se les puede calificar de nuevos, de los que muchas veces no se tiene ni una idea básica acerca de lo que abarcan (pues aunque una persona no se incline hacia el arte habrá escuchado en más de una ocasión el nombre de artistas como Leonardo da Vinci o el de Vincent van Gogh pero posiblemente no el de Andy Warhol o el de Roy Lichtenstein), y que aún entre los estudiosos del tema, se despertarán discusiones por determinar cuándo empezaron, quienes los han desarrollado, o cómo ha sido su evolución, por mencionar algunos puntos. Tal parece ser que a conocimiento general se sabe que algo es arte, de uno u otro ámbito, o periodo de la historia por el tipo de museo en el que está expuesto, pero en varias circunstancias lo que se considera como arte contemporáneo y arte alternativo (más ambiguo aún) no solamente tiene como hogar los museos, sino que muchos no tienen hogar y otros pasan de las calles a galerías y exposiciones que no necesariamente muestran arte; o quizá sí, dependiendo de la opinión de quien lo contemple.

Sabemos que, simplemente por la existencia de la estética como estudio, siempre ha sido complejo clasificar lo qué es arte y qué no lo es, pero al día de hoy esta confusión crece, cada lapso que transcurre va generando y explotando manifestaciones que reflejan el contexto de los que intervienen en él, así que tratamos con un conflicto histórico, además de ser un asunto cultural, social y hasta político.

No se trata sólo de que la valoración dependa de la situación cognitiva del esteta, sino de saber qué cualidades estéticas de la obra son función de su propia identidad histórica, y puede que haya

que revisar por completo la valoración de una obra teniendo en cuenta lo que se sabe de ésta; tal vez incluso no sea la obra que se pensó que era al manejar una mala información histórica (Danto, 2002: 167).

Características que con anterioridad se creía que eran sinónimo de arte, como la belleza, han sido desplazadas, aunque tal vez no totalmente, sí en una parte significativa para entrar en una zona de atributos donde lo simétrico y lo hermoso se convierten en alternativa, lo estético es una opción; sigue existiendo pero ya no como estelar de aparición continua. La transformación del arte se entiende mejor (acordémonos de la cita de Danto referenciada anteriormente) si revisamos su historia. Es comprensible que una obra nueva no signifique lo mismo hoy que lo que hubiera significado hace unas décadas, así como es concebible que una obra que se realizó tiempo atrás y fue importante, hoy en día lo siga siendo. Es una idea considerable admitir que cada cambio efectuado en el arte con el transcurrir del tiempo es una revolución, y que no todas estas revoluciones han tenido los mismos objetivos. Arthur Danto en *La transfiguración del lugar común* nos relata

Los *drips* alcanzaron su apoteosis de exaltación mística en los años cincuenta, y es fácil ver por qué. En una época anterior, el goteo hubiera sido un accidente o una mancha, un signo de impericia (una actitud ingenuamente reinventada por los <<maestros>> del *grafitti* del metro, cuyos ayudantes les limpian las gotas, y desprecian a quienes permiten que la pintura tenga vida propia, que es justo la actitud opuesta a la del pintor de los cincuenta). Un goteo es una violación de la voluntad artística que impide la función representativa, y por lo tanto, cuando tiene lugar, inmediatamente desfigura una pintura (como un error tipográfico desfigura un texto), sobre todo cuando la función del medio es desaparecer en favor de lo que pretende mostrar. Tradicionalmente ha habido una

complicidad entre artista y espectador, en la que el último tenía que pasar por alto la pintura y admirar boquiabierto la *transfiguración*, mientras el artista, por su lado, trabajaba para que el espectador pudiera lograrlo, haciendo que la pintura pasara lo más inadvertida posible. El *drip*, por el contrario, llama insistentemente la atención sobre la pintura como pintura (Danto, 2002: 163).

La aparición de los *drips* (goteos o brochazos) entonces vienen a expresar algo distinto a la pintura antecedente al expresionismo; una sublevación ante el modo en que se manifestaba el arte hasta ese punto y un tributo al medio que hace posible la representación. Danto además ejemplifica su descripción con un argumento formidable acerca de un tema que ya hemos tratado en el capítulo anterior, el cómo se oye la música en la actualidad:

En la tradición a la que acabamos de referirnos, los goteos hubieran jugado el papel que las interferencias tienen en la transmisión de la música, si es que el papel de la ingeniería acústica es convertirse en mediadora entre la fuente musical y el oído del oyente, y tan transparente como la física lo permita. Por lo tanto, alguien que quisiera llamar la atención sobre la transmisión en la audición contemporánea, celebraría las interferencias como una marca de integridad, más para ser oída que obviada en la escucha. Los *drips* son, por lo tanto, monumentos al accidente, a la espontaneidad, dándole a la pintura vida propia, tanto que podría suponerse que la función de la pintura era proporcionar la ocasión para el goteo; el mismo Pollock se hizo célebre por haber descubierto el *drip*, que en su momento se llegó a equiparar con el descubrimiento de América por Colón o el inconsciente por Freud (Danto, 2002: 163).

No es de nuestro interés revisar cada periodo artístico que haya tenido lugar en la historia de la humanidad (así como no ahondamos en El Renacimiento o en la Ilustración, como movimiento de la Edad Moderna) pero es muy importante estar consciente de la transformación sucesiva del arte para comprender mejor los cambios en ésta que hay en lo posmoderno.

Una de las razones por las que nos permitimos decir que hay dudas acerca de lo que se incluye cuando se habla de arte y de la desvalorización de ésta, es la profusión y el aparente agotamiento de la obra anterior a lo contemporáneo. Creaciones reconocidas y hechas por artistas célebres, ahora difuntos, son vistas no principalmente en un museo, sino en libretas, carteras, llaveros, bolsas, entre muchas otras cosas que pertenecen a una área de objetos cotidianos o de uso diario. Por esta razón podríamos decir que el arte como fenómeno posmoderno se ha convertido en **inmortal**¹, ha evitado la muerte a cambio de emerger en cuadernos y tazas, ahora más individuos pueden ver las obras (mas no quiere decir observar) todos los días y tenerlas cerca de ellos, una manera de apropiación del objeto pero no de su esencia, del significante pero no del significado; o como alguien más se permitiría decir, de la forma pero no del contenido. Es natural que algo que se repite pierda relevancia, si diario, o cada semana, se festejara la navidad, seguramente perdería relevancia; inclusive hasta el punto de ausencia en cuanto a sentido de esa celebración en nuestra vida.

Es más o menos correcto decir que el arte se ha **liberado**, así como otras materias se pudieron haber liberado hacia más personas pero entonces también puede que éste haya **involucionado**, en lugar de evolucionar, si lo vemos con ojos como los de los críticos. No estamos diciendo que todo el arte anterior al contemporáneo haya pretendido buscar el desarrollo en bien de la especie humana, papel que como primer idea podríamos ceder a la ciencia (pero hay que tener cuidado), lo que sí nos permitiríamos decir es que quizá el arte en otros periodos era más íntegro, comprendiendo una mayor búsqueda de conocimientos y bienestar del hombre, y

¹ A partir de aquí, ésta y otras palabras aparecerán en negritas, pues son los conceptos abordados en el capítulo 5; de esta manera se espera una fácil identificación de éstos dentro de la lectura.

no sólo ocupándose de mostrar los “sentimientos” del artista; parece ser que la ciencia hoy está tan separada del arte como lo está de la religión. El individualismo es un hecho que ha estado en el humano desde siempre pero particularmente cuando se vincula con el egoísmo tratamos con un problema.

De forma similar el reconocimiento por parte de nuestros semejantes es algo que ha sido constantemente anhelado a lo largo de la historia, hoy los medios masivos de comunicación han aumentado esta búsqueda, presionando al individuo para que “destaque y sea alguien”, los mensajes que se preparan para que el consumidor reciba son demasiados, tantos que una vida no le alcanzaría para recibirlos todos, generando una pérdida de identidad por medio de un hallazgo de **simulacros** que él o ella adoptara; en este caso hablamos de esas carteras, llaveros, libretas, vasos, etc., producidos en masa, así como de esos **mínimos comunes múltiples** que se fabrican de modo afín pero en número limitado, tal vez para hacer creer al comprador que a través de esa mercancía obtendrá una identidad más especial que la del resto. Ese anhelo del individuo de significar “algo” le ha quitado mucho del atributo **humano** al humano, esto abarca no sólo temas meramente políticos o sociales. El arte puede ser también un reflejo de la falta posmoderna de compromiso social que experimentamos hoy, sea por la competencia entre artistas y gremios, o simplemente por el afán de exhibirse y sentirse como artista, olvidando que en el planeta coexistimos con otras personas, probablemente menos occidentales, cuyas preocupaciones se alejan en gran medida del “ser un artista”.

Actualmente pareciera que el arte no institucionalizado es el que puede ser más empático respecto a los problemas sociales, en particular el concebido como arte alternativo (una parte del arte que podríamos explorar enormemente y aun así seguir con la incertidumbre de cuáles son sus confines), que mediante grafitis, estampas o hasta teatro callejero manifiesta más inconformidad social que el guardado en un museo de arte meramente institucionalizada, que si bien puede describir algún conflicto, su actuar respecto a la sociedad es más latente que el del primero. Pero el fenómeno no acaba en una fracción de dos tipos de arte que se dan en esta etapa que hemos gustado de pensar como posmoderna, o en una

disputa entre artistas autodidactas y artistas con una educación formal. La posmodernidad se caracteriza por una gran mezcla de signos que dan pie a un incontable conjunto de acontecimientos que parecieran prescindir de razón, como ya escribimos; probablemente algún seguidor de Baudrillard se daría licencia de comentar que se trata de un “eclecticismo sin sentido”. El **metaconsumo**, que intentamos explicar en el glosario del capítulo antecesor es una buena propuesta de prueba de esa mixtura, por el cual posiblemente lograríamos comprender mejor la colección de diseños de moda con influencia punk hechos por Jean-Paul Gaultier o la museificación de Banksy; sucesos que para otro tiempo pudieron haber resultado inimaginables pero no para el posmoderno. Periodizar y clasificar en el posmodernismo tampoco es exacto, al arte de hoy en día no se sabe si nombrarlo en su totalidad como contemporáneo, surgen las dudas de si el arte alternativo va en contra o tiene cabida en el mencionado, y se puede llegar a creer que tal vez sea más adecuado simplemente decir que ambos pertenecen a una cultura **pop**.

Aquí retomamos también, como los conceptos extraídos de la obra de Baudrillard, el primer punto que Featherstone escribe como propio del posmodernismo, que es el ataque al arte autónomo, institucionalizado, afectando de esta manera a sus bases y objeto (Cfr. Featherstone, 1991). Hay que subrayar que ahora vemos más creaciones que son arte, o que pretenden serlo, fuera de los museos, y que ocurren paralelamente (como la aparición de obras clásicas en objetos de uso cotidiano o el paso de arte callejero a museos y galerías), así como hay artistas sin una formación educativa adquirida en un aula; por lo que podemos volver a la pregunta “¿qué es arte?”, ya que si desde distantes tiempos es una cuestión constante el determinar lo que incluye la connotación, es plausible que en la fase posmoderna la interrogante sea más complicada de resolver. En su prefacio de *La transfiguración del lugar común*, Danto escribe una opinión acerca de una exposición de Andy Warhol que observó, la cual le hizo reflexionar acerca de cómo podía ser juzgada ésta por alguna definición tradicional del arte:

Mi punto de vista es que el inevitable vacío de las definiciones tradicionales de arte reside en el hecho de que cada una de ellas se basaba en características que las cajas de Warhol convierten en irrelevantes para cualquier definición; de suerte que las revoluciones del mundo del arte dejarían la bienintencionada definición sin ninguna conexión con las últimas obras de arte. Cualquier definición que tenga que convencer tiene, en consecuencia, que asegurarse contra tales revoluciones, y me gustaría creer que con las cajas de Brillo las posibilidades están eficazmente cerradas y que la historia del arte ha llegado, en cierto modo, a su fin (Danto, 2002: 16).

Aunque Warhol y algunos creadores similares puedan tener ya seguramente el título de artistas, más fenómenos ocurren y se desenvuelven hasta nuestros días. Ahora bajo la premisa de que hay varias áreas que merecen ser consideradas arte, los ojos se posan en la tecnología que se asocia con los medios de entretenimiento, siendo un tema especial el de los videojuegos o el de aquellos medios audiovisuales en general, para los que una de sus principales ambiciones es acercarse lo más a la **virtualidad**; desarrolladores y demás personas involucradas en estos casos (inclusive los fanáticos), que bien podemos considerar correspondientes a lo **pornoestéreo**, reclaman entrar al círculo del arte, logrando la aceptación de unos y debates en otros.

6.2.2) Caso 2: El cuerpo modificado

Ya dijimos en las primeras páginas de nuestro texto que el consumir es una acción que puede servir bastante a la hora de intentar definir a una sociedad en algún determinado contexto, tiempo y espacio. Pero ¿cuáles son las mercancías que definirían a la sociedad de nuestros días?, a la posmoderna, ¿qué es lo que la mayoría de la gente quiere comprar? Tratar de obtener una respuesta indiscutible no sería posible, pues hay que tener en consideración que la pregunta remite a un

fenómeno subjetivo, tanto por ser un tema social como por ser parte de la fase sucesiva a la modernidad, periodo difícil de comprender y con variadas interpretaciones.

Para empezar a contestar esas cuestiones basta con observar rápidamente algunos mensajes publicitarios comunes en los medios, y cuestionarnos acerca de lo que ofrecen. Lo que notaremos muy probablemente tendrá que ver, entre otras cosas, con la belleza y la diversión (ambas cambiantes y adaptables a consensos sociales), términos que podríamos determinar como propios del hedonismo, resultados de una búsqueda de placer inmediato. Y si también nos preguntamos ¿cuál es o cómo es este placer?, podríamos decir que se centra en el individuo y que como es inmediato la manera de captarlo es mediante las sensaciones que detecta nuestro cuerpo; “el énfasis puesto en la sensación, en la inmediatez primaria de lo figural en oposición a lo discursivo, llevó a que se caracterizara la estética posmoderna como una estética del cuerpo” (Lash y Urry en Featherstone, 1991: 79). Una vez tomando esto como un punto importante nos permitimos pensar que tenemos una pista para aclarar un poco más el panorama.

Si estamos de acuerdo en que el sentido más acudido para percibir, y a la vez el que produce menos invasión física, es el de la vista, probablemente estaremos de acuerdo también en que los mensajes por los que alguien se publicita, generalmente una empresa/compañía, irán dirigidos hacia nuestros ojos. Esto no quiere decir que se descuiden los demás sentidos, dependiendo del producto o servicio que se quiera vender, pero sí que hay que tener en cuenta que nuestra vista es una de nuestras funciones principales de las que el mercado se va a valer para lograr sus objetivos.

¿Y qué es lo que se expone ante nuestros ojos?, ya decíamos que seguramente imágenes vinculadas con la belleza o con la diversión, análogas al placer inmediato, que nos plantean al mismo tiempo un estilo, una forma de manejar nuestra vida; una promesa que se vale de sus signos, como antes lo hacían las personas; ahora parece que el humano toma el lugar de signo, ve pornografía en todos lados y es lo que quiere ser.

La pornografía es un suceso al que Baudrillard hace mención repetidas ocasiones, y a nosotros nos resulta conveniente también. La pornografía no es nueva pero ha cambiado, así como la sociedad con el paso del tiempo; sí respecto a gustos e intereses, aunque primero podremos reconocer que ésta contaba con otras funciones aparte del ser un recurso para conseguir placer. Dentro de la historia encontraremos un uso revolucionario de la pornografía, Naief Yehya escribe en su obra *Pornografía. Obsesión sexual y tecnológica*:

La pornografía no trataba únicamente sobre sexo sino que era también un espacio donde se debatían los temas controvertidos del momento, donde se reflexionaba sobre la política y la moral: el porno era y es un espacio de disidencia. Al mismo tiempo la pornografía sostenía modelos retrógradas y opresivos de conducta social y de los roles de los sexos; así, se celebraba el orden jerárquico en el que la mujer era sumisa y pasiva, mientras el hombre era agresivo y dominante.

[...]

era utilizada para ridiculizar a los poderosos y a las elites, así como para cuestionar los viejos valores morales y las costumbres; pero paradójicamente también se usaba para pregonar que el sexo era natural y, por lo tanto, no debía ser motivo de vergüenza ni temor. La pornografía era reclamada como patrimonio de los librepensadores, los herejes y los revolucionarios.

Debido a su naturaleza perversa, irreverente e incendiaria, la pornografía representaba todo lo que las clases poderosas temían de la democratización de la cultura. La pornografía era el primer paso hacia la destrucción del orden establecido (Yehya, 2012: 36).

De manera similar es buena opción hacer mención aquí del Marqués de Sade que de modo semejante, hace más de dos siglos, se valió de sus palabras, dichas por uno de sus personajes, para exponer una crítica no sólo política sino igualmente social, haciendo de la pornografía el pretexto para exponer su pensamiento. Para ejemplo un fragmento de *La filosofía en el tocador*, que curiosamente es menos explícito en cuanto al sexo que el resto de la obra:

[...] deberíamos anular todas las leyes matrimoniales. Éstas se basan en la noción cristiana del “amor” posesivo... una idiotez de esos que sin duda piensan que el sol brilla menos cuando lo hace sobre alguien además de ellos. Esas leyes deberían ser reemplazadas por una declaración estatal de que todas las mujeres pertenecen a todos los hombres... no como propiedad, sino como instrumento de placer.

[...]

Además, conjuntamente con la ley que permitiera que los hombres podrían obligar a las mujeres a doblegarse, yo pediría otra ley, según la cual también las mujeres pudieran obligar a los hombres... hasta donde la anatomía y la fisiología lo permitieran.

¿Quién podría oponerse a semejante plan? ¿Qué peligros acarrearía? ¿Talvez la creación de hijos sin padres? Eso no importa mucho. ¿Qué importaría la paternidad en una república donde todos los que nacieran fueran hijos de la patria? ¡Y cuánto más iban a querer los hijos a su patria si, desde el nacimiento, no hubieran conocido más madre que ella! (de Sade, Marqués, 234-235: 2009).

Siempre habrá quién cuestione la calidad de manifestaciones como ésta, (muchas veces inclusive se entrará en la coyuntura de determinar si se debe valorar como

perteneciente a una categoría o no, como la de si una expresión es arte o no lo es), pero recapitemos un poco y acordémonos que son hechos así los que han marcado pautas, un antes y un después en el modo de estudiar la biografía de la humanidad; ya abordábamos anteriormente la revolución sexual o el *drip*, movimientos que si bien han dejado de funcionar o se han quedado estáticos, se escribieron en tinta por su notoriedad y en su momento generaron discordias y modificaciones tanto institucionales como sociales. Justamente Arthur Danto expresó su opinión (apartado anterior) acerca de la obra de Andy Warhol y de cómo era de esperarse que el arte tradicional juzgara negativamente la labor del artista.

El punto reside en que ese trasfondo donde la existencia de la pornografía hallaba su justificación, ahora no está o se encuentra muy borroso. La pornografía ya no funciona como pretexto para expresar otro discurso más que el del sexo por el sexo, o sea que existe porque ella misma, su imagen, se justifica (ya hablábamos de las tramas ilógicas, conectadas a lo **pornoestéreo**, de sus producciones que hacen surgir un **vértigo en la realidad**, a simple vista inofensivo cuando una pareja se divierte probando recrear alguna posición sexual que miraron, pero más preocupante cuando el individuo concibe a las imágenes del video como sinónimo del sexo real). La pornografía se **libera** y se consume en distinta y quizá mayor medida, esto parece algo obvio considerando que el acceso, ya sea por la facilidad que da internet en la búsqueda de ésta o por lo múltiples dispositivos multimedia que hay, se ha vuelto más afable. Inclusive no se ha lamentado la pérdida de pudor al reconocerse, el individuo, como un consumidor de productos pornográficos; pues como él, están otras personas en una situación que se asemeja, por lo que es un acontecimiento que se torna más aceptado que antes. Una especie de **metaconsumo** (en el sentido de que se consume más ahora, y con mayor “dignidad” que en el pasado) que si bien no es acreedor de algún premio de índole social, tampoco recibe condena de los más posmodernizados. Habrá excepciones para quienes no encajen en la descripción, claro (tanto conservadores como quienes intentan ir más allá: sucesos pasados o sucesos **extremos**), pero si no fuera así no estaríamos abordando una época con enredos y, de alguna manera,

con un déficit de sentido; recordemos que para muchos la modernidad aún no ha terminado.

La **violencia**, se hace presente en esta área igualmente, sí en las imágenes que se muestran pero también de otro modo. Nos referimos a una manera de autoviolencia y de una de índole psicológica para con los demás, que consiste en tratar de repetir patrones vistos generalmente en un medio que nos exhibe el cuerpo humano y nos sugiere placer acompañado de cierto status social, sea mediante una película pornográfica o una de Hollywood, un programa de televisión o publicidad; actuamos a modelo de ese comportamiento expuesto en carteles y pantallas, tratándose por nuestra parte de manifestaciones físicas y de carácter. En *Cultura de consumo y posmodernismo*, Featherstone menciona que “la estetización del cuerpo, que ha sido señalada como uno de los elementos del arte posmoderno, requiere por fuerza un descontrol emocional, tanto para producirla cuanto apreciarla” (Featherstone, 1991: 89). Vale la pena recordar entonces también lo que Bourdieu escribía acerca de cómo nos expresamos al hablar, al caminar o al vestir (capital simbólico).

Un asunto destacable aquí es que dichas manifestaciones van más allá de sus límites reales (**hiperrealidad**), por lo que podríamos decir que, por ejemplo, el viaje en busca de la belleza del cuerpo se convierte en más físico que lo propio físico, más expuesto (más obsceno); un modo de violentar el cuerpo donde se mezclan **simulacros**, a la vez que se ataca la personalidad particular y la de los demás, a través de moldes estandarizados en los cuales tendríamos que encajar, ya que como no están hechos a nuestra medida deberemos pulirnos (consumiendo de forma predeterminada) hasta caber; “el estadio de la pantalla ha sustituido al del espejo” (Baudrillard en Pérez, 2006: 76).

Reflexionamos acerca de una especie de **virtualidad**, donde los simulacros hiperreales adquiridos por el individuo no guardan (ni siquiera lo esconden) un uso verdaderamente útil, sólo el adorno **pop**, que es cómo funciona el disfuncional **gadget** que ni siquiera sirve de pisapapeles (Cfr. Baudrillard, 2009: 130). Pues de qué sirven unos implantes de senos sino como ornamento de la persona que los porta y no para alimentar a un bebé. Se trata de agregar más signos a la imagen,

de hacerla más obscena (en el sentido de profusión), más pornográfica. Fernando Rampérez no sólo crítica a Baudrillard en su texto *De la obscenidad, o bien olvidar a Baudrillard*, sino que más bien parte del concepto de obscenidad para discrepar con nuestro autor en relación al papel que juega la imagen, no obstante acerca de lo obsceno, escribe:

La metástasis de la imagen produce una incautación de lo real. Cuando solamente hay imágenes que remiten unas a otras, se pierde la parcialidad, el desvío que parecía constituir a cada imagen, es decir, la capacidad de seducción, desembocando en una hipervisibilidad obscena. La obscenidad radica, de este modo, en la ausencia de matiz, en la pornografía del mostrarlo todo, en la imposibilidad del erotismo quizá (Rampérez, 2009: 148).

El individuo pierde **humanidad** mientras hace perdurar su cuerpo (**inmortalidad**) o aquello que haya decidido personalizar conforme a los modelos que le hicieron desear tales modificaciones. La frase popular “dime que comes y te diré quién eres” se tendría que cambiar entonces por una más abarcativa, “dime qué consumes y te diré quién eres... si es que has llegado a ser alguien”.

Hay deseo pero lo que sin duda hay también es desigualdad del tipo de acceso con el que una persona, perteneciente a un determinado grupo, cuenta para lograr las transformaciones deseadas. Así como no todos tendrán la oportunidad de comprar un automóvil último modelo o un producto edición limitada, muchos tampoco tendrán la suerte de conseguir lucir (ellos mismos o sus pertenencias) exactamente cómo piensan que necesitan verse. De esta forma podríamos decir que los patrones de aquellos hombres y mujeres ejemplares que se exponen, y que nos exponen diversas mercancías **sexualizadas** con características “especiales”, son **mínimos comunes múltiples**, por lo que la mayoría tendrá el anhelo de ostentar esas apariencias sin que necesariamente lo consiga. Sin embargo si no se logra obtener lo específicamente deseado habrá alternativas para acercársele pues, por ejemplo,

al no realizarse una cirugía estética por una escasa estabilidad económica se puede recurrir al maquillaje. Esta búsqueda deriva **violencia**, no sólo en forma de heridas y cicatrices en el cuerpo, también en la mente del individuo que obstinado ansia cambiar para corresponder lo más precisamente posible en el molde. Baudrillard escribe al respecto que “el fenómeno milagroso del consumo también instauro todo un dispositivo de objetos simulacro, de signos característicos de la felicidad y luego aguarda (desesperadamente, diría un moralista) que la felicidad descienda” (Baudrillard, 2009: 11).

El proceso ambicioso de **personalización**, que deshumaniza al sujeto también genera individualidad, de tal modo que resulta complicado hablar de unión y compromiso social cuando se vela sólo por los propios, y posmodernos, intereses, sumado a la falta de metanarrativas que prevalezcan fuertemente como hace décadas, o de unas que parezcan estar surgiendo como una nueva dirección a la cual encaminarse.

El placer es sensorial, y éste es individual, los mensajes que nos son emitidos, por los medios masivos de comunicación y que vemos frecuentemente como consejos, no transmiten unión, ni conciencia social, usualmente (además de sugerirnos como lucir) sugieren alejarnos de determinados tipos de personas, es raro encontrarse con algún título de algún texto que invite a actuar en colectivo. Claro que hay una excepción cuando se trata de relaciones laborales, pero tengamos cuidado aquí, pues si a nuestras manos llega algún escrito de asesoría laboral, de índole vinculada más bien con la superación (individual) personal, lo que leeremos es una serie de consejos que incluyen la participación de otras personas no como seres humanos semejantes a nosotros, sino como instrumentos de los cuales hay que sacar ventaja para conseguir ascender.

Para nosotros calificar algo como pornográfico no es sólo hablar de sexo y de imágenes literalmente vulgares, se trata de un adjetivo que por su ambiente y “contenido” evidente, sirve para intentar describir muchos de los ejemplos que hemos visto. Aquí es donde las características del **pornoestéreo** de Baudrillard se tornan palpables y toman protagonismo, razón por la cual no es de extrañarse que

gran parte de los conceptos que definimos en el capítulo anterior, hallen cabida en este apartado. La esencia de la pornografía es análoga a la de la posmodernidad, y puede verse manifiesta tanto en el cuerpo como en la tecnología o hasta en la manera de pensar de una persona. Nos movemos por un camino en el cual hemos comenzado a andar (solos) desde hace tiempo sin saber realmente si acabará, pero que una vez, desde que empezamos a avanzar (a modificarnos), pareciera que no nos podemos detener, es una travesía que recorreremos sin certeza de conocer a dónde nos llevara.

6.2.3) Caso 3: El reuso

La naturaleza del discurso posmoderno plantea siempre un debate. La referencialidad o la imitación de modos de representación pasados que propone llevan inevitablemente a un cuestionamiento sobre la finísima línea que separa la consecución de un mensaje nuevo de una simple apropiación de un discurso elaborado y utilizado previamente. En resumen, un debate sobre la originalidad de un texto que recurre a materiales preexistentes. En este sentido, para muchos creadores, la única vía desde la que podemos desarrollar en la actualidad procesos creativos es esta reutilización de materiales (Arranz, 2011: 4).

Con esta premisa, extraída del artículo *El papel del sonido audiovisual en el discurso cinematográfico posmoderno* de Víctor Arranz, iniciamos este apartado pues nos recuerda ideas que ya hemos abordado, el debate de lo que es la posmodernidad, la producción de obras creativas y el uso de referencias de otros periodos anteriores a lo posmoderno; que hemos gustado en concebirlo como una mezcla de signos sin mucho sentido. Esto último es a lo que prestaremos más atención ahora y a la que aludiremos cuando utilicemos las palabras *remake* o

refrito (que no vienen a ser sino términos que nos recuerdan a un reciclaje de relatos precedentes), ya que entre los estudiosos del tema, en especial cuando se trata de autores críticos,

existe una marcada preocupación [...] por la simulación de modos y de formas de representación anteriores o ya existentes. Ciertamente, ésta se manifiesta de forma especialmente pronunciada y comienza a revelarse precisamente dentro de las prácticas visuales digitales relacionadas con formas y géneros de la cultura de masas. [...] Las formas, los géneros y las obras anteriores constituyen una base o terreno referencial para la copia, para la manipulación y para la recombinación, y para los esfuerzos encaminados a «perfeccionar» y a simular aún en mayor medida lo ya mediado (Darley en Arranz, 2011: 4-5).

Es decir, una inconformidad por la manera en que las “nuevas” creaciones se gestan y tienen cabida. El tercer rasgo de la posmodernidad que Mike Featherstone escribe, nos comunica que en los campos literarios, críticos y académicos hay ya un antifundacionalismo (recordemos que este autor hace la mención de éstas áreas por remitir cuerpos de conocimiento) (Cfr. Featherstone, 1991: 203-204); y en apartados que anteceden a esta sección hemos tratado el hecho de que las grandes metanarrativas, como el marxismo o la religión (incluso la ciencia y su periodo de la Ilustración) se han tornado disfuncionales para nuestros días como consecuencia de no proveer una explicación o una respuesta a varios de los fenómenos que se han venido desarrollando en tiempo, presuntamente, de la posmodernidad.

Lo que llama la atención entonces es que en esta época posmoderna se retoman ideas, conceptos y obras anteriores pero de una forma distinta a otros periodos, tanto así que se llega al punto en que se pierde su motivo o sentido original para pasar a ser algo como un recipiente que por su forma y adornos puede seguir

robando miradas, pero que dentro no posee contenido, o el que tiene está muy revuelto, generando una sensación de incertidumbre acerca de lo que éste comprende. No solamente rasgos modernos y “premodernos” caben en la posmodernidad, sino que tanto ha gustado esta fórmula de reuso que hay manifestaciones posmodernas dentro de lo posmoderno, o sea que, en el interior de estos fenómenos concernientes a la posmodernidad se retoman rasgos que ya eran considerados sucesivos a la modernidad; hay un reciclaje de atributos posmodernos dentro de la respectiva época.

Para ser más claros usaremos como ejemplo uno de los principales negocios que ahora tienen lugar, el entretenimiento. Siguiendo con la premisa de que rasgos precedentes se retoman hoy, y que también hay características de la posmodernidad repetidas en sucesivas “quimeras” posmodernas, podríamos expresar (incluso conectando este apartado con el primero, el 6.2.1, al preguntarnos si ¿el entretenimiento es arte?), por ejemplo, que los medios más destacados del entretenimiento, en la posmodernidad, reutilizan modelos pasados del arte para plasmarlos en creaciones “nuevas”, sin importar que haya que lijar hasta que dicho diseño pierda propiedades que precisamente lo hacían valer, todo en favor de que corresponda con la lógica posmoderna del esparcimiento que brinda el ocio por medio del entretenimiento; haciendo hincapié en quitarle lo “arcaico” al modelo a costa de sacrificar contenido que servía como justificación de su existencia. Agregando que, una vez suavizada la pieza aún se le explota lo que sea necesario para prolongar (ya sin fundamento más que el de su forma) su duración, ya sea que este proceso implique lijar aún más la figura o adornarla, es decir, que aquel que reusó la forma del arte anterior, recicla lo hecho (por él) para la producción de una “innovación” más; en pocas palabras recicla lo reciclado.

Para enfatizar aún más esta idea de la relación entre reciclaje, entretenimiento, y su nexos con el empleo de modelos longevos, queremos abordar la situación que ocurre con la música y el cine. Ambas son consideradas pertenecientes al conjunto de las bellas artes, por lo que las obras respectivas a cada arte vienen apareciendo desde remotos tiempos y todavía hoy, precisamente esa es una de las razones que hace

que nos resulten interesantes; porque aunque la música pueda ser una de las primeras artes surgidas al contrario del cine, las dos cuentan con un gran respaldo a manos de sus creaciones, de hecho tantas que sería imposible conocerlas todas.

De igual modo el tratar de definir a cada una es una tarea difícil hoy en día, en especial tratándose de éstas, ya que los límites rígidos que determinaban como tenía que ser un arte se han difuminado (lo que no quiere decir que no queden rastros de ellos), además tendremos en cuenta que el mercado no ha dejado pasar la oportunidad y ha usado a las dos hasta, podríamos decir, abusar de ellas, al punto en que ya no se tiene certeza si es prudente nombrar como hechos artísticos a las creaciones más recientes. Anteriormente dijimos que años atrás el arte era más bien relativo a una élite, fácilmente aproximada a una educación formal que le hacía comprender mejor el campo artístico, por lo cual si actualmente la mayoría de música y cine que se produce es fácil de interpretar, no es extraño que surja la duda de si es legítimo o no hablar de arte cuando se trata del consumo de una canción o de una película nacida en la posmodernidad.

Por medio del reciclaje, la música y el cine han sido dos de las “artes” más perdurables a través del tiempo, arma de doble filo, encontrándose prácticamente ya en un nivel **inmortal**, pero no inmortales como un dios, sino como zombis errantes que andan sin saber con acierto hacia donde van (a propósito del éxito del gran número de producciones de entretenimiento que en los últimos años incluyen personajes zombis en sus historias). Durante ese trayecto vacilante (que podría ser una metáfora para el “recorrido de la vida”), es como si los caminantes, nosotros, se encontraran con esos signos de los que hemos hecho mención, imágenes que no son más que **simulacros** por su excedente de significado, y por lo tanto de sentido. Los signos se han **liberado** a nuestros costados, atrás y enfrente de nosotros, sin que éstos sigan una secuencia lógica, sólo la de obedecer un orden de lo obsceno conveniente a esta fase tardía del capitalismo, en la cual sus mismos rasgos que la caracterizaban se han maximizado (no es muy raro, y probablemente en un futuro cercano será aún menos singular, que los gobernantes de las naciones sean más economistas o empresarios que políticos); presenciamos entonces

imágenes espectaculares convenientes a las condiciones de oferta que nosotros contribuimos a fijar con nuestra demanda, en un periodo que se diferencia del capitalismo por ser más capitalista que el capitalismo, un tipo de **fenómeno extremo** como el que nos explicaba Baudrillard al escribir, por ejemplo, que el éxtasis del sexo es la pornografía al ser más sexual que éste, o que el exceso de realidad es la **hiperrealidad** (Cfr. Baudrillard, 2002: 39-40).

No es complejo notar que los actos que involucran **sexo** o **violencia** (u ambos) provoquen una reacción, comúnmente se ha dicho que es precisamente la presencia de éstos lo que más hace que un producto se venda y se consuma. Pareciera que, en particular en el caso del cine y las industrias que impliquen lo visual, incorporar muestras sexuales y violentas es un lineamiento con el que no hay que fallar si se pretende tener éxito en la obtención de ganancias económicas (aunque no necesariamente al abordar nada más las áreas visuales, pues muchas de las canciones que resultan ser éxitos e imponerse como moda explotan estos temas (Cfr. Clarín, 2013), podríamos decir, por más prejuiciosa que pueda presentarse la oración, que el rap es un género musical violento así como el reguetón uno sexual, “«Los *tits & ass* (literalmente «tetras y culos») son la clave de este negocio» [...] dirá, muy serio, el veterano de la música latina Henry Stone, de 89 años” (Martel, 2010: 239). En México no hay que indagar mucho en lo que suele llamarse música regional para encontrar prueba de la presencia de ambas temáticas). Son estos elementos los que demandamos sin darnos cuenta que tal acción bien podría tomarse como una pérdida de nuestros atributos **humanos** (porque un sujeto no sólo es sexo y sus instintos, ¿o sí?), apartando una capacidad tan humana como la empatía, consecuencia de una **violencia** que se refleja en forma de pasividad.

Sexo y violencia fungen además una especie de papel de canalizadores, poseyendo en las pantallas a quién no podemos “poseer” y agrediendo lo que (o a quien) en la “realidad” no se es permitido. Quizá sólo el entretenimiento infantil está libre de estos dos ingredientes, por lo menos al compararlo con el entretenimiento que va supuestamente dirigido a un público adulto, por una cuestión moral (doble) que no

comprueba qué es lo que los niños y niñas quieren consumir. Habría que examinar qué es lo que de verdad buscan a través de un medio más abierto como es el internet para descubrir que, tal vez, se trate de una navegación por la web invadida, en buena parte, por una curiosidad de índole adulta.

Se trata de usar una especie de fórmulas que “no fallan” y que como han funcionado hay que repetirlas. Una, por ejemplo, es el recurso de pasar un producto de un formato a otro (u de una plataforma a otra), fórmulas que dictan que se tiene que “aprovechar” al máximo una creación, como si se tratará de ordeñar a una vaca hasta que no pueda dar más leche, sin importar mucho sus cuidados o su calidad de vida. El cine es probablemente, junto con la publicidad (aunque cuando se combinan no se diferencien tanto), el medio por el cual algunos estereotipos surgen y se mantienen, vendría a ser el arte que nos anuncia el aspecto ideal de cómo lucir (mientras la música podría ser la que proclama que actitud sostener, aunque habrá que poner atención entonces cuando se empalma con el video). Por razones como esa, y accesibilidad, es posible que el cine se imponga ante otros espectáculos, tanto así que determine lo que éstos deban hacer; “antiguamente se adaptaban para Hollywood las comedias musicales que tenían éxito en Broadway; hoy se adaptan para Broadway las películas que tienen éxito en Hollywood. Se trata de un cambio histórico” (Martel, 2010: 52).

Igualmente, con anterioridad, las adaptaciones iban de la literatura a la obra de teatro; hoy muchas películas alientan el origen de precuelas, secuelas, finales alternativos y universos paralelos a ellas, que no solamente están en libros impresos o en dibujos animados transmitidos por televisión, sino en diversos productos y hasta en el *fanart* (narrativas y creaciones visuales hechas por los mismos adquirentes y seguidores, dando lugar a fenómenos de **personalización**, tanto de objetos como de las personas mismas; ejemplo de ellos son los juegos de disfraces, mejor conocidos como *cosplays*, cada vez más comunes y ajustados a la cultura **pop**, que al mismo tiempo dan como resultado una profusión de signos aún más prominente... hacemos surgir un sinfín de signos a partir de los que ya nos habían dado), todo debido al consumo y éxito comercial de la creación original.

Los *remakes* de las películas se alejan de la adaptación por ser duplicado de algún filme con actores nuevos y de moda. Cristina Abad coge la definición de la palabra *remake* del *Diccionario de Radio y Televisión* de Cebrián Herrero, y expone que ésta es: un “Término inglés utilizado internacionalmente para designar la nueva versión de una película con actores y técnicas distintas a las producciones anteriores” (Abad, 2012: 18), técnicas que se reflejan, por ejemplo, en efectos especiales y no, por lo menos no de manera notable, en el empeño de conseguir presentar una historia más admirable; como Stanley Kubrick en 1980 al adaptar el texto de Stephen King *The Shining*, a diferencia del caso de Kimberly Peirce con *Carrie* en 2013.

En nuestros tiempos las metanarrativas que habían servido hasta la modernidad han perdido validez de cierto modo, en sentido de que, no llegaron a concretarse y decepcionaron en su momento cumbre, cuando representaban la promesa de un mejor porvenir, o bien no lograron explicar muchos de los acontecimientos que ahora tienen lugar, en especial los relacionados con la sociedad. Es por medio de esta parte de nuestro texto que encontramos sitio para la relación, de tal hecho con la situación que representa la repetición de productos en la industria del entretenimiento; de tratar de localizar “respuestas” en “contenidos” los cuales son planeados con antelación con objetivo de suministrar y mantener el ocio del individuo social (elemental para la persona absorbida por su ocupación y en general por sus tareas diarias), obedeciendo a fórmulas usadas desde hace unas décadas, cuando la globalización y el capitalismo aseguraron su vigencia, pero cuyas propuestas no comprenden un horizonte de progreso social o, y habría que agregar, debidamente **humano**.

Si en el cine las copias suelen llamarse *remakes*, en la música *covers*. Muchas veces se dice que hacer un *cover* de una canción es hacer un homenaje ya sea a la obra en sí o al propio artista que la escribió, o la interpretó (tal vez ambas), en otro momento esta justificación para producir algo que ya estaba hecho quizá hubiera sido más plausible. Hoy es suficiente con escuchar un poco la radio convencional, mirar algún canal de videos musicales o simplemente advertir algún

anuncio comercial para darnos cuenta que canciones están de moda, y cuando en dichos medios nos encontramos con una “nueva” versión de alguna canción de antaño (una que estuvo de moda hace tiempo y ahora vuelve a estarlo) las menos de las veces será sustancialmente distinta a la primera, siendo que el intérprete o músico actual ni honra ni se apropia de la pieza; lo que probablemente no le signifique culpa o preocupación alguna, pues la meta más bien es ponerle un nuevo rostro, posiblemente más atractivo, a la voz de la canción; y puede ser que se le agreguen algunos sintetizadores también. Tal parece ser que un *cover* es tener un comodín en la industria de la música y cuando se planea usarlo, la estrategia para producirlo y comercializarlo no difiere de la puesta en marcha para hacer que cualquier canción nueva entre en un listado de *hits*.

El libro *Cultura mainstream* de Frédéric Martel, contiene diversas entrevistas (realizadas por él) y anécdotas de empresarios y diferentes agentes culturales pertenecientes a variados sectores dedicados a la industria del entretenimiento. En uno de sus relatos rescata la historia de éxito de Berry Gordy, auxiliado de las memorias escritas por éste, fundador de la disquera Motown Records:

Lo que quiere Berry Gordy no es estar a la cabeza de las ventas de jazz o en el *top* de los *race records charts*, que es el reducto de la música negra; él quiere estar en lo más alto del Top 100 e incluso del Top 10. Como negro, no quiere ser líder de la música negra; como negro, quiere ser líder de toda la música estadounidense. Y así fue como se convirtió en uno de los inventores de la *pop music*.

Ser *mainstream* es para Gordy pensar siempre en un público de masas [...] hay que tener un sonido Motown, lo cual pasa por efectos de similitud entre los grupos y una melodía que se pueda tararear, como si ya la hubieras oído [...] Preconiza utilizar siempre el presente en las canciones cortas, dando preferencia a los singles formateados de 2,45 minutos, para contar una historia simple, el gran amor o la búsqueda de la felicidad familiar. Obviamente, también se

sirve de chicas guapas o de niños negros porque parecen menos amenazadores para la clase media blanca, la de los barrios residenciales en expansión, que es el público al que quiere llegar. Cada semana, en la reunión de producción y de *marketing* de la discográfica, se vota la canción que merece ser comercializada en función de su capacidad para convertirse en *hit*. [...] Motown es una industria, una fábrica, la versión musical de las cadenas de montaje de Ford o de General Motors, también de la ciudad de Detroit. En una palabra, Berry Gordy no escribe canciones, escribe *hits* (Martel, 2010: 95).

Entonces, hablar de un *cover* (o *remake*), por definición nos lleva a pensar en una obra refrita, en la que el sartén es un monitor y los ingredientes agregados son los detalles morbosos que bien pueden ser, como diría Gerry (uno de los personajes de la película *Twisted Nerve* de Roy Boulting), en uno de sus primeros diálogos (poco después de los 20 minutos de la cinta) S y V; sexo y violencia (Cfr. Boulting, 1968), fórmula que no da pista de pasar de moda, pues cuando se desgasta sólo hay que explotarla y excedernos un poco más dirigiéndonos hacia lo “hiper”, ¿pero con qué fin?... La esencia del *cover* no se limita al suceso de versionar una canción o una película para introducirla al mercado (de nuevo), pues qué es una publicidad de botanas fritas o de bebidas alcohólicas, sino un *soft remake* de cualquier película pornográfica, la versión televisiva de la pornografía convencional ofrecida a un público masivo que, en un terreno más íntimo e individual, ve pornografía mientras bien puede (¿por qué no?) consumir esas papas fritas y esa cerveza que le son anunciadas una y otra vez.

Una de las cosas destacables a tomar en cuenta es que como sociedad de consumo estamos tomando el rol de receptores satisfechos respecto a los mensajes que el entretenimiento emite. Este evento puede devenir en eventos que si bien para algunos todavía no representan un apuro como tales, habrá que tomar medidas

cuidadasas en cuanto a nuestro modo de consumo se trate, o por lo menos estar a la expectativa del surgimiento de una amplia conciencia a la hora de la adquisición de objetos y recepción de ideas, de las cuales la industria se vale para efectuar sus metas. Tal premisa cobra sentido a la hora de meditar entonces, lo que veníamos hablando acerca del uso de un modelo o fórmula predeterminada para la realización de productos culturales, como lo son la música y el cine. Para ejemplo cabe mencionar el planteamiento que el músico Patrick Metzger expuso recientemente acerca del empleo de una melodía que se repite prácticamente en todos los *hits* pop (abreviatura del término “popular” más por ser relativo a la fama que por hacer referencia a un pueblo), que consiste en combinar lógicamente la quinta y la tercera nota de una escala mayor, en otras palabras, asistidos por nuestro alfabeto se trata de cantar el fonema “oh” primero y luego agregarle el esquema “wa-oh, wa oh”, melodía que se puede encontrar en las canciones, *California Gurls*, interpretada por los estadounidenses Katy Perry y Snoop Dogg, a partir del minuto 0:51, o en el tema *Use Somebody* de la banda Kings Of Leon, también norteamericana, después del minuto 1:28, por mencionar algunos casos (Cfr. El País, 2016).

El hecho de que la música que hay ahora (capturada en una grabación o tocada en directo) no sea siempre ejecutada por una orquesta o por músicos de cámara, no quiere decir que no haya creaciones actuales que muchos consideren arte o por lo menos virtuosas, en el sentido de lograr expresar emociones, tanto del artista como de quien la escucha, pero tiene algo de razón también el decir que en la demanda y en el consumo de ciertos estilos musicales, hay una solicitud de lo que una mayoría quiere oír e integrar como banda sonora para su día a día; lo que de alguna forma semejante refleja una educación musical en nuestra vida, que sucede a raíz de aquellas canciones que desde temprana edad nos han acompañado, de las que hemos descubierto con el tiempo, y de otras que seguramente entraron a nuestro *playlist* por influencia de alguien más. Es importante destacar este pensamiento acerca de la mayoría porque expresiones como lo son la música nos dan oportunidad de describir a una sociedad en un tiempo determinado. Hace no mucho tiempo, alrededor de 2 años, el sitio de internet LifeBoxset público una nota en la que informaba que el quinto álbum de estudio de la cantante Taylor Swift, *1989*,

estaba a punto de convertirse en el más vendido de los últimos 10 años; a pesar de que LifeBoxset no es un medio de prensa muy serio, llama la atención una de las reflexiones que, aunque probablemente incidental (al no imaginarse el verdadero conflicto de la cuestión) y no tan bien redactada, hace acerca de lo que esto pudiera representar, el que escribe en la nota dice:

1989 de Taylor Swift está en camino a convertirse el disco más vendido desde *The Eminem Show* de Eminem de 2002 y eso es alarmante. No porque sea sorpresa que el pop genere ventas o que el disco de Taylor Swift sea bueno o no, sino porque si en más de 10 años esto es lo más emocionante que le ha pasado a la música estamos en serios problemas. ¿De verdad este disco es lo más grande que le pasó al mundo de la música en 10 años? ¿Qué podemos esperar de los 10 que siguen?

Nos guste o no la música necesita ser un negocio rentable. Si Taylor Swift es lo único que apunta a generar negocio la industria discográfica, de entretenimiento en vivo y todas las que rodean a la música se van a esmerar en crear otro artista igual y si no pueden en exprimir más al que ya tienen (LifeBoxset, 2014).

Aunque nuestra etapa ya no es exactamente la que necesite que una pieza sea plasmada en escritura para conservarla, como en tiempos de Vivaldi o Mozart (y anteriores), pues hay más medios para conservar su posteridad, la música todavía creada sigue hablando de una identidad (o por lo menos de una búsqueda de ella), que aunque muchas veces creamos individual es más bien social. Así como cuando nos hablan de los años 50, nos viene a la mente el rock and roll, o de los 80 una explosión pop (que dejó grandes secuelas), habrá que repensar si queremos que generaciones futuras nos recuerden con la música (el cine, etc.) que estamos fomentando con nuestro consumo hoy; si en serio queremos que el esquema “wa-

oh, wa oh” sea un rasgo fuertemente característico de nuestra era. Sobre todo porque la música, siendo o debiendo ser una expresión artística, es muestra de nuestra **humanidad** y es apropiado hacerle justicia así, como prueba de la autenticidad que como sujetos de una sociedad, nos gusta decir que poseemos.

De este modo, la problemática relacionada con el arte que se usa para entretener va más allá de las ganancias monetarias que acumulen las empresas dedicadas a la industria, tratándose además de la subversión de expresiones que en su “deber ser” denotan nuestra capacidad de sentir, las habilidades psicomotrices que podemos llegar a desarrollar, la aptitud para entender y emplear más de un lenguaje complejo, y no menos importante, una identidad que es reflejo del contexto que nos rodea, responsable de suscitar nuestras aspiraciones como sujetos con intereses personales que al mismo tiempo conviven y comparten características con círculos formados por diversos grupos de sujetos también. Si la realidad ya no es tan real hablamos de una pérdida, en el sentido de no saber quiénes somos, que contribuye a la fragmentación de la sociedad. Martel da un buen ejemplo del **vértigo** que hay **en la realidad** por medio de estas palabras:

«La fuerza de Juanes, Shakira, Ricky Martin o Jennifer López es que son artistas estadounidenses con un *spanish flavor*, un perfume latino», me explica el crítico Diego Lerer, del gran periódico *Clarín* de Buenos Aires. «Este pop latinizado y americanizado ha reducido el espacio latino», lamenta por su parte el productor Daniel Grinbank cuando hablo con él en la sede central de su compañía en el barrio de Palermo de Buenos Aires. Grinbank es hoy uno de los principales organizadores de conciertos de América Latina: organizó el concierto gratuito de los Rolling Stones en Copacabana (Río) y montó las once actuaciones de Madonna en América del Sur. Prosigue: «Los artistas son colombianos, cubanos o mexicanos, pero viven en Estados Unidos. La señal “latina” emite desde Miami,

y el público la recibe en México y en Brasil. Esto es hoy la música latina, y es estadounidense» (Martel, 2010: 245).

Es la imagen destruyendo su contenido, lo “latino” acabando con lo latino, no lo esconde, lo anula, y ahora esa es la “realidad”. En este caso, como integrantes de América Latina nos “une” algo que no es latino verdaderamente, sólo por fuera; estas situaciones merecen especial atención pues como ya mencionábamos son producto de fórmulas comerciales que se vienen llevando a cabo desde hace no poco tiempo, lo que quiere decir que por años, ya décadas, hemos estado consumiendo lo mismo, solamente con detalles agregados o restados (**metaconsumo**). Estamos consumiendo signos y objetos que deberían ser algo más pero que no lo son, que sólo son un supuesto de lo que en la realidad eran.

6.2.4) Caso 4: Tecnología

Hasta aquí, con respecto a la tecnología, abordamos lo posmodernos que pueden llegar a ser ciertos fenómenos donde ésta se encuentra inmersa. En un tiempo en el cual “el lápiz o la pluma no responden a la velocidad del teclado y son instrumentos incómodos o primitivos” (Antolines, 2010: 214), los productos audiovisuales son un caso particular por la manera en que se reproducen y nosotros los consumimos; acontecimiento que resulta fiel portador de lo **pornoestéreo**.

Hablar de la tecnología es hablar de la técnica, y de las repercusiones de ésta en la sociedad, pues:

La concepción del tiempo, la vivencia del espacio, la percepción de una causalidad, son modalidades de ser que se han visto modificadas en sus bases mismas a raíz de las transformaciones incorporadas por las tecnologías de la información y la comunicación (Shultz en Cabra, 2011: 89).

Antes de pasar con otros medios audiovisuales, abordemos un poco más a éstos de los que ya hablábamos (cine y música), pues eventualmente darán pie a tratar con otras situaciones donde la tecnología se ha hecho presente también; quizá con mayor fuerza.

Anteriormente expresamos lo estéreo como una técnica por la cual podíamos escuchar varias grabaciones de audio, mezcladas de tal forma que mediante diferentes tipos de bocinas se nos permitiera oír distintos detalles sonoros; desenlace que si bien es atractivo, no es real, es **virtual** o **hiperreal**; y que no sólo se limita al plano de lo sonoro. El espacio digital, por ejemplo,

en extremo individualizado, ha reducido todas las oposiciones filosóficas a las que nos ofrecen el botón izquierdo o el derecho de nuestro *ratón*. Todo se nos ofrece al alcance de un golpecito de nuestro dedo índice sobre la superficie *touch* de la piel metálica de esta nueva y seductora tecnología. El televisor se ha integrado al ordenador y en esta vida en *alta definición* podemos almacenar en un pequeño iPod mucha más música de la que podríamos escuchar en toda nuestra vida. Nos hemos convertido en emisores, receptores, productores, consumidores, destinadores, destinatarios y todo, todo este prodigio en tiempo real. Nunca antes habíamos conocido el *tiempo real*, sólo ahora sabemos que vivíamos en diferido (Antolines, 2010: 210).

Algo muy similar ocurre también en el cine. La historia de éste ha sido caracterizada por un proceso en el que la mano de la tecnología ha ocupado un lugar destacable para “mejorarlo”,

Desde siempre, la cinematografía ha intentado crear formatos de imagen y sonido que hicieran creer al espectador que se encontraba formando parte de la escena. De este intento han surgido tecnologías como el Cinemascope o el más moderno Omnimax, así como sistemas de sonido del tipo Dolby Surround (Rivera, Olguín, Hernández, 2006: 11).

Tal vez el más notable paso en un principio fue el paso del cine mudo a uno con sonido, hecho que repercutió también en el desarrollo de las historias filmadas y en el modo en que éstas eran contadas. Ese avance plasmó el paso de un medio que se consumía de una forma en la que éste se reconocía ajeno (hecho que también tomó tiempo) y no trataba de sustituir a la realidad, había cumplido su objetivo hacer del cine un arte audiovisual. Desde entonces, y más fuertemente en nuestros días, se ha manifestado una preocupación inquietante por aumentar la “calidad” de estos medios (visuales y sonoros), mientras que los argumentos y personajes de las historias no cambian mucho (se reciclan). Parece ser que lo principal no es tanto el guion de la historia sino el uso de instrumentos, y lo que ellos pueden hacer al relatárnoslo, o sea, la forma en la que alteran la realidad a tal punto de anularla en vez de coexistir con ella; entonces el sentido de ésta y el referente se pierden; el resultado ocurre como

un circuito entre el espectador y el filme [...] formado en el *feedback* entre estímulos sensoriales y cuerpos orgánicos. Logran modelar así un único sujeto maquínico que no es ni la proyección fílmica ni el espectador, sino el conjunto de circuitos entre ambos (Deleuze en Gómez, 2012: 357).

Desarrollos que presentó el cine, como el de pasar del 3D al 4DX posiblemente no fueron muy alborotadores porque fueron vistos como algo que, aunque portadores

de considerables progresos técnicos (no sólo audiovisuales), naturalmente tendrían que pasar. La pregunta del ¿por qué o para qué estos “progresos”?, surge de nuevo, y no sólo en medios como el cine o en la industria musical que vende discos, sino que también aplica para, por ejemplo, shows musicales en directo, de cualquier índole, pues ¿qué tan real es decir que se toca música en vivo, cuando se usa una computadora y se programan ciertas pistas de audio a sonar en un “concierto”?, ¿es fiel a lo real tocar una guitarra cuando se le agregan diversos efectos?, interrogaciones análogas a plantear si una fotografía muestra la realidad cuando se le agregan un sinnúmero de filtros. Podemos decir que estas herramientas que la tecnología nos permite utilizar, son **simulacros** que enmascaran, esconden y borran realidades; tomando en cuenta que

el término *simulación* o *simulacro* se usa generalmente para designar una cierta irrealidad o, por lo menos, una falsa realidad [...] y que la simulación es la forma en que experimentamos los mundos virtuales, el asunto de la simulación se hace más complejo que un mero falseamiento de la realidad (Cabra, 2011: 88).

Hemos hecho énfasis en el audio y la imagen, para después pasar a una técnica que combina ambas, el cine. Este a pesar de todas las innovaciones que rápidamente ha presentado, y que lo han convertido en un “sustituto” de lo real, no es la forma más recia de **simulacro** (en este punto podríamos permitirnos decir que para poder medir cuan alejado está un simulacro de la realidad, usamos una especie de escala en la que el “sustituto” se encuentra a mayor distancia cuando está más cerca de la realidad **virtual**), hay una que ya lleva un notable tiempo de estar y de ser empleada por nosotros, y que en una escalera vendría a hallarse en uno o varios escalones superiores a comparación de la cinematografía, los videojuegos. Sebastián Gómez Urra, en su artículo *TECNO-BÍOS: Una aproximación biopolítica a la relación cuerpo-máquina en el contexto cibercultural contemporáneo*, escribe que:

Los videojuegos aún son el mejor ejemplo de cómo se da ese enlace en la actualidad entre cuerpo y máquina

[...]

Entornos diegéticos que lograrán una sensación de inmersión en el espectador / jugador que el cine nunca pudo siquiera llegar a soñar. Hoy, la historia de un videojuego puede llegar a durar más de cien horas, o continuar indefinidamente, como es el caso de los *Massively Multiplayer Online Games* (MMOG) (Gómez, 2012: 356).

Esta relación cuerpo-máquina que aborda Gómez, es importante para nuestro estudio ya que nos habla de una combinación de dos partes, una que consideramos (o considerábamos) real y una que ha trascendido de ser un mero instrumento a ser una parte, muchas veces indispensable, del humano. Ya no podemos pasar por alto el hablar de la primera parte sin hablar de la segunda:

Es en este momento cuando vale preguntarse por la dimensión estética que aparece en la constitución de un cuerpo en permanente conexión con máquinas que le sirven de canal hacia un mundo digitalizado. Los cuerpos, en este caudal de canales informativos, son contruidos por la técnica del mismo modo en que se crean las máquinas, pero tal afirmación no parece constituir su homogeneización: sigue existiendo la carne y sigue lo inorgánico sin inmiscuirse completamente en lo orgánico. Tampoco se puede aseverar un distanciamiento entre ellos por el simple hecho de que las técnicas que posibilitan esta manufactura pertenezcan, discursivamente, a disciplinas diferentes. Ambos, en nuestra época, son contruidos en base a la posibilidad de su relación, a pesar de que unos sean pensados en la industria cultural y otros en la ingeniería. Ya no parece ser factible hablar de cuerpos sin hablar de

máquinas, ni hablar de máquinas sin hablar de cómo ellas se insertan en la sociedad.

[...]

¿Cómo es, entonces, la vida para este cuerpo que no se entiende sin su conexión a la máquina informativa? ¿Dónde queda la carnalidad del cuerpo en esta aparente anestesia de los artefactos tecnológicos? [...] Un cuerpo que, a pesar de todo lo que pudiera pensarse, todavía acarrea sangre por sus venas [...] por cuánto tiempo más?» (Gómez, 2012: 347).

Y es que los videojuegos debido a esta particular manera de convivir y hacer interactuar al jugador, nos dan una mejor ilustración de la virtualidad que otros medios antecesores no tenían; éstos cuentan con la parte emocional, como cuando un espectador se siente valeroso al acabar de ver un filme que haya incluido algún personaje heroico, con la inspiración suficiente como para pretender resolver algún conflicto similar al que se mostrara en dicha cinta. Sin embargo, el videojuego no se queda hasta esa parte intangible, pues de la mano de la mercadotecnia logra penetrar en la vida, que se supone real del *gamer*, pero que deja de serlo al hacer el contacto con la tecnología y con lo que surge a partir de ella como producto, es decir, las mercancías que se producen y reproducen una vez que aparte de haber servido el videojuego como experiencia, se ha tornado además, en un fenómeno cultural; esto sin mencionar la inmersión física que se ha logrado debido al distanciamiento de los clásicos controladores de videojuego, como el *joystick*, para dar paso a la interfaz natural de usuario, donde se ocupan más partes del cuerpo en lugar de solamente usar manos y dedos (Cfr. Zambrano y Acosta, 2006: 175), o el gran acercamiento a la realidad virtual con ayuda de artefactos como el HMD (*head-mounted display*), que en forma de casco o gafas nos permite transportarnos por medio de nuestros ojos a un panorama inmaterial y participar en él. Algo así como el cine 4DX pero en un siguiente nivel, aumentado por la implicación profunda del jugador; situación que tal vez requiera colocar un “5” en su nombre cuando el

cine también se haya alejado más de la realidad (creyendo, o haciendo creer, que se acercaba), cuando quizá ya se necesite de alguna prótesis para completar la experiencia de “ver” la película; esto no significa que necesariamente se traten de implantes fijos, pues podrían ser como las dentaduras postizas, que se quitan y se ponen, pero que no por eso dejan de ser un **simulacro** con respecto a la verdad, piezas de acrílico que aparentan ser dientes pero que no lo son, que incluso cumplen la función masticatoria, además de la estética, pero que no tienen nervios ni se pueden cariar... que nos podemos quitar pero preferimos traer puestos.

Estas inmersiones nos remiten a una convivencia del humano con la máquina, que aparenta exagerado atreverse a decir que se trata de una combinación o del fin último (¿extremo?) de la tecnología (la cual fue creada por el hombre), lo que sí parece ser un hecho es que en la relación del cuerpo humano con la máquina, los límites se desdibujan, sin necesariamente tener que hablar de intervenciones quirúrgicas (aún); que sí aluden a una mezcla.

No pocas personas prefieren resolver sus tareas con el auxilio de una máquina, generalmente porque así se dedica menos tiempo a la labor y el esfuerzo aplicado es menor, tratándose así de una situación más cómoda de la que sería si no existiera ese eficaz artificio. Pero si se considera necesaria su intervención, sea cual sea la acción a efectuar, quizá estemos aceptando que nuestro cuerpo se ha vuelto obsoleto en varias acepciones. Damos lugar a que el objeto tecnológico desplace nuestro cuerpo, en el sentido de que éste resulta tener un mejor desempeño, constantemente orientado en un modelo de producción en el cual, decíamos, se emplea menos tiempo y se realiza más. De modo similar, acciones como trasladarse de un sitio a otro o lavar, se han tornado distintas; incluso para algunos podrían verse como experiencias de recreación una vez que se consigue la máquina “necesaria”. Sabemos que para que una máquina funcione hay que darle una orden, o sea que, si a la lavadora no se le mete ropa y se le aprietan botones no ejecutará la tarea esperada, esto puede ser visto como un hecho que nos recuerda que tenemos un control sobre el objeto pero también podría contemplarse como la entrega de un poco de poder a la máquina para que haga cosas de las que nosotros

éramos capaces, y de que si aceptamos que ésta las hace mejor, conseguiríamos también reconocer una inferioridad en nosotros con respecto al artefacto. La función de la máquina puede entenderse como un servicio pero sería importante no olvidar que el hecho de que hagamos el ritual adecuado antes de lavar, por ejemplo, introducir la ropa o separarla por colores, nos indica cierto control de la máquina sobre nosotros; como con el calendario perpetuo, servimos al objeto. Apretar los botones es también manifestación de un acuerdo en el que nos mostramos conformes en coexistir con la máquina.

A pesar de que podamos advertir que hemos perdido el control, aunque sea en parte, los “progresos” tecnológicos continúan su camino hacia delante y no parece ser que se vayan a detener; ¿por qué? En su artículo *Psicosociogénesis de la técnica*, Carlos Soldevilla nos ofrece una posible respuesta que nos podría ayudar a comprender mejor el conflicto:

El último paso, pues, dado por la pulsión de apoderamiento, tras las experiencias de musculación y toma de objeto transicional, será la de escoger otro objeto fetiche que posibilite una vivencia de completud más evolucionada. Este es el momento en que la pulsión de dominio queda fijada a un fetiche (fálico) cuyo culmen será el objeto técnico, que como artefacto fálico posibilitará una experiencia de completud colmadora, a través del potencial de dominio y agresión sobre el semejante.

Posicionamiento narcisista perverso del prototecnólogo, que siempre diseña su objeto de poder (fetiche fálico) con la pretensión de lograr dos propósitos muy en línea con el narcisismo perverso: diseñar un objeto de poder frente a un semejante que se percibe alucinatoriamente como enemigo; mientras que simultáneamente constituye un vínculo de especial complicidad con el futuro usuario y admirador de sus creaciones, que incrementan la potencia y el dominio.

Por esa razón el narcisismo perverso no se contenta con la invención de una determinada técnica militar, ni con su posterior rentabilización política y económica, sino que tiene que innovarla y publicitarla permanentemente, para así estimular la avidez de nuevos objetos de completud, mientras hace girar las miradas y los deseos de todos en torno a sus conquistas, primero bélicas y más tarde generalizadas para el consumo civil (productivas, informativas y comunicativas). Esto es, necesita no sólo divulgar sus inventos, sino que además es fundamental que los exhiba en clave de espectáculo (Soldevilla: 2001: 9-10)².

En estas palabras del autor encontramos una posible respuesta del por qué del desarrollo tecnológico sin freno, además de la relación de ésta con una sociedad. Esta respuesta nos traslada un plano individual de la persona, donde los miembros, de la sociedad, son tomados en cuenta sólo para competir con ellos.

Parece evidente que los párrafos de Soldevilla tienen un enfoque mayormente psicológico, sin embargo no deja de ser interesante considerar lo que escribe como un posible acierto que nos permita asimilar de una forma más clara los temas que estamos tratando, en este caso particular, la tecnología. Probablemente la parte más polémica de su exposición es la relación con la **violencia**, la cual él indica como un rasgo arraigado al ser humano desde que nace, como un pecado original.

Lejos de la ingenua interpretación de que la innovación tecnológica es en sí misma positiva y que sus efectos sólo dependen del uso que se haga de ella, quizá ahora procede replantear las siguientes cuestiones. ¿Cuál es la función básica del objeto técnico, mejorar el

² En este apartado, y en el siguiente, se puede considerar que hay algunas citas textuales extensas, sin embargo, la aparición de éstas se considera enriquecedora para la descripción de los casos y necesarias para la lectura de la tesis; de cualquier modo se procuró que, en su mayoría, las citas no excedieran los 3 párrafos.

confort y la habitabilidad de la condición humana, o esta interpretación simple y funcional oculta otra, cuyo trasfondo es psicológico, motivacional e inconsciente?. ¿Qué es el objeto-técnico, en su origen, sino un fetiche de poder?. Siguiendo la estela de la teorización freudiana, la hipótesis genética que aquí se plantea para entender y dar respuesta a estos interrogantes, es que existe un supuesto onto-psicológico, denominado pulsión narcisista perversa, que es la base motivacional para el desarrollo del (proto)objeto-técnico, entendido como sublimado instrumento para el control, la lucha y la depredación.

Depredación, en principio imperiosa, en orden a mantener la pirámide de la cadena alimentaria y el ecosistema, contribuyendo a garantizar el equilibrio biofísico indispensable. Hasta aquí, nada que objetar. Ahora bien, el ser humano que irrumpe en la cadena evolutiva es un ser prematuro biológica y psíquicamente, a la par que físicamente indefenso durante el extenso periodo de tiempo de su infancia y parte de su adolescencia. Carece de la fuerza de otros mamíferos, no corre, ni salta, ni posee dotes para el camuflaje, pero sin embargo tiene capacidad para pensar, para distanciarse y, por tanto, para crear instrumentos de agresión y poder atacar a distancia.

Esta capacidad de mediación violenta, destinada en un principio a la lucha por la supervivencia, es quizá el inicial factor que incentivó la constitución del protoobjeto técnico. Capacidad de mediación agresiva que, según J. Bergeret (1984.1995), se nutre de una motivación que este autor denomina "violencia fundamental", génesis, marco y evolución de la violencia innata, común a todos los seres humanos y germen motivacional de lo que va a ser más tarde, una vez sublimada, el objeto técnico (Soldevilla: 2001: 10-11).

En un principio Soldevilla no atribuye tanto a la sociedad la culpa de que el sujeto se corrompa, de hecho, si nos movemos por esta vía del autor, tal suceso no se presentaría así, ya que el individuo nace con la característica violenta, de manera que no se corrompería. Si la violencia es innata al individuo podríamos decir que es humana también, razón que nos hace tomar en cuenta a lo “**humano**” desde otro punto de vista, donde no tiene lugar únicamente la virtud. Lo que sí aparenta ser más adquirido conforme al desarrollo del hombre en sociedad, y tal vez al desarrollo también de la pulsión narcisista perversa a la que hace referencia Soldevilla, es la tendencia a mostrar y espectacularizar los objetos, tecnológicos en este caso, para manifestar poder, o por lo menos para pretender denotarlo, situación que parece ya haber sido tratada más de una vez en lo que hasta aquí se escribe como particular de la sociedad de consumo. Si bien entendemos que una respuesta como la citada no es absoluta y puede no ser suficiente para la resolución de la cuestión planteada (¿por qué la tecnología sigue un camino de “avance” que parece no tener fin, ni justificación más que la del mejoramiento del artefacto por sí mismo?), tampoco hay que dejarla de lado; sería importante entonces, buscar el modo de sostener que así como la violencia o la inclinación a agredir es algo **humano**, también cabe la posibilidad de que el reconocer y controlar dicho rasgo sea también una particularidad humana.

Sin embargo identificar con claridad las virtudes humanas es cada vez una tarea menos sencilla. Comenzando por la parte física, “¿cómo diferenciar, ahora, un cuerpo de una máquina?” (Gómez, 2012: 346), no es que hoy en día veamos a robots con cuerpos cuasi-humanos caminando por las calles, el término que parece adecuado abordar es el de ciborg. Raúl Cuadros define, con la ayuda de Donna Haraway, el término:

Cyborg es una palabra inventada por la NASA en 1960 y que significa: ser humano hipotético, constituido con miras a adaptarse a la vida de ambientes no terrestres mediante la sustitución de partes de su cuerpo por órganos artificiales (Haraway, 2005: 4). En la

Ciencia Ficción cyborg es todo ser híbrido entre ser orgánico y máquina (Cuadros, 2010: 328).

Si tomamos en cuenta que un híbrido ya es una mezcla, ¿cómo saber quién se ha mezclado con lo inorgánico y quién no?, no hace falta dirigirnos cual novela de ciencia ficción para hablar de **fenómenos extremos** (o quizá no hace falta hablar de fenómenos extremos para decir que hay algo de ciencia ficción en nuestro presente, que ya no es ficción precisamente). Si retomamos las definiciones anteriores del ciborg puede resultar normal que tal ser, se piense como mitad humano, mitad máquina, sin embargo no ha sido así,

al igual que la realidad virtual, el concepto de *cyborg* ya no es como se pensó en el imaginario posapocalíptico. El *cyborg* ya no está constituido por la intrusión de objetos externos al cuerpo. No hay partes reemplazadas. La biotecnología y la biomecánica hoy se limitan a solucionar problemas del organismo: errores, enfermedades. Las determinaciones biopolíticas alientan la sanidad del cuerpo, la mantención de la vida, por sobre su expansión y mejoramiento. Los proyectos transhumanistas que intentan incrementar las capacidades intelectuales y físicas del ser humano no forman parte del proyecto central de las ciencias biológicas o, mejor dicho, de las políticas empresario-gubernamentales. El miedo al descontrol, a la sobre-reacción inmunitaria, lleva a preferir mantener la vida como la conocemos antes que a intentar crear otra diferente (Gómez, 2012: 359-360).

Podemos ver una **liberación** de conocimiento en favor de la tecnología pero hasta cierto plano respecto al humano, acción que podríamos puntualizar como mejoría del cuerpo pero no de la mente (análoga a las relaciones: significante y significado,

o forma y fondo). Una búsqueda de **inmortalidad** del cuerpo donde el vivir por siempre es el peor de los destinos (Cfr. Baudrillard, 2002: 5), sólo que parecemos no estar consciente de ello. Soldevilla nos da una buena descripción de la situación, que además comprende el embeleso que sentimos al permanecer en contacto permanente con la tecnología:

Esta subjetividad creada por la auto-fascinación omnipotente se convierte en un delirio tecnomaniaco de rivalidad y competencia, pues, como bien ha mostrado R. Girard con su teoría del "deseo mimético" (1983), la técnica pone en acto la fascinación narcisista por el doble como significante de completud (suprema réplica narcisista del amor propio). Doble mimético destinado a satisfacer los omnipotentes anhelos de completud [...] Amputación que crea un doble siniestro, del que viene dando cuenta la literatura más lúcida que se abre con la modernidad, pero en contraposición con ella.

Doble mimético posibilitado por la tecnología, que viene a compensar el enorme sentimiento de inferioridad en el que está inmersa la actual personalidad, modelada y socializada por los dispositivos de adaptación, verdadero paradigma del actual prototipo de personalidad contemporánea: la personalidad vacía, proteica, impersonal, la cual queda epitomizada en el concepto de personalidad *light*. Condición de ser cualquiera, que se distingue precisamente por su vacío, indeterminación y enquistamiento personal, características de la novedosa personalidad de la pequeña burguesía ciberplanetaria, que niega toda identidad de linaje y pertenencia, salvo el de estar en la red.

Así, nos acercamos al diagnóstico de que estamos en la época del "nihilismo consumado", de las mónadas ególatras a la búsqueda rapaz de la maximización del lucro personal inmediato. Época en la que se cumplen cabalmente los más tenebrosos diagnósticos de M.

Weber sobre la automaticidad mecánica de una razón instrumental, devenida en megamáquina de la "petrificación mecanizada", regida por la nueva casta de los burócratas expertos (Soldevilla, 2001: 15-16).

Ya sea una lavadora o un celular, un automóvil o un robot, tratamos con máquinas (**gadgets** que pueden entrar, o no, en la categoría de **mínimos comunes múltiples**) en las que hallamos integridad. A la fecha sería muy complicado imaginarnos dentro de un mundo en el cual éstas no existieran.

Todavía no estamos en un contexto de coexistencia común con androides, por lo que no hablamos tampoco de una sustitución total de un humano, sin embargo basta tener en cuenta con que en este ya mundo de apariencias, es suficiente con que el autómeta aparente pensar, aún sabiendo que no lo hace en realidad (asumiendo que toda capacidad física del cuerpo humano es realizada también por la máquina); para la anulación basta con el simulacro.

Y si todavía sigue en nosotros la pregunta del ¿por qué apoyamos (consciente o inconscientemente) este desarrollo de la técnica al que no se le ve un final específico (pero que si lo tiene es uno en el cual no salimos tan beneficiados)?, una posible elección de respuesta, destacada entre otras, sería que: tal vez en la tecnología encontramos algo en que creer, es decir que, en un mundo sin grandes metanarrativas lo que acogemos como real (**vértigo de la realidad**) es algo materializado con forma humana que otras creencias no nos podían otorgar... que los extraterrestres, duendes y ángeles no nos podían dar; suceso que nos ofrece algo concreto de lo cual podemos sentirnos orgullosos.

Apartando el hecho de la deshumanización, algunos podrían percibir como adelantado el dictamen que declara que el devenir en ciborg sea algo absolutamente perjudicial; y si no es bueno ni malo entonces ¿cuál sería una recomendación apropiada para tal situación? Sebastián Gómez se auxilia de autores como Foucault o Deleuze, y propone sacar ventaja de la época

contemplando la posibilidad del ciborg como un objeto que dé pie a la insurrección en el mejor de los sentidos,

Donna Haraway, en su *Manifiesto Cyborg*, propone en plena proliferación del ciberpunk una imagen del *cyborg* como un agente político que incorpora en su propio cuerpo las luchas que los medios de producción capitalista imponen sobre él: «*Nuestros cuerpos, nosotras y nosotros mismos; los cuerpos son mapas de poder e identidad. Los cyborgs no son excepción. Un cyborg no es inocente; no nació en un jardín; no busca una identidad unitaria y así genera dualismos antagónicos sin fin (o hasta que el mundo llegue a su fin); dan por hecho la ironía*

[...]

La resistencia contemporánea está en la construcción maquínica de los cibercuerpos / *cyborgs*. Después de todo, el ciberpunk no es puro pesimismo. El lugar que le corresponde a los seguidores del ciberpunk será el de la fuerza de disidencia, de ahí el concepto de «*punk*». Los que se identifican con este movimiento serán los rechazados de la sociedad, las minorías que ven en la tecnología un medio mediante el cual revelarse. No tratan necesariamente de evitar este tipo de futuro, pues tal vez puedan encontrar una ventaja. Y, así, el tema de la fusión entre hombre y tecnología será recurrente: los *cyborgs* serán el posible futuro de la humanidad. Incluso, para algunos, aquel será el mejor futuro que pueda tener el ser humano, un mañana en el que las limitaciones del hombre serán superadas gracias a la manipulación técnica. El límite entre lo artificial y lo natural será cada vez más difuso y, como consecuencia, lo será también la división entre virtualidad y realidad, el mundo creado por las máquinas y el que habitan los humanos. El sobreviviente será quien logre moverse libre e indistintamente por

estos mundos o mejor aún, quien logre juntarlos

[...]

La realidad también se puede *hackear* si se comprende que las nuevas tecnologías son, en efecto, agentes materiales que modifican y son modificados por los cuerpos orgánicos con los que cohabitan y se conectan.

[...]

Las tecnologías biopolíticas permiten irrestrictivamente a los grupos que concentran el poder económico y político administrar las máquinas y los cuerpos de acuerdo a sus intereses, ya que el desarrollo técnico y la distribución de la tecnología son promovidos por los mismos organismos interesados. No obstante, es la misma arquitectura de las tecnologías que sustentan a la sociedad de control lo que permite, como dirán Negri y Hardt, una salida (Gómez, 2012: 360-365).

Tal vez el plantear la idea de obtener provecho de nuestra época sea complejo pues quizá sea un asunto no sólo de acción sino también de concepción del mundo, hay que estar conscientes (y dispuestos) para con los cambios que puedan representar beneficios; en palabras de Sebastián Gómez: “Si todo esto implica colocar un «post» antes del vocablo «humano», pues bienvenida sea la ola que borre el nombre del hombre una vez escrito en la arena” (Gómez, 2012: 366).

6.2.5) Caso 5: #Hipsters³

Si bien este último apartado se va a centrar en las personas que hoy por hoy podríamos calificar como *hipsters*, hay que decir que nos estamos involucrando con

³ El numeral (#) hace referencia al uso del signo para indicar etiquetas (*hashtags*) en redes sociales.

un término que no ha terminado por entenderse, a pesar de su ya algo añosa aparición, y que tal vez justamente la imprecisión sea el punto más fuerte de su esencia; característica que le permite incluir una gran cantidad de aspectos de la cultura en general y a la vez resistirse a la comprensión. Christian Fernández hace una reseña acerca del libro de Mark Greif, Christian Lorentzen y Jace Clayton; *¿Qué fue lo ‘Hipster’? Una investigación sociológica*, en la cual nos cuenta que dicho texto (que incluye escritos relacionados con un simposio cuya temática fue lo *hipster*) trata de aclarar un poco lo referente al término, aunque no logra conclusiones contundentes; sin embargo Fernández reconoce que no es labor fácil:

¿Es el *hipster* una imposición del capitalismo? ¿Es una consecuencia del impulso homogeneizador por la expansión de la sociedad de consumo? ¿Es, para algunos jóvenes y no tan jóvenes, un mecanismo de aserción de la distinción? ¿Realmente este fenómeno trasciende el estilo y la moda, o sólo es forma sobre fondo? Estas preguntas son lanzadas [...] y lamentablemente quedan sin ser respondidas en las páginas del libro (Fernández, 2013: 184-185).

Para tratar de concebir de mejor modo esta expresión es conveniente recurrir al ejemplo de lo que podría ser una persona *hipster*. Frédéric Martel en *Cultura Mainstream*, menciona la importancia de Pauline Kael (fallecida en 2001 y a la que le dedica gran parte de su séptimo capítulo) en el mundo del entretenimiento y la cultura estadounidense, que bien podemos nombrar como una cultura del entretenimiento/espectáculo. Es probable que muchos jóvenes, y no tan jóvenes, familiarizados con el medio correspondiente, se identifiquen con la descripción que el autor hace de ella:

La ruptura que Kael provoca en el juicio sobre las películas y, en un sentido más general, en la apreciación de la cultura popular es fundamental [...] es una crítica profundamente estadounidense, le gusta la naturaleza democrática del cine *made in USA*, su capacidad de entretener a las masas, su accesibilidad. Lo que odia sobre todo es el paternalismo de los críticos cultos y el academicismo de los universitarios que construyen teorías alambicadas para maquillar los gustos elitistas de su clase social. Aunque es judía, Woody Allen no es lo suyo; aunque es arriesgada en el amor, Antonioni va demasiado despacio para ella. Todo es una cuestión de velocidad: «No cabe duda de que muchos de nosotros reaccionamos ante una película en función de su tempo, y según si ese tempo corresponde o no al nuestro», escribe. Por eso Pauline se burla de la pretensión de las películas «independientes», con unas ambiciones estéticas limitadas pero con unos preceptos morales ilimitados.

[...]

no ama ciegamente todo el cine comercial, como tampoco se contenta con criticar únicamente el cine de arte y ensayo. No es una antiintelectual, contrariamente a lo que haya podido decirse; **es ante todo una independiente**⁴.

[...]

«Las películas europeas tienen una respetabilidad en este país que no es proporcional a sus méritos», replica Kael.

[...]

no es fácil desmontar a Kael, teniendo en cuenta la autonomía de sus juicios. Y las críticas contra ella, en el Estados Unidos *post-sixties*, pinchan en hueso. Es difícil denunciar su incultura: con una memoria

⁴ Aquí se resaltan las palabras porque representan un conector importante para lo que se escribe respecto al *indie* más adelante.

excepcional, es capaz de describir minuciosamente escenas enteras y ridiculizar al profesor más culto de los *film studies* gracias a sus conocimientos enciclopédicos, en una época en la que no existen ni IMDb ni Wikipedia [...] Pauline Kael puede hablar durante horas de Duke Ellington, de las *big bands* (de joven, formaba parte de una *jazz band* compuesta únicamente por chicas), de rock o de Aretha Franklin, a la que venera. «Me gusta la energía del pop, y es lo que muchas veces le falta a la música clásica», escribe. Al final de su vida, con más de 75 años, confiesa su pasión por el rap (Martel, 2010: 120-124).

Como nos deja ver Martel, Kael fue una persona que ganó la admiración de muchos, en especial de los que forman parte de los medios como profesión. Personaje prodigioso, sí, pero a la que también tanto como profesionales como seguidores de la industria del entretenimiento le podríamos reprochar varias cosas al leerla, incluso sentirnos ofendidos, pues hemos creado ya un fuerte vínculo emocional con aquello que consumimos para entretenernos. Pero tal como dice Martel, no es fácil desmontarla, ya que no fue solamente una crítica más, sino una estudiosa también de las artes y la filosofía, afecta de la mezcla de géneros, y portadora de mayúsculos conocimientos y habilidades que le valieron reconocimiento.

Uno de los asuntos más interesantes aquí es la propia profesión de Kael que formaría parte de lo que Bourdieu llamó: nuevos intermediarios culturales, encargada de acercar la producción artística a los consumidores. Como quinto rasgo posmoderno, Featherstone, menciona que la posmodernidad da origen a una estetización de la vida diaria, en la que el arte y las experiencias estéticas se transforman en los paradigmas fundamentales del conocimiento, la experiencia y el sentir del significado de la vida (Cfr. Featherstone, 1991: 204). Pero el arte ya no es un arte como se venía haciendo tiempo atrás, Kael es ejemplo de que en el área del entretenimiento, el arte que funciona es el cine y la música, y estos también son adaptados conforme nuestros días de consumo lo requieran.

Así como se ha visto un alejamiento de viejas tradiciones, creencias y propuestas del viejo continente, se ha notado también una presencia cada vez más notable de un arte que se plasma en canciones y películas de corte **pop** Hollywoodense, que son reproducidas mundialmente (en mayor o menor medida) y que son una ventana engañosa para la percepción de otros contextos. La Europa que se conoce en el continente americano se ha **inmortalizado** por medio de películas comerciales con historias de amor que pasan en Roma o París; algo así como lo que concebimos como latino y es estadounidense (no sólo con el entretenimiento, se puede notar hasta en la comida, tal es el caso de la gastronomía tex-mex).

Como todo tiene que tener algo de artístico o estético, tiene que haber también tendencias que respalden esta premisa. Es normal que alrededor del término *hipster* haya una enorme confusión para saber con certeza a lo que se refiere, lo que incluye y lo que no, porque como si fuera una tribu urbana, en ocasiones pareciera contar con una idiosincrasia que busca proteger aquellas cosas que le interesan, de los demás con gustos diferentes, pero que también siente la libertad de **personalizarse**, tomando aquello que le despierta atracción de esos otros; acción difusa que vuelve más compleja la tarea de enlistar los elementos que hacen que lo *hipster* sea *hipster*.

Vamos ahora a seguir especulando lo que *hipster* significa con la ayuda de lo *indie* (Horacio Espinosa dirá que lo que nosotros conocemos como “alternativo”, es la versión estadounidense de lo *indie* (Cfr. Espinosa, 2009: 324)), un movimiento que bien podría ser cualquiera de estas cosas: su equivalente, su recipiente, su contenido, o bien, uno de sus anhelos. El término *indie* nos remite rápidamente a la palabra “independiente”, una vez tomando en cuenta eso, habría que cuestionarnos ¿independencia en qué sentido? Si para los pertenecientes a lo *indie* (o lo *hipster*), la independencia es uno de sus anhelos ¿de quién se quieren independizar? Horacio Espinosa en su texto *¿La transgresión se consume? Un acercamiento a lo “indie” a través de imágenes*, menciona:

Tradicionalmente, las culturas juveniles han sido más bien conservadoras, opuestas al vaivén vertiginoso de la moda a través de controles estrictos en la apariencia y el consumo. La ostentación de UNA identidad y UN estilo ha sido productora del reverso de la moda: el *uniforme*. Lo que han ofrecido las culturas juveniles no era la búsqueda del *sí mismo*, sino el “cobijo” colectivo que otorga la pertenencia a una identidad “sólida” e “incorruptible”. De ahí su papel como “Resistencias” en contra de lo establecido.

El *indie*, por el contrario, más que otorgar, exige “personalidad”. Y no hay nada más incierto que la búsqueda de un “estilo propio”. La búsqueda del “sí mismo” a través del estilo exige riesgo, originalidad y apertura. Es paradójico, pero la búsqueda de la identidad implica el descentramiento de la propia identidad.

El dinamismo de lo *indie* y su carácter anticonformista genera una escena *fagocitaria* que resitúa lo que se encuentra relativamente “fuera del mercado”, para reposicionarlo en el centro del sistema de la moda.

Lo viejo y olvidado lo transforma en “*retro*”, rescata de la basura del mercado los desechos simbólicos para transformarlos en algo “*vintage*”, mezcla tradiciones y géneros para convertirlos en “*crossover*”. La industria cultural no tiene más que fijarse en sus músicos y músicas, diseñadores y diseñadoras, ilustradores e ilustradoras, y *fans*, para revitalizarse y mantener “bien aceitada” la maquinaria del consumo (Espinosa, 2009: 350-351).

A menos que la definición de “independencia” haya cambiado, podríamos decir hasta aquí, con la ayuda de Espinosa, que entonces ese plan de emancipación no está marchando debidamente en su aplicación. Así como el autor expresa que lo *indie* reclama una personalidad, sería oportuno escribir también que esta búsqueda

se desentiende del otro, en el sentido de que los demás solamente valen para revisar que es lo que tenemos que “mejorar” de nosotros, con la finalidad de obtener beneficios individuales; una manera de competencia en la que aquello que se toma del tercero no funciona para ocasionar una retroalimentación, sino una oportunidad para sacarle ventaja en un terreno donde todo aquel que no es un amigo es por tanto el enemigo.

Distintos movimientos contraculturales más viejos, desde el *hippismo* hasta el punk, aunque quizá no contaban con la mejor organización o con las ideas más brillantes, por ejemplo, sí se caracterizaban por el anhelo de un cambio en un contexto dentro del cual no lograban identificarse al no sentir el respaldo ni de lo político, ni de la sociedad en general. Es justo señalar que tal vez éstos no hacían mucho por conseguir ese cambio deseado pero es acertado decir que en cuanto a la búsqueda de una identidad dentro de un grupo, superan a los *hipsters*, que aunque puedan lograr su cometido de ser más individualmente que el otro, corren el riesgo de dar pie a un vacío de comunidad. El *hipster* independiente guarda

una concepción de la autenticidad mucho más individualista y sobre todo centrada en la idea de expresión del “sí mismo”. De ahí que en lo *indie* se valore sobre todo la “personalidad” del artista antes que su “coherencia” con un estilo.

[...]

el “*skin o cholo o dark verdadero*”, como tal, es tan solo una aspiración, una utopía identitaria, un “*nombre*” incompleto que está llamado a reafirmarse ritualmente, a pesar de que nadie llegue a ser “*lo suficientemente skin, o cholo, o dark*”.

Por el contrario, en lo *indie* aparentemente se utilizan estrategias estilísticas fundadas en “*prácticas resignificantes*” (Butler, 1993, p. 315) de la identidad, como es la mezcla de géneros contrapuestos [...] se trata, en suma, de un uso *performativo* de las imágenes,

donde estas últimas no intentan ser el reflejo de una identidad grupal preexistente (Espinosa, 2009: 342).

Querer no es poder, pues sería similar a decir que la teoría es lo mismo que la práctica, pero en el caso particular de los *hipsters* independientes, aquí este enunciado funciona aún menos. Las manifestaciones de las que comúnmente se sienten orgullosos (tanto ellos como otras personas) como la música, la tecnología, el cine o el arte en general con aspiraciones de transgredir, no parecen ser suficientes si se les ocupa nada más siendo un **simulacro**... sin embargo, hacen que un espíritu de evolución siga vivo, más o menos a manera del optimismo del que Baudrillard habla:

Mi tarea consiste en describir la situación. Pero no desde la desesperación, en absoluto. A mi juicio, las retóricas de la esperanza y la desesperanza son iguales, ninguna es más válida que la otra. Lo que hace falta es analizar lúcidamente lo que está ocurriendo y dejar de pensar que las posibilidades de darle la vuelta pueden proceder de los viejos valores que ya no tienen energía para subvertir el sistema. Es preciso ubicar la alternativa en estas fuerzas antagonistas, singulares. No hay que equivocarse de estrategia. A partir de esto, ¿qué debemos hacer? En todo caso, para nosotros los occidentales, los países desarrollados, el acontecimiento político procede del exterior. En Francia, por ejemplo, donde las elecciones presidenciales no son más que una farsa, el acontecimiento político procede de los jóvenes de los suburbios. Es evidente que aquí hay un antagonismo, un choque, que es irresoluble políticamente –la derecha y la izquierda se encuentran igualmente indefensas ante este problema–, lo cual demuestra que esta situación es completamente insólita y radical. De suerte que lo que amanezca en el horizonte será algo muy distinto de lo que ha habido hasta ahora,

algo no manejable, ni manipulable de forma ideológica. En definitiva [...] mi visión de las cosas no es en absoluto pesimista (Baudrillard en Pérez, 2006: 73).

Hay que revisar, así como nuestro autor apunta, de qué forma manejar convenientemente, y colectivamente hablando, las situaciones que puedan servir de punto de partida, tomando en cuenta que difícilmente llegaremos a algún lugar si nos encontramos estancados en una posición en la que la búsqueda de cubrir nuestras necesidades más altas de la pirámide, esté muy por encima de la inquietud que podamos advertir por las personas que se enfrentan a cubrir las más bajas, o sea, de practicar el **metaconsumo** por gusto o tendencia, cuando hay otros que no lo hacen por elección.

Veremos entonces que para el caso de los *hipsters* más actuales, y quizá un poco para el caso de Kael, uno de los problemas principales no es una completa ignorancia o descompromiso, ¿de qué se trata entonces? Se trata de aprovechar las ventajas de la era. El **vértigo de la realidad** que padecemos distorsiona los verdaderos problemas de la sociedad y nos hace olvidar que los logros más memorables de la humanidad han sido obra de un trabajo en conjunto. Muchas de las acciones actuales de los individuos si bien como cometido tienen alcanzar una mejoría, ese beneficio generalmente se queda en un espectro personal y no traza un camino propicio para todos; por lo menos no directamente. Separamos la basura y quedamos satisfechos con ello porque hemos hecho “lo correcto”, cuando no nos percatamos que más allá hay personas que por cubrir la necesidad más básica, se encargaran de revolver esos desechos, que nosotros ordenamos, en busca de comida.

Las ideas e inclinaciones que hoy guarda parte de la población del mundo con respecto a resolver diversos conflictos, no son del todo deslucidas pero tampoco alcanzan para la recuperación, o mejor dicho reconstrucción, de la autenticidad **humana** que reconocemos en los logros de otros tiempos, que aunque también pueden ser ejemplos de una gran explotación del otro, por lo menos en ellos, los

afectados eran conscientes del maltrato y del abuso por el que pasaban. ¿Necesitamos agresiones físicas para comprender mejor la situación que atravesamos ahora?, de hecho ya las hay, numerosas veces encuentran cabida por medio de nosotros mismos en esa búsqueda de ser alguien y estetizar todo, de querer disfrutarlo todo, bajo la influencia de aquellos que hacen funcionar a nuestra sociedad del consumo; manifestaciones físicas correspondientes, en extremo, más a un ciborg que a un humano. La ventaja de no vivir como en tiempos pasados es que considerablemente hay menos violencia directa de parte de regentes o de aquellos que se dedican al mercado (aunque no pocas veces sea complicado hallar la diferencia entre los dos), pero la inestabilidad y la incertidumbre de hoy tornan en una violencia latente al interior de las sociedades, la cual genera daños y contiendas entre los integrantes de un mismo estrato vulnerable; reflejo de un descompromiso social con nuestros iguales pero también de un contexto que no ha servido de apoyo para éstos, de los que probablemente formemos parte, y de los cuales nos queremos diferenciar. No resulta muy complejo comprender entonces porque los mayores detractores de la posmodernidad añoran un tiempo pasado y miran con desagrado lo que hoy pasa.

Entre todas las cosas que se han **liberado** hay signos concernientes a variados conocimientos, el fenómeno de lo *indie* o lo *hipster*, así como otros movimientos, muchas veces traen consigo ideas en potencia; de acuerdo al contexto se tendrían que revisar prioridades, tanto individuales como colectivas, para acordar que problemáticas nos atañen, lo que nos apunta a una toma de conciencia social y a un optimismo como el que, a pesar de ser un autor crítico, Baudrillard tenía.

7) Conclusión

Vivimos en una sociedad de consumo, en la que las necesidades y los deseos de las personas han cambiado y han hecho cambiar a las personas. Las necesidades más básicas para vivir, han pasado a un plano en el que para ser anheladas deben ofrecer experiencias especiales además de la que portan ordinariamente (comer ya no basta, ahora hay que hacerlo en un restaurante hecho de hielo). En la búsqueda de dichas excepcionalidades, se les dota de un gran número de detalles, tantos que no suelen manejarse con un orden específico más que el de la profusión, por lo que decimos que el significado de los objetos se pierde, quedando sólo el trasto, del cual se desconoce su uso; situación que lo convierte en *gadget*. Esta pérdida de sentido es consecuencia de lo inusitadas que son ya las grandes narrativas (científicas, políticas o religiosas) que dirigían la manera de pensar de las sociedades en épocas pasadas.

Aunque hay autores que no reconocen estos días como sucesivos a la modernidad, nosotros apostamos a favor de que hay ya un tiempo/movimiento posmoderno, el cual ha dejado ver la disfuncionalidad de la modernidad.

La posmodernidad está caracterizada por una profusión de significados que lleva a la incertidumbre y la confusión. En ella todo puede ser pop o *hipster*, todo puede ser cultural; y esa cultura se puede vender. Decimos que en la posmodernidad se viven experiencias virtuales a raíz de su falta de realidad que es causada, irónicamente, por haberles agregado más realidad; de modo que el resultado es un acontecimiento hiperreal.

Una de las principales razones por las cuales el individuo consume es por destacarse, por diferenciarse de los demás; lo que se relaciona con el hambre de poder que se esconde detrás del desarrollo de la técnica. Las mercancías adquiridas sirven entonces como argumentos que detentan dominio sobre aquellos que no las consiguen. La actividad de consumo requiere una inversión económica, sí, pero también de tiempo, por lo que el sujeto que se supone social, ocupa gran parte de

su vida atendiendo los respectivos asuntos que le permitirán ser partícipe de esta competencia.

El ensimismamiento que se produce en la contienda no se preocupa por el pasado y poco le importa el futuro, por lo menos en una perspectiva social. El individuo vela por sus propios intereses... por estar al día respecto a la ropa que se pone, la tecnología que usa, las películas que ve y la música que escucha; de no perderse esas novedades transitorias, modas que duran un día y al otro se olvidan (pero que se pueden rescatar más adelante como algo *retro* dentro de una cultura pop).

Pareciera que en esta persecución que hace el individuo por ser alguien, se está cada vez más dispuesto a llegar a rincones insospechados para conseguir dicho cometido. Éste es quizá el elemento sorpresa de lo posmoderno, asunto que puede ir más allá incluso de este periodo que intentamos describir; de tal forma que el fenómeno extremo no necesariamente se tendría que reconocer como posmoderno, en el sentido de que puede superar a la época, aludiendo a otra. Un periodo subsecuente en el que tal fenómeno insinúe rebelión o contraposición, aun ocurriendo en una etapa anterior (de modo similar a la aparición de movimientos como el dadaísmo en tiempos modernos). Otra manera de ver este suceso es sugiriendo que el fenómeno extremo forma parte de la posmodernidad pero en un punto avanzado de la época (como una faceta tardía de ésta), así como algunos autores contemplan a lo posmoderno como una fase tardía de la modernidad.

No son pocas las visiones que las ciencias sociales han presentado respecto a los temas tratados aquí. Existen distintas propuestas y opiniones acerca de los acontecimientos que tienen lugar en la actualidad (en esta actualidad posmoderna), incluso los nombres que se emplean para apelar a diferentes circunstancias cambian dependiendo del ojo que observe el conflicto.

En este texto no se pretende tanto dar un plan acerca de las acciones que se deben tomar para encontrar las soluciones a los problemas de la época, como exponer una descripción pertinente de ella y estimular la reflexión de nuestro estilo de vida,

ya que pensamos que la maniobra requiere primero una estrategia que comprenda bien el campo en el que pretendería efectuarse. La táctica podría implicar el retomar algunas de las propuestas de los autores menos detractores de lo posmoderno (que probablemente sólo necesitaban vivir un poco más o haber nacido unos años después para cambiar algunas de sus opiniones), una vez que también hemos revisado las de los que se le resisten, sacar provecho de la capacidad que nuestro albedrío nos concede y establecer entonces prioridades que nos permitan advertir que conflictos son los más urgentes de resolver, tomando en primer lugar los intereses sociales; suponiendo que hemos ya solventado nuestras necesidades básicas (esas que están en los niveles más bajos de la pirámide). No proponemos el plan de acción último, no obstante nos atrevemos a decir que el primer paso es reconocer los recursos con los que podemos contar para llevarlo a cabo y así lograr ver que si todos somos consumidores, tal vez nuestro consuelo sea que en un futuro aprendamos a consumir mejor (Cfr. Fernández, 2013: 186).

Referencias

Bibliografía:

Baudrillard, J. (1979) *Crítica de la economía política del signo*. Ciudad de México, México: Siglo XXI Editores.

Baudrillard, J. (1978) *Cultura y simulacro*. Barcelona, España: Editorial Kairós.

Baudrillard, J. (1981) *De la seducción*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.

Baudrillard, J. (2002) *La ilusión vital*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.

Baudrillard, J. (1998) *La ilusión y la desilusión estéticas*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editores Latinoamericana.

Baudrillard, J. (2009) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores.

Bringas Hidalgo, A. (2010) *Psicología (Una ciencia con sentido humano)*. Estado de México, México: Editorial Esfinge.

Danto, A. (2002) *La Transfiguración del Lugar Común*. Barcelona, España: Editorial Paidós.

de Sade, M. (2009) *Autores Selectos, Márques de Sade: Justina, Filosofía del tocador, Julieta, 120 días en Sodoma*. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Tomo.

Douglas, M. Isherwood, B. (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. Ciudad de México, México: Editorial Grijalbo.

Featherstone, M. (1991) *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu editores.

Martel, F. (2010) *Cultura mainstream*. Madrid, España: Santillana Ediciones Generales.

Yehya, N. (2012) *Pornografía. Obsesión sexual y tecnológica*. Ciudad de México, México: Tusquets Editores México.

Hemerografía:

Antolines, R. (2010). *La casa de Pandora. Apuntes necesarios para vivir el simulacro de la segunda vida, en una u otra realidad*. *Fermentum: Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, mayo-agosto.

- Arranz Esteban, V. (2011). *El papel del sonido audiovisual en el discurso cinematográfico posmoderno*. La comunicación pública, secuestrada por el mercado, sin mes.
- Cabra, N. A. (2011). *ENTRE EL FANTASMA, EL AVATAR Y OTRAS MUTACIONES DE LA IMAGEN*. Nómadas (Col), octubre-sin mes.
- Celis, C. (2007). *Necro-lógicas. A propósito de Baudrillard*. Íconos: Revista de Ciencias Sociales, septiembre-diciembre.
- Cuadros Contreras, R. (2010). *Ontología y epistemología cyborg: representaciones emergentes del vínculo orgánico entre el hombre y la naturaleza*. Revista CS, julio-diciembre.
- Espinosa Zepeda, H. (2009). *¿La transgresión se consume? Un acercamiento a lo 'indie' a través de imágenes*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, julio-diciembre.
- Fernández Huerta, C. (2013). *¿Qué fue 'lo Hipster'? Una investigación sociológica*. Mark Greif (ed.) Alpha Decay, Barcelona, 2011. Culturales, enero-junio.
- Garduño Oropeza, G., Stingl, R. (2017) Relato y lenguaje. *Hacia una base para la crítica del consumo*. Revista Doxa Digital, enero-junio.
- Gómez Urra, S. (2012). *TECNO-BÍOS: Una aproximación biopolítica a la relación cuerpo-máquina en el contexto cibercultural contemporáneo*. Aisthesis, diciembre.
- Pérez Colina, M. (2006). *Baudrillard vs. Baudrillard*. Minerva: Revista del Círculo de Bellas Artes, enero-junio.
- Rampérez Alcolea, F. (2009). *De la obscenidad, o bien olvidar a Baudrillard*. Escritura e imagen, enero-diciembre.
- Retana Alvarado, C. (2012). *Olvidar a Baudrillard: Sawicki, Butler y Preciado como lectoras de Foucault*. Clepsydra: revista de estudios de género y teoría feminista, noviembre-octubre.
- Rivera Zárate, I., Olguin Carbajal, M., Hernández Montañez, E. (2006). *Introducción a la Realidad Virtual*. Polibits, sin mes.
- Rodríguez, J. R. (2000). *Reseña de "La globalización imaginada" de Nestor García Canclini*. Fundamentos en Humanidades, enero-junio.
- Soldevilla Pérez, C. (2001). *Psicosociogénesis de la técnica*. Nómadas, enero-junio.
- Zambrano, N., Acosta, A. (2006). *IMPORTANCIA, PROBLEMAS Y SOLUCIONES EN EL DISEÑO DE LA INTERFAZ DE USUARIO*. SABER: Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente, julio-diciembre.

En línea:

Abad Cadenas, C. (2012) *Érase otra vez en el cine. Adaptaciones/remakes de grandes novelas del XIX* (Trabajo fin de máster, Universidad de Sevilla, Sevilla España). Recuperado de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26848/tmaster32.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y> [fecha de consulta: 10 Diciembre 2016].

Este disco va a ser el mejor vendido desde 2002. ¿Qué dice eso sobre la industria musical?. (2014) LifeBoxset. Recuperado de <http://www.lifeboxset.com/2014/disco-mas-vendido-2014/> [fecha de consulta: 3 Diciembre 2016].

Las canciones sobre sexo, las que más venden. (2013) Clarín. Recuperado de CLARÍN http://www.clarin.com/entremujeres/entretenimientos/musica/canciones-sexo-venden_0_ryNelAtvQI.html, 2013 [fecha de consulta: 26 Diciembre 2016].

Real Academia Española. (2014). Vértigo. En *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Recuperado de del.rae.es/?id=bgmoroh [fecha de consulta: 20 Agosto 2016].

Rubio Hancock, J. (2016) *¡Wa Oh! ¡Wa Oh!: la melodía que se repite en las canciones favoritas de los 'millennials'*. El País. Recuperado de http://verne.elpais.com/verne/2016/08/29/articulo/1472459500_489245.html [fecha de consulta: 27 Diciembre 2016].

Películas

Boulting, J., George, G. W., Granat F. (productores) y Boulting, R. (director). (1968). *Twisted nerve* [Cinta cinematográfica]. Reino Unido: Charter Film Productions.