



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD AZCAPOTZALCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
MAESTRÍA EN SOCIOLOGÍA

**El fenómeno social del individualismo: una lectura del
pensamiento sociológico de Gilles Lipovetsky**

TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA
LIZETH MEDINA MONDRAGÓN

ASESORA
DRA. LAURA PÁEZ DÍAZ DE LEÓN

CIUDAD DE MÉXICO, SEPTIEMBRE, 2014

*El fenómeno social del
individualismo: una lectura del
pensamiento sociológico de Gilles
Lipovetsky*

Agradecimientos

A la UAM- Azcapotzalco, por formarme y cobijarme durante dos largos y fructíferos años.

Agradezco por supuesto a CONACYT la beca para realizar este proyecto de investigación en la UAM-A, del 1o de Enero del 2012 al 31 de Diciembre del 2013.

A la Dra. Laura Páez Díaz de León, guía indispensable para la realización de esta investigación, ya que gracias a sus precisas y brillantes observaciones, al trabajo disciplinario y a su exigencia teórica, esta investigación ha llegado al buen cumplimiento del proyecto.

Al Dr. José Hernández Prado y a la Dra. Elisa Cuevas, por la lectura a mi trabajo de investigación y por los comentarios siempre tan optimistas a mi persona.

A mis padres, que han sido parte de este largo camino profesional.

A mis amigos, pues a través de sus consejos y chistes, he logrado vencer uno de mis mayores miedos: la tesis.

A mí querido y amado Fabián Huesca Alatorre, por todos los días de apoyo incondicional y magníficos ánimos para que esta investigación llegara a su culminación.

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. El individualismo en las sociedades democráticas: tres momentos sociohistóricos	12
1.1. La sociedad del deber	13
1.2. La sociedad del deseo	20
1.3. La sociedad del exceso	36
Capítulo 2. El narcisismo: un encuentro teórico entre Christopher Lasch, Richard Sennett y Gilles Lipovetsky	49
2.1. Christopher Lasch y la cultura del narcisismo	50
2.2. Richard Sennett y las tiranías de la intimidad	67
2.3. Gilles Lipovetsky y el proceso de personalización	77
Capítulo 3. La seducción de la pantalla en la era hipermoderna	86
3.1. La telepantalla	87
3.2. La cinepantalla	93
3.3. La pantalla mundo	101
Capítulo 4. Individualismo responsable versus individualismo irresponsable: he ahí el dilema	117
4.1. Individualismo responsable frente a individualismo irresponsable: propuesta nodal del autor	118
4.2. La expansión del individualismo en la cultura-mundo	124
Conclusiones	142
Bibliografía	148

Introducción

Esta investigación tiene como objetivo explorar sociológicamente la aportación teórica que Gilles Lipovetsky elabora con respecto al fenómeno social del individualismo, ya que el entendimiento de esta categoría permite comprender la realidad social que nos rodea, con el fin de determinar la manera en la que el individuo contemporáneo se relaciona con su entorno y consigo mismo.

Para ello, es imprescindible considerar que el individualismo surge y se consolida en la época moderna, la cual, impulsada por un auge económico sin precedentes, trajo consigo grandes avances científicos y tecnológicos, así como importantes cambios políticos y sociales. El individualismo ha tenido una gran repercusión desde aquel “lejano” siglo XIX hasta nuestros días y se puede constatar en la forma en la que nos relacionamos con el prójimo; la manera tan exorbitada en la que actualmente se consume; la desmedida búsqueda por el placer; el insaciable impulso por satisfacer las necesidades narcisistas; la persecución de logros personales; la preservación de la juventud o el mantenimiento extremo de regímenes alimenticios para conservar la figura. Todas estas características se han vuelto una cuestión imprescindible para la vida. En la actualidad, percibimos el mundo en función de lo que puede procurarnos placer, goce, satisfacción y felicidad individual. De ahí que la necesidad por experimentar cada vez más emociones y nuevas experiencias se conviertan en una prioridad para las personas. En la sociedad moderna, el principio del “primero yo” se superpone a cualquier indicio de solidaridad. El mundo sólo existe en la medida en que logra cumplir los requerimientos sensoriales, emocionales y placenteros del yo. Tal pareciera que la sociedad gira alrededor del individuo, cual Sol del medioevo girando alrededor de la Tierra.

El estudio sobre el individualismo ha sido y es un tema abordado por grandes pensadores modernos. Alexis de Tocqueville escribió en su célebre libro *La democracia en América*, que el individualismo era una expresión reciente,

cuyo origen era democrático. El individualismo que nos describe Tocqueville tiene que ver con la motivación de los individuos a separarse de la masa y centrarse en sí mismos; es decir, el individualismo estimula el encierro individual. Por otro lado, Georg Simmel, en su obra intitulada *Cultura líquida y dinero*, señaló que la impersonalización del dinero producía inexorablemente consecuencias en el hombre, tales como el sentimiento exacerbado de independencia interior y un amplio horizonte de individualidad. El dinero, para Simmel, hacía posible la individualización. Durkheim, en su obra maestra *La División del Trabajo Social*, establece que el individualismo es producto del proceso de diferenciación del trabajo, y además, el “individualismo ofrece en el marco de las sociedades modernas una doble imagen. En sentido positivo, aparece como expresión de un significativo desarrollo de la libertad y autonomía personales. En un sentido negativo, es concebido como un factor asociado (en su desarrollo extremo) a una pérdida de sentido comunitario”.¹ En *El suicidio*, Durkheim describió que el individuo que se erigía en el marco del desarrollo de la industrialización, era un individuo que se inclinaba a considerarse prácticamente como un dios que debía ser adorado. Lo anteriormente dicho por el lado de los pensadores clásicos; en el pensamiento contemporáneo encontramos que Zigmunt Bauman, quien en su tratado titulado *Vida líquida*, nos invita a pensar que paradójicamente en nuestra «sociedad individualizada», todos estamos obligados a ser idénticos, a compartir exactamente los mismos gustos, las mismas creencias, etcétera; es decir, en la sociedad individualizada en la que habitamos, la contradicción insoluble es que el “ser distinto a los demás” y “fiel a sí mismo” está muy lejos de ser una realidad, dado que la propia sociedad impulsa la circunscripción de las conductas sociales. Michel Maffesoli, por su parte, en su obra principal titulada *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*, apunta que lo característico de la época posmoderna es el regreso exacerbado al arcaísmo; es decir, nuestras

¹ Gutiérrez, Vázquez, Juan, Pablo, *Autoridad moral y autonomía. Una relectura del pensamiento sociológico de Émile Durkheim*, México, Universidad Iberoamericana/Colección Teoría Social, 2008, p. 311.

sociedades contemporáneas no persiguen una meta, un proyecto económico, político o social sino por el contrario, “prefieren «entrar en» el goce del mundo tal cual es”.² Desde Maffesoli, el regreso arcaico de nuestras sociedades se expresa en una fuerte saturación de individualismo. Sin embargo, para el pensador francés, en nuestras sociedades también se da un proceso de desindividuación que tiene que ver con un neotribalismo que converge con “el surgimiento de intereses circunstanciales en los cuales las personas adquieren un sentimiento de pertenencia y, por lo tanto, obtienen su identidad a partir de la comunidad emocional. La identidad no se produce por una individuación creciente, sino a partir de formar parte de comunidades emocionalmente satisfactorias”.³ Desde la perspectiva de Ulrich Beck, en colaboración con Elisabeth Beck-Gernsheim, en su formidable obra *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, ambos pensadores sostienen que la individualización reflexiva de la segunda modernidad presupone la desestabilización del sistema; es decir, “un desequilibrio institucionalizado entre el individuo desincrustado y los problemas globales en una sociedad del riesgo global”.⁴ La sociedad individualizada en la que vivimos, según los autores, intenta encontrar soluciones de tipo biográfico a contradicciones sistémicas.

Pero como todo saber humano, el estudio del individualismo está lejos de ser concluido, si es que pudiésemos utilizar dicha palabra; y es bajo esta premisa en donde se insertan los estudios más recientes, intentado explicar, en sus propias palabras, las causas, consecuencias y soluciones para dicho tema.

Es justo aquí donde Lipovetsky comienza a desentrañar la andadura del fenómeno social del individualismo en las sociedades democráticas. Su peculiar manera ensayística de interpretar la realidad social, sitúa a Gilles Lipovetsky

² Maffesoli, Michel, *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*, México, Siglo XXI, 2004, p. 28.

³ Girola, Lidia, *Anomía e Individualismo. Del diagnóstico de la modernidad de Durkheim al pensamiento contemporáneo*, México, Antropos, 2005, p. 251.

⁴ Beck, Ulrich, Beck-Gernsheim, Elisabeth, *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, Barcelona, Paidós, 2003, p. 31.

como un sociólogo de renombre dentro del ámbito académico de los últimos tiempos. Sus textos brindan al lector la claridad y el entendimiento necesarios para comprender el mundo y contribuyen a despertar en éste la actividad crítica y reflexiva que todo ser humano posee. Por ello es que si hubiera que definir de alguna manera a Gilles Lipovetsky, se podría decir que es fundamentalmente un crítico de la sociedad de nuestros días y ¿quién no es crítico, sino el que es capaz de abstraer de la complejidad de la realidad las reflexiones de la actividad humana y de la vida misma?

Es en respuesta a la pregunta anterior que surge la presente investigación con el objetivo de explorar sociológicamente la teorización de las sendas del individualismo a lo largo de la obra de Gilles Lipovetsky, para poder así exponer la contribución teórica del sociólogo francés a uno de los temas más controversiales y cuya problemática, como ya expusimos anteriormente, ha llamado la atención en diversas áreas del conocimiento como la historia, la filosofía, la política y, sin duda, la sociología.

A este trabajo de investigación lo conforman cuatro capítulos, en los cuales se investigan y desarrollan detalladamente los siguientes temas:

En el primer capítulo titulado “El individualismo en las sociedades democráticas: tres momentos sociohistóricos”, se analizan los tres momentos sociohistóricos que Gilles Lipovetsky distingue en la sociedad, con la finalidad de dilucidar el acontecer social y el devenir del individualismo contemporáneo a través de lo que el filósofo francés ha denominado “segunda revolución individualista”, la cual logra expandirse después de la Segunda Guerra Mundial hasta la reciente época.

Continuando lo anterior, los tres tipos de sociedad que Lipovetsky considera dieron pie al nacimiento, crecimiento y consolidación del individualismo son los siguientes: la sociedad del deber, que comprendió de 1880 a 1950; la sociedad del deseo, que va de 1950 a 1970 y la sociedad hipermoderna, que se desenvuelve de 1970 hasta nuestros días.

En este capítulo se aborda el primer momento del individualismo o “primera revolución individualista”, caracterizada por el deber ético y moral hacia

la patria, la familia, la historia y el trabajo. Para Lipovetsky la “primera revolución individualista” condena el goce individual y la satisfacción de los deseos materiales subjetivos. El primer momento del individualismo, propio de la sociedad del deber, enalteció la responsabilidad, la disciplina, la obediencia y el respeto a los principios colectivos a través de la censura total al logro de metas individuales. La “primera revolución individualista” impuso el deber de manera ética, incondicional, ilimitada e impersonal; por lo que es en consecuencia autoritaria, rigorista y disciplinaria.

Finalizamos el capítulo desarrollando el análisis teórico de la “segunda revolución individualista”, cuya conquista rinde culto al hedonismo, a la psicologización subjetiva, a la ganancia de ambiciones personales y al goce sin precedentes del *self-interest*. La “segunda revolución individualista” cobra fuerza en la sociedad del deseo y se propaga plenamente hasta nuestros días. De 1950 hasta la fecha, la autonomía individual, el bienestar personal, la búsqueda de la felicidad individual y la persecución desmedida por el triunfo íntimo serán los valores cardinales de la vida. Ha llegado el momento de gozar, de alejarse de la tutela prohibitiva, de olvidar el deber y la disciplina. La “segunda revolución individualista” se distingue por permitir la frivolidad y la espontaneidad de la existencia.

El segundo capítulo se llama “El narcisismo: un encuentro teórico entre Christopher Lasch, Richard Sennett y Gilles Lipovetsky”, en éste se intenta rescatar el encuentro dialógico entre Lipovetsky y dos de los pensadores más influyentes del pensamiento sociológico en relación con el narcisismo, dado que éste es la condición necesaria que Lipovetsky ha identificado para que se lleve a cabo el despliegue del individualismo hasta nuestros días. Este capítulo describe los aportes teóricos de Christopher Lasch y Richard Sennett y brinda un nuevo entendimiento a la problemática, a partir de lo que Lipovetsky nombra como proceso de personalización.

Para Lasch, el narcisismo es consecuencia del desencanto de la población hacia la democracia y de la duda que propicia el sistema liberal. Por tal motivo el narcisismo que describe Lasch está ligado con una pérdida de

sentido en la continuidad histórica, es decir, los individuos no poseen referentes del pasado inmediato a su existencia ni tampoco están interesados en el futuro próximo. La conducta de Narciso que nos dibuja el pensador norteamericano, tiene que ver con la vivencia de gratificaciones inmediatas en el presente y con la insatisfacción de no poder poseer la vivencia de experiencias únicas y efusivas.

El narcisismo, para Sennett, constata el despliegue de una tiranía de la intimidad producto de una vida pública socavada. La vida moderna propició que las relaciones interpersonales fueran vistas como meros rituales fríos y falsos. La intimidad en ese sentido se convirtió en el refugio y en el resguardo auténtico de los sentimientos. En otras palabras, desde Sennett el narcisismo supone la descomposición de la esfera pública y la autoabsorción del yo.

En la mirada lipovetskyana, el narcisismo aparece como un estadio insólito que vincula la nueva relación del individuo con el mundo y consigo mismo. El narcisismo, para Lipovetsky, es fruto de la expansión del proceso de personalización después de la Segunda Guerra Mundial. El proceso de personalización se asocia con la propagación de mayores gratificaciones inmediatas, la proliferación de opciones para el goce individual, la diversificación de productos que satisfagan los deseos subjetivos y, sobre todo, el proceso de personalización, cava la tumba de los principios de austeridad y represión; es decir, las motivaciones y las aspiraciones personales se convierten en los nuevos ejes rectores para la vida.

El tercer capítulo se denomina “La seducción de la pantalla en la era hipermoderna”. En éste se recurre a la interacción discursiva entre Gilles Lipovetsky y Jean Baudrillard, con respecto al análisis de la seducción de la «pantalla» y la forma en que ésta ha contribuido a que se exacerbe el proceso de individuación en la sociedad. La interacción discursiva entre Gilles Lipovetsky y Jean Baudrillard, centrada en sus valiosos aportes referidos al estudio de la pantalla como el gran invento del siglo XX, contribuye al esclarecimiento teórico de la problemática de esta investigación, a saber, el despliegue del individualismo. Este capítulo pretende rescatar dos posturas

teóricas que aunque parecen irreconciliables, convergen en enunciar que la pantalla ha sido el símbolo más significativo de la vida moderna, la cual representa la continuación de la vida a través de la explosión de imágenes, la fantasía de la realidad, la espectacularidad de los sucesos y la virulencia de la información.

Finalmente, el cuarto capítulo nombrado “Individualismo responsable versus individualismo irresponsable: he ahí el dilema” plantea la propuesta nodal del autor concerniente al despliegue paradójico del individualismo responsable frente al individualismo irresponsable en las sociedades democráticas caracterizadas no por la carencia, sino por el exceso.

Este último capítulo permite desentrañar la postura sociológica de Gilles Lipovetsky, precisando cuál ha sido el recorrido histórico del individualismo en las sociedades democráticas. Hemos entrado, según el pensador francés, en una paradoja inevitable entre el individualismo irresponsable y responsable. Nuestro momento hipermoderno ciñe el entramado social entre comportamientos desenfrenados y desmesurados, al mismo tiempo que desliza la preocupación por el mundo, haciendo que el individuo reaccione ante los problemas sociales fuera de una trinchera puramente individualista.

Capítulo 1. El individualismo en las sociedades democráticas: tres momentos sociohistóricos

En este capítulo se analiza la importancia de tres momentos sociohistóricos que Gilles Lipovetsky distingue en la sociedad, con la finalidad de dilucidar el acontecer social y el desarrollo del individualismo contemporáneo. He aquí los tres tipos de sociedad que alumbran el enigma de la realidad social y esclarecen el vaivén del individualismo: la sociedad del deber (1880-1950), la sociedad del deseo o hedonista (1950-1970) y la sociedad del exceso o sociedad hipermoderna (1970 hasta la fecha).

1.1. La sociedad del deber

Para empezar a analizar la condición individualista en la obra de Gilles Lipovetsky, es necesario saber cuáles son las bases que él considera permitieron su desarrollo; para ello, el primer cimiento de esta investigación será partir de los tres momentos sociohistóricos que establece el autor, los cuales dieron pie al nacimiento, crecimiento y consolidación del individualismo como signo de nuestros días.

El primer momento sociohistórico considerado por Lipovetsky, comprendió de 1880 a 1950, durante el cual la sociedad capitalista giró en torno a los ideales de sacrificio, disciplina y obediencia en pos de la familia, la patria y el trabajo; esta sociedad, la cual el autor denomina del deber, exaltó la primacía de las obligaciones del padre de familia, el ciudadano y el trabajador. El resultado de lo anteriormente expuesto dio pauta para que en la sociedad del deber se desdoblase un primer momento del individualismo, la “primera revolución individualista”, que a lo largo del tiempo, con su expansión, permitiría que en la sociedad del deseo y en la sociedad del exceso la condición individualista se extendiese plenamente a través de la “segunda revolución individualista”, caracterizada por el creciente culto al hedonismo y a la psicologización subjetiva.

La sociedad del deber es la sociedad que logró desembarazarse de los grandes dogmas religiosos; es pues, la sociedad que conquistó el terreno de la moral hacia Dios. Para Lipovetsky los principios morales hasta finales del siglo XVII e inicios del siglo XVIII estuvieron a cargo de los mandamientos de la Iglesia; esta primera fase de la moral era inseparable de los mandamientos divinos y fuera de la Iglesia no podía existir moral. El temor hacia Dios evitaba que los individuos se extraviaran y llevaran una vida profana. La moral religiosa fomentaba la plena obediencia hacia las Santas Escrituras, puesto que sólo con plena fe en Dios el hombre podía encontrar la luz en su camino y librarse del pecado original. Las virtudes de los hombres, en consecuencia, existían únicamente si se tenía pleno entendimiento de y adoración a Dios. A partir de la

Ilustración y hasta mediados del siglo XX comienza, según el autor, una segunda fase de la moral, a saber, la fase laica moralista que consistió en delimitar el campo de la moral fuera de las concepciones religiosas. La segunda fase moralista es en ese sentido una moral racional: “los principios morales son entonces concebidos como principios estrictamente racionales, universales, eternos”.⁵ Ésta es una victoria de la modernidad, un triunfo sobre el cual la sociedad del deber sentó sus bases y que sin duda es uno de los aspectos más importantes de las sociedades democrático-individualistas.

La moral racional comprende la construcción de un orden social y político regido por principios éticos y laicos. El respeto a los derechos del individuo es la expresión más significativa de la sociedad democrático-individualista. La soberanía individual y la igualdad civil son derechos naturales que no pueden ser abolidos por ninguna ley humana. El objetivo de esta sociedad, que se organiza a partir de una ética racional, es pues, el individuo.

La sociedad del deber, que se conduce mediante principios democráticos, “eleva al individuo al rango de valor moral primero y último”.⁶ El individuo es el referente más significativo de la cultura democrática y en ese sentido, los deberes ya no estarán ligados a la impronta religiosa, sino al respeto de los derechos subjetivos e inalienables de las personas.

El imperativo de la sociedad del deber -que se edificó sobre el respeto de los derechos individuales- fue la adhesión a principios que no sólo se basaran en intereses particulares, sino en fundamentos ligados a la obediencia y la disciplina hacia el trabajo, la familia y la patria, sirviendo así al interés general; con el objetivo de contrarrestar el despliegue de un individualismo sin barreras. En esta sociedad las acciones que tomaban un determinado grupo de personas siempre debían ser pensadas a partir de su relación con los demás; nunca de manera pragmática y mucho menos desde una mirada puramente egoísta. Así, para Lipovetsky, lo que se fortalece es el culto a la eficacia, al éxito y a la

⁵ Lipovetsky, Gilles, *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*, Barcelona, Anagrama, 2012, p. 36.

⁶ Lipovetsky, Gilles, *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los tiempos democráticos*, Barcelona, Anagrama, 2011, p. 23.

protección moral. En este tipo de sociedad, nos dice el autor, la democracia cultiva un tipo de deber absoluto en pos de la familia, la patria, la historia y el trabajo. La acentuación de los deberes implicó el impedimento de un individualismo exacerbado y permisivo en la sociedad.

La preponderancia de las obligaciones éticas actúan como principios cohesionadores de la interacción social y por tanto, las obligaciones religiosas son relegadas a un segundo plano: “la religión del deber ha crecido como un deber sin religión”.⁷ La era moderna impone una vida ética y moral separada de toda creencia o principio religioso: “el verdadero valor, aún religioso, ya no se encarna en los ayunos, penitencias y plegarias, sino en la obediencia a la ley de la razón moral”⁸ y en ese sentido, se afianza un deber ético que privilegia la participación ciudadana hacia los semejantes y que condena la individualidad de las personas. A partir de esto, el individualismo que se observa en esta sociedad es un individualismo democrático, rigorista y disciplinario.

Para Lipovetsky la manera de afirmar la autonomía individual ha sido mediante la “religión moderna del deber”; sólo se obedece a la ley, que es asimilada y comprendida de manera libre por los miembros de la sociedad. La modernidad organiza la vida social a partir de la consagración de los deberes obligatorios como el respeto a los padres, a la patria, a la historia y al trabajo. El hombre puede ser virtuoso sin la necesidad de recurrir del apoyo externo, sin apelar a Dios. La razón moral rompe definitivamente con las presunciones y el apoyo del otro mundo. La modernidad logró imponer una vida social alejada de la fe, impulsando el principio de igualdad, es decir, por vez primera no hay distinción entre aquellos quienes creían en Dios y aquellos que no lo hacían. La secularización de la moral significó un gran avance en relación al privilegio que se le otorgó a las obligaciones éticas sobre las obligaciones religiosas. Según el autor, es en este momento histórico que los “deberes hacia los hombres han tomado la delantera de los derechos hacia Dios”.⁹ El predominio de los valores

⁷ *Ibid.*, p. 28.

⁸ *Ibid.*, p. 33

⁹ *Ibid.*, p. 32.

éticos, antes que los religiosos, representa el advenimiento de una cultura individualista que testimonia el culto al deber y que refuerza el fundamento laico.

En la sociedad del deber los valores éticos se practicaban de manera incondicional, ilimitada e impersonal, con la finalidad de llevar a la humanidad hacia el progreso. Es por ello que la confianza en la ciencia y en la técnica formaba parte de la búsqueda por el perfeccionamiento de la vida social. El avance de los conocimientos y de las técnicas envuelve la primera revolución individualista.

Hay que destacar que para Lipovetsky el culto al deber, enmarcado en la “forma-deber”, cobró fuerza en distintos aspectos de la vida cotidiana como la sexualidad, la educación, la familia y la relación entre padres e hijos, funcionando en todos estos aspectos como un orden represivo e higienista. Veamos en qué consistió cada uno:

En lo que respecta a la sexualidad, según Lipovetsky, los higienistas del siglo XIX se postularon en contra de la felación, el coito anal, la masturbación, la homosexualidad, las desviaciones libidinales, el castigo al beso en público, los encuentros casuales con prostitutas, la vivencia de la plenitud erótica femenina, el adulterio, represión al aborto, represión a la propaganda anticonceptiva, sanciones en caso de que se descubriera a la mujer embarazada antes del matrimonio, etcétera. La sexualidad en la sociedad del deber era considerada una práctica en la que el placer importaba poco y cuyo fin principal era la procreación. Cabe destacar que la libertad sexual en la época del deber tuvo cambios minúsculos en relación con las prohibiciones religiosas. La sociedad del deber funcionó como un orden normativo y represivo de la conducta sexual. Los deseos libidinales y la plenitud erótica fueron frenados con el propósito de evitar que la sociedad se condujera de manera indigna.

De manera similar a la sexualidad, el objetivo de la sociedad del deber con respecto a la educación fue inculcar la disciplina y la templanza de los individuos, con la finalidad de construir una sociedad limpia, responsable, prudente y ahorrativa. Pese a que la moral racional triunfaba sobre los principios religiosos, en gran medida la enseñanza de los niños estuvo fuertemente

influenciada por la Iglesia la cual, mantenía dogmas disciplinarios que promovían la dirección de una conciencia sana, alejada de las impurezas de la vida mundana. Destaquemos que la familia también estaba encargada de vigilar la instrucción de los hijos, asegurando la preparación escolar para un mejor desempeño en el futuro.

En cuanto a la esfera familiar, la moral higienista y disciplinaria refuerza la idea del orden y la templanza del hogar. Según Lipovetsky, durante todo el siglo XIX se propagó la siguiente noción: “sin hogar no hay familia, sin familia no hay moral y sin moral no hay sociedad ni patria”.¹⁰ Lo que expresaba esta frase era que la familia, bajo la “forma-deber”, era la encargada de enseñar y resguardar los lazos patrióticos y heroicos nacionales, inculcando hábitos de prudencia, trabajo y ahorro en la sociedad.

Por lo que se refiere a la relación entre padres e hijos, uno de los principales deberes de los padres hacia los hijos era velar por su educación, la cual debía ser estricta y disciplinaria, con el objetivo de crear individuos con carácter que pudiesen enfrentar las adversidades e inclemencias de la vida, lo que conllevaba obedecer a los padres antes que a Dios. Ejemplo de esto es que la autoridad de los padres era palpable en aspectos tales como la elección de la carrera o el oficio de los hijos; y más aún en la elección de pareja para el matrimonio. El respeto a los padres era una de las principales enseñanzas en la sociedad del deber; había que alentar a los hijos a escuchar y obedecer fielmente a sus progenitores, a fin de evitar conductas indignas y el despliegue de un individualismo inmoderado en la sociedad.

El deber no sólo se propagó en las actividades de la vida social; también se consolidó a través del capitalismo de consumo.¹¹ La Fase I es distintiva de la sociedad basada en el deber, gracias al avance en el transporte y en los medios de comunicación. El mercado deja de ser una cuestión local y logra expandirse a nivel nacional a través de la propulsión del comercio a gran escala. Lipovetsky

¹⁰ *Ibid.*, p. 39.

¹¹ Conviene aclarar que el pensador francés ubica tres fases del consumo: La Fase I se gestó en la sociedad del deber, la Fase II en la sociedad del deseo y la Fase III en la sociedad del exceso.

destaca que la producción en serie de productos estandarizados permitió colocar los productos al alcance de las masas a un bajo costo; es decir, se democratizó el acceso a los productos. Sin embargo, hubo que crear no sólo máquinas que lograran la producción de artículos en un tiempo corto, sino también educar a los consumidores para que compraran las marcas que los empresarios lanzaban a través del *marketing* y de la seducción publicitaria. Por ello, la sociedad del deber enmarca la nueva relación de los individuos con las marcas gracias a la invención de los grandes almacenes que motivaban el consumo constante y desencadenando de bienes duraderos, lo que permitió que se desarrollara la democratización de los deseos. El consumo en la sociedad del deber era ante todo coercitivo, cuidador del ahorro familiar y cumplía con la satisfacción de las necesidades del hogar. El consumo en la Fase I es ante todo un consumo «para el otro», es decir, la finalidad del consumo no es la satisfacción de los deseos materiales individuales, sino por el contrario, responde en beneficio ya sea del hogar familiar o bien al logro de una meta colectiva. La Fase I también fundó las bases de un consumo seductivo que no se manifestó totalmente durante la época del deber, pero que sí logrará desdoblarse en las siguientes dos fases del consumo. La Fase I es pues la fase que puso fin a las costumbres ancestrales arcaicas.

Ésta es sin duda la sociedad del deber: limpia y operativa, disciplinaria y rigorista, formal e higienista y sobre todo, contrapuesta al principio de felicidad individual. En este tipo de sociedad se buscaba evitar que la sociedad se condujera de forma anárquica y fuera guiada por un espíritu del goce individual. Es por ello que la felicidad no puede ser asociada de ninguna manera con la sociedad del deber. El verdadero valor en la sociedad del deber es la obediencia a la ley y el respeto de los derechos individuales. Más concretamente, el deber, según advierte Lipovetsky, se extiende de manera ética, incondicional, ilimitada y sobre todo impersonal. La consagración del deber se impone por consiguiente en las costumbres, en la vida cotidiana, en el consumo y en la acción social de las personas. La exigencia de renuncia, control y austeridad fueron los ejes

rectores de esta sociedad. El primer momento del individualismo, en consecuencia, será autoritario y rigorista hasta mediados del siglo XX.

1.2. La sociedad del deseo

En contraposición con la sociedad del deber se gestó un tipo de sociedad inédita que comprendió de 1950 a 1970, a saber, la sociedad del deseo, que es nombrada por el autor de diversas maneras: sociedad del posdeber, sociedad posmoralista, sociedad del deseo, sociedad fuera-del-deber o bien sociedad hedonista. Por sociedad posmoralista se entiende:

Una sociedad que repudia la retórica del deber austero, integral, maniqueo y, paralelamente, corona los derechos individuales a la autonomía, al deseo, a la felicidad. Sociedad desvalijada en su trasfondo de prédicas maximalistas y que sólo otorga crédito a las normas indoloras de la vida ética.¹²

Ha terminado el culto al deber. Desde mediados del siglo XX, la intención será el *self-interest*, el placer, el goce, el deseo, y la autonomía individual. La cultura posmoralista significa la muerte de un deber incondicional e ilimitado hacia la familia, la patria y el trabajo; termina el momento de consagrarse a un fin superior al individuo. La sociedad hedonista es la época que rechaza profundamente las normas disciplinarias y rigoristas de la sociedad del deber. De ahora en adelante los individuos se conducen no bajo la tutela prohibitiva, temerosa y obligatoria en relación con la vida del prójimo, sino más bien desmarcada del sacrificio, en donde la idea de vivir mejor actúa como el espíritu de nuestro tiempo.

La sociedad posmoralista está en la base de lo que Lipovetsky nombra como “segunda revolución individualista”; la cual se caracteriza por el culto a la privatización de la vida, el realce del ego, el bienestar personal, la felicidad, la ruptura con la antigua sociedad del deber, la persecución desmedida por lograr el éxito y por el triunfo de una moral indolora.

La moral indolora y emocional es aquella moral que, siguiendo al autor, se encuentra reciclada según la trayectoria del *show business*; de los medios de comunicación. Es una moral que combina, por un lado, la caridad y por el otro, el *show*, la asistencia social y la fiesta publicitaria. En la actualidad son enormes

¹² *Ibid.*, p. 13.

los programas de televisión que convocan a una multitud de personas hacia la donación de dinero por causas benéficas para la población; un ejemplo de esto es el caso del Teletón. Año con año en nuestro país oleadas de personas se unen con la firme convicción de ayudar a los niños con capacidades diferentes. Según Lipovetsky, los medios de comunicación han tomado la conducción moral de la sociedad sobre sus manos. Sin embargo, la paradoja de la sociedad del deseo es que sitúa en la misma dirección la estimulación constante de mayor autonomía personal y el impulso sistemático de acciones generosas. Queremos mayor libertad individual, pero también mayor grado de actuación de los individuos en obras de caridad. El espectro de la generosidad masiva denota el segundo momento del individualismo, en el que ya no se vive para el otro, sino que se busca adaptar los valores nuevos a la lógica de autonomía individual. En la sociedad del poseer el espíritu rigorista se desdibuja, dando pie a la irrupción de movimientos caritativos y humanitarios que demandan una legislación justa; es decir, recalcan la responsabilidad y el respeto a la ley con la finalidad de proteger los derechos humanos.

El ideal de este tipo de sociedad es el hedonismo y la figura mitológica que la representa es Dionisio, que evoca el gran deseo de “elevarse de sí mismo, repudiar el yo sumergiéndose en lo informe y lo caótico, hundiéndose en el océano de las sensaciones ilimitadas”.¹³ Su imperativo, alude Lipovetsky, gira alrededor de la estimulación de los deseos inmediatos de los individuos y sobre todo, se busca como meta el logro de la felicidad intimista y materialista. Las sociedades hedonistas difuminan cualquier tipo de valor sacrificial. La cultura posmoralista ya no permanece arraigada a los principios del deber; lo que prevalece es la protección intimista de nosotros mismos. Esta nueva cultura ve florecer un tipo de vida presentista, ligada más a la espontaneidad y al disfrute de los placeres del consumo. En las sociedades posmoralistas, las democracias

¹³ Lipovetsky, Gilles, *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*, Barcelona, Anagrama, 2011, p. 199.

“oscilan más allá de deber, se acomodan no «sin fe ni ley», sino según una ética débil y mínima, «sin obligación ni sanción»”.¹⁴

La manifestación de la felicidad subjetiva es característica de la época del posdeber. Vivimos dentro de una cultura que Lipovetsky distingue como del *self-love*, en donde la realización personal logra implantarse como el ideal social más importante de las sociedades hedonistas. La felicidad es un derecho natural del hombre y es para el autor la coordenada mayor de la cultura individualista. El neoindividualismo que se presenta es hedonista y al mismo tiempo, cuidadoso; es valorador de la autonomía personal, pero restrictivo en los excesos; es un individualismo que no se consagra en relación a un fin sublime, pero que tampoco es compatible con el desorden y el caos. Por consiguiente, la cultura individualista en la sociedad posmoralista, advierte Lipovetsky, es desorganizadora y autorganizadora. El neoindividualismo es un “desorden organizador”.¹⁵ No hay duda de que las sociedades posmoralistas extendieron dos lógicas antinómicas del individualismo. Por un lado, un individualismo ligado a las reglas morales equitativas; por otro lado, un individualismo que destaca la valoración sorprendente de cada uno para él mismo; es decir, en términos generales lo que Lipovetsky identifica como un individualismo responsable frente a un individualismo irresponsable que se manifiesta bajo la forma «después de mí, el diluvio». Esta relación antinómica del individualismo es la propuesta nodal del autor con respecto al fenómeno social del individualismo; por ello requiere de un análisis detallado, el cual se expondrá más adelante en uno de los capítulos de esta investigación, para la mejor dilucidación del mismo.

La sociedad del deseo, recalca Lipovetsky, permite que prolifere una especie de hedonismo liberacionista en los individuos, que con el apoyo del consumo de masas y la seducción constante, así como el empuje tenaz hacia la realización perpetua de compras, gestó una cultura en la que la felicidad es la meta. El sueño de la felicidad privada exacerba los deseos, ocasionando que el culto al yo se fortalezca. Ya no se trata de limitar los deseos y los placeres de la

¹⁴ Lipovetsky, Gilles, *El crepúsculo del deber*, *óp. cit.*, p. 12.

¹⁵ *Ibíd.*, p. 50.

vida; se trata de propiciar un edén en el que el individuo pueda gozar plenamente del presente. La sociedad del posdeber estimula asiduamente el bienestar individual, la comodidad y el goce desculpabilizado. El individuo ya no se rige por los principios sacrificiales de la sociedad del deber y consigue desvincularse de la presión autoritaria. La tentación de la publicidad refuerza la expresión de la personalidad a través del consumo eufórico de las marcas. Vivimos, en palabras de Lipovetsky, en una *affluent society*, donde la vida liberacionista reemplaza la pomposidad no recompensada y moralista del deber.

La cultura moralista del deber culpabilizaba el placer de los individuos; la cultura posmoralista lo alaba. La época moralista disciplinaba la ambición de los individuos por el deseo; la obligación con respecto a los demás era su himno. En la sociedad del posdeber pasa todo lo contrario: el canto a la frivolidad y a la comodidad son sus signos distintivos y la indiferencia hacia los demás, su mandamiento solemne. Vale la pena agregar que la violencia, la evasión, el entretenimiento, el bienestar, la seducción, el erotismo, el confort y el autoservicio explican la nueva relación del hombre con las cosas. Se compra un auto no por el prestigio que otorga socialmente o para satisfacer alguna necesidad a través de éste; su adquisición está ligada más con la satisfacción del deseo. En otras palabras, la relación hombre-cosa exhibe la nueva lógica de la *affluent society*.

Hay que destacar que la cultura posmoralista no sólo está dominada por el psicologismo y el amor hacia nosotros mismos; también está arraigada en la era de la información y su propagación a través de los medios de comunicación masiva. Los individuos se encuentran sobreinformados, pero eso no quiere decir que la información que se reciba exprese plena confianza en el cómo ocurren los hechos en la realidad. El bombardeo de información es característico de las sociedades posmoralistas; se le brinda al público un *collage* de opciones televisivas, radiofónicas y periodísticas que permiten al espectador seleccionar la información más adecuada a sus expectativas individuales; y qué decir del internet, que como medio de comunicación, plantea infinidad de criterios que posibilitan la espectacularidad de los acontecimientos en tiempo real. Según el

autor, la información se vuelve una mercancía que expandida con la finalidad de atraer un público mayor. Lo que los medios de comunicación masiva venden recae en la espectacularidad, el escándalo y el impacto de las imágenes. Lo que se consume es una realidad teatralizada: “la información se produce y funciona como animación hiperrealista y emocional de la vida cotidiana, como un show semiangustiante, semirecreativo que ritma las sociedades individualistas del bienestar”.¹⁶

La cultura fuera-del-deber es también la cultura, ante todo, del bienestar. El imperativo narcisista desencadena que los individuos intenten luchar contra el envejecimiento, combatir la obesidad, llevar una alimentación adecuada, perpetuar la juventud del cuerpo; todo esto, con la finalidad de ser felices y estar mejor; de sentirnos satisfechos con nuestro cuerpo y con la vida que llevamos. No obstante, el hedonismo que se gesta refleja y refuerza el culto individualista del momento; ¿para qué ahorrar para el futuro? Vivir el instante es lo que importa. Pese a que la sociedad es hedonista, aún así Lipovetsky insiste en que ello no significa de ninguna manera que ésta se sumerja dentro de una espiral de descontrol y goce total. El hecho es que a pesar de que se consuma más sexo, más salud, antienvjecimiento, dietas, viajes, etcétera, las personas expresan de igual manera preocupación por el trabajo; por una mejor calidad de vida, así como interés por el medio ambiente, entre otros aspectos. La sociedad hedonista no denota el naufragio total de los valores éticos; no significa irresponsabilidad o nihilismo absolutos.

La sociedad hedonista instituye la legitimidad de los placeres. Como se ha mencionado anteriormente, el placer en la sociedad del deber era proscrito. El placer está liberado de las normas autoritarias y rigoristas; en adelante, el placer se inscribe dentro de una cultura *light*. Y ¿qué significa cultura *light*? En términos lipovetskyanos, quiere decir que la felicidad, la depresión, el vacío, el estrés, el *zapping*, el espectáculo y la emoción son las nuevas figuras que esta

¹⁶ *Ibid.*, p. 54.

cultura promueve y ya no los remordimientos por el goce del placer; lo que se busca es la felicidad *light*.

La cultura posmoralista se ha propagado a lo largo de diversos ámbitos de la vida, que permiten examinar su manifestación palpable. Para Lipovetsky, el cambio de la sociedad del deber hacia la sociedad del deseo es claramente observable en la sexualidad, la fidelidad, la castidad, la prostitución, la muerte, el cuerpo, la seducción higienista, la cruzada contra el tabaco y el alcohol, las luchas antidrogas, la frivolidad deportiva, el trabajo o la familia “a la carta”. A continuación se analizará en que consiste cada uno de estos aspectos.

Con relación a la sexualidad, la sociedad posmoralista deja de asociar el sexo con lo pecaminoso y con la maldad. El sexo ya no es signo de depravación. El autor recalca que el “sexo-pecado”, característico de la sociedad del deber, ha sido sustituido por el “sexo-placer”, propio de la cultura hedonista. La castidad y la virginidad ya no son consideradas obligaciones morales; la masturbación ya no es considerada indigna en la sociedad; la homosexualidad ya no es considerada una enfermedad; y el sexo a temprana edad no causa asombro y escozor. El sexo ha pasado a ser un objeto de consumo de masas. La cultura individualista ha logrado difuminar la noción de “sexo-pecado”; ha legitimado el sexo a través de las *sex-shops*, las revistas pornográficas, la espectacularidad de los anuncios y, sobre todo, ha liberado al individuo de las ataduras moralistas. Cada hombre y mujer es libre de hacer con su cuerpo lo que le plazca, sin que por ello reciba sanciones por parte de la sociedad; se termina el ciclo en el que la conducta sexual abierta era tachada de vergonzosa. El proceso posmoralista legitima la autonomía sexual con respecto a la moral. El sexo “ya no se debe vigilar-reprimir-sublimar; debe expresarse sin limitaciones ni tabúes, con la única condición de no perjudicar al otro”.¹⁷ Por primera vez en la historia el sexo aparece desmarcado de la idea de pecado y por consiguiente, se deja ver como la victoria del placer libidinal y el goce erótico. El sexo ha conseguido liberarse de las antiguas ataduras puritanas de la época del deber; ya no levanta

¹⁷ *Ibíd.*, p. 59.

condenas ni tampoco censura. No obstante, a menudo ciertos comportamientos sexuales causan la sanción, el juicio y la reprobación social; por ejemplo, la prostitución, la trata de blancas, la zoofilia, el incesto, el sadomasoquismo o la perversión de menores, entre otros.

La segunda revolución individualista ha consentido el paso de un individualismo hedonista, que implicó en la sexualidad todo un proceso de transformación. Es verdad que el neoindividualismo ha liberado al sexo de las antiguas sanciones de la época del deber, pero eso no quiere decir que las nuevas conductas sexuales se sumerjan únicamente en el descontrol y en la vivencia de prácticas sexuales que lleven a los individuos al caos. La sociedad posmoralista establece al mismo tiempo nuevas normas que impiden la anarquía sexual. La cultura fuera-del-deber permite hablar libremente y sin tabúes del sexo; esa es su gran conquista. En este sentido, Lipovetsky apunta que pese a que la sociedad del deber desaparece, “los derechos subjetivos a la vida libre y realizada no conducen en absoluto a la deriva orgiástica; el erotismo se despliega siempre en límites estrictos”.¹⁸ La regulación social de los placeres evita que los individuos tropiecen con el libertinaje y los excesos sexuales. De ahí entonces que el neoindividualismo funcione, según el pensador francés, como un «desorden organizador». En consecuencia, la autonomización de la sexualidad con respecto a las normas autoritarias del deber no significa de forma alguna condescendencia absoluta con respecto a las conductas sexuales. La libertad sexual es vigilada constantemente por la ley penal, con la finalidad de custodiar los derechos subjetivos y evitar comportamientos irrespetuosos. El neoindividualismo trabaja por el control de las conductas y palabras inadecuadas en torno a la sexualidad; se trata de higienizar el ambiente de los excesos.

En lo tocante a la fidelidad, la sociedad posmoralista revela la exigencia de valorar los lazos amorosos. Se elogia a la fidelidad porque ella representa la estabilidad de la pareja y no el cinismo libidinal. La fidelidad es una manifestación contundente del individualismo contemporáneo, ya que revaloriza

¹⁸ *Ibíd.*, p. 62.

el amor entre la pareja y traduce la pretensión individualista al amor; no se trata de la renuncia incondicional a la fidelidad, sino de que el otro sea fiel mientras dure la relación, en tanto se ama. Se desea más la calidad en las relaciones amorosas durante el tiempo en que dure el amor, que la suntuosidad del juramento. La fidelidad posmoralista significa cordialidad, respeto, seguridad, estabilidad emocional, compromiso, ternura, comprensión, apoyo. El festejo a la fidelidad responde al estrés, la ansiedad y la incertidumbre de la cultura democrática-individualista: “en la raíz del valor concedido a la fidelidad, está la fragilidad narcisista contemporánea, la voluntad más o menos explícita de instaurar lo idéntico y la permanencia, la esperanza de una vida íntima al abrigo de las turbulencias del mundo”.¹⁹ Para Lipovetsky, la fidelidad es la razón de los individuos para sujetarse contra el aislamiento de las sociedades contemporáneas. Entre más se celebran los derechos individuales, más se vive el abandono y la soledad. Por ello, la fidelidad reconcilia la esperanza de vivir un futuro en compañía de otro.

En cuanto a la castidad, la sociedad hedonista extiende la idea de un comportamiento adecuado y moderado de los placeres en los actos sexuales. Los individuos alzan la voz en favor de la prevención de enfermedades de transmisión sexual; por ejemplo, sífilis, sida, gonorrea, herpes, etcétera. No sólo se busca gozar y encontrar nuevas prácticas sexuales; se elogian la templanza y la higiene. La castidad es compatible con los actos apacibles y no con las vivencias alocadas del sexo. En otras palabras, la castidad no equivale a renuncia total de las pasiones sexuales; es más bien una nueva orientación posmoralista que coloca en el centro a la higiene y la ternura afectiva. Se valoran más que nunca la calidad y la limpieza durante un encuentro sexual, en detrimento de la vivencia estricta del orgasmo. Vale la pena agregar que en el sexo de lo que se trata es no depender del otro; es cuidarse del otro, el cual es visto como un peligro y no como un ser únicamente atractivo. Durante el sexo es

¹⁹ *Ibíd.*, p. 70.

mejor tomar medidas preventivas para la autoprotección. La prioridad es uno mismo; esto deriva en la reivindicación individualista del yo.

Sobre la prostitución, la sociedad del posdeber ya no ve esta actividad como un vicio, sino como una actividad lucrativa e industrial, en donde la mujer es la víctima. El nuevo individualismo no hace legítima esta actividad sexual, pero si la sitúa en el corazón de la sociedad como una actividad indignante y cruda. En la sociedad posmoralista la prostitución sigue siendo una ocupación que causa desacreditación y que no es reconocida socialmente; sigue siendo una profesión desvalorizada, pero no un defecto de las personas.

En lo concerniente al tema de la muerte, uno de los mandatos de la moral individual propia de la sociedad del deber era la conservación de la vida; el suicidio era considerado un acto cobarde y vergonzoso, puesto que no sólo se faltaba a sí mismo, sino también a las obligaciones con respecto a la colectividad. Esta cuestión evidentemente ha cambiado con el triunfo de los derechos individuales; el hombre es capaz de tomar la conducción de su propia vida. La época moralista reprobaba el suicidio; la fase posmoralista reconoce en el suicidio el derecho a no sufrir más. El individuo por derecho es dueño de su propia vida y puede, en determinado momento, decidir acerca de la misma. La cultura neindividualista ha engendrado la siguiente noción: el suicidio es reconocido a menudo más como un acto de fragilidad emocional, que como un acto indignante. Uno de los casos que mejor esclarece este aspecto es la eutanasia. El debate sobre la muerte voluntaria en las sociedades democráticas ha impulsado, por un lado, el derecho a decidir sobre una muerte dulce y asistida, ante el dolor de una enfermedad crónica incurable; y por otro lado, el debate legal en torno al derecho potestativo a morir. Según el autor:

El debate sobre la eutanasia es una nueva ilustración de las antinomias de la era posmoralista: por un lado se afirma el derecho de cada uno a disponer de su propia vida; por otro, se prorroga la prohibición ética de administrar la muerte, aunque sea con el consentimiento libre y lúdico de los pacientes.²⁰

²⁰ *Ibíd.*, p. 89.

Para Lipovetsky, el derecho a la eutanasia refleja contundentemente la manifestación clara del triunfo de los derechos subjetivos; de la victoria del «individuo-rey». La cultura democrático-individualista extiende paradójicamente el rechazo al derecho legal de disponer sobre la propia vida y al mismo tiempo, consiente la asistencia médica a la muerte bondadosa.

Otro aspecto que ilustra de manera notoria el retroceso de las obligaciones morales es el derecho a la disposición libre y satisfactoria del cuerpo. El cambio de sexo y la comercialización del cuerpo, señala el autor, son dos manifestaciones sustanciales que esbozan la vuelta hacia atrás de los deberes. Los procedimientos quirúrgicos han ganado terreno en torno al derecho de disponer de nuestro propio cuerpo; las cirugías son consideradas legales y en la mayoría de casos, son avaladas por la Seguridad Social. La sociedad del deber consideraba un crimen la mutilación genital, puesto que era un agravio en contra de la propia humanidad; la sociedad del deseo la reconoce como un derecho legar a decidir sobre nuestro cuerpo. El transexualismo, la alquiler del útero para la procreación o el banco de esperma ejemplifican la fase posmoralista de la modernidad. En lo concerniente al transexualismo, la persona que se considera transexual siente un profundo deseo de vivir en carne propia las experiencias y la aprobación del sexo opuesto a su sexo biológico, lo que la lleva generalmente a la realización de cirugías o bien a la utilización de procedimientos hormonales que permitan la similitud al sexo con el que se identifica. Con respecto al alquiler del útero, en nuestras sociedades es muy común que una mujer bajo el derecho legal de disponer sobre su cuerpo pueda llevar a cabo la gestación a cambio de remuneración económica. El alquiler de úteros es una de las acciones más costosas que buscan resolver problemas de infertilidad entre las parejas o en el caso de parejas homosexuales, el deseo de convertirse en padres. Por lo que se refiere a la venta de esperma, existen bancos especializados que buscan donantes calificados que se encuentren en perfectas condiciones saludables y libres de cualquier enfermedad de transmisión sexual. La venta de semen se ha convertido en una actividad comercial y remuneradora.

Otro punto que esclarece la transición de la sociedad del deber a la sociedad fuera-del deber es el que tiene que ver con la presencia de la limpieza y de la higiene compulsivas. Evidentemente, en la fase moralista la higiene era vista como una obligación; la limpieza se demandaba por respeto a la colectividad, pero también por respeto a sí mismo. La higiene denotaba la dignidad de las personas; la suciedad abrigaba los vicios y la depravación:

La suciedad es signo de pereza y vicio del alma, la limpieza revela amor al orden y respeto a sí mismo, aplicándose los calificativos más severos, los más culpabilizadores, a aquellos que descuidan los deberes de la higiene: peligrosos para ellos mismos y para los demás, el «mugriento» sólo merece desprecio y rechazo colectivo.²¹

Aquel discurso higienista de la sociedad del deber está ahora en boga en la sociedad posmoralista, a través de la nueva retórica de bienestar. La lógica del mercado ha extendido sistemáticamente el goce, el disfrute de aromas y emulsiones en nuestro cuerpo. Las prácticas higienistas no revelan más el respeto hacia uno mismo: celebran el deleite de los placeres íntimos. La seducción higienista vocifera la felicidad a través de la extrema vigilancia narcisista del yo.

La promoción de una sociedad libre de nicotina y contra el alcohol conlleva también dos fenómenos que ilustran el torbellino posmoralista. La cultura higienista fortalece la protección de los no fumadores. Las campañas sanitarias abogan por un menor consumo de alcohol y de tabaco; por una vida sana y libre de sustancias tóxicas en el organismo. A menudo, el consumo de alcohol y de tabaco va de la mano; es por ello que la misión de hacer retroceder el consumo se expresa mediante el convencimiento de la población acerca del grave problema de salud pública que representan ambas sustancias. La cultura higienista se preocupa más por la prevención y la toma de conciencia que por el despliegue autoritario de ciertas normas que persiguen reducir su consumo; hay que “convencer sin obligar”.²² La era fuera-del-deber es persuasiva y disuasiva en torno a los excesos; su objetivo es proteger la salud a través de evidenciar

²¹ *Ibid.*, p. 100.

²² *Ibid.*, p. 103.

las consecuencias nocivas para el organismo. No obstante, el propósito de hacer retroceder el consumo de alcohol y de tabaco responde a la protección individualista de los derechos subjetivos; se trata de proteger la libertad de los no fumadores, sin coartar la libertad de los otros. En la sociedad posmoralista estas dos lógicas antinómicas cohabitan y orientan el futuro de las sociedades democráticas contemporáneas.

La cruzada contra las drogas es otra manifestación explícita de la oleada fuera-del-deber. No se trata de afianzar un discurso moralizador en contra de la toxicomanía; se intenta nuevamente persuadir a los consumidores de los peligros de salud a los que se enfrentan. El nuevo individualismo no es permisivo, ni tampoco desenfrenado en cuestión de toxicomanía; su objetivo es:

Aniquilar la narcocracia, reducir la corrupción y la criminalidad, garantizar la «calidad de vida de los intoxicados» con productos no traficados. En lugar de la prohibición y la represión, se privilegian pragmáticamente la seguridad colectiva, los derechos subjetivos, la asistencia a toxicómanos.²³

La cruzada antidrogas, a mi parecer, responde, como Lipovetsky señala, a la necesidad de su combate, a la protección de los derechos humanos y a la asistencia hacia los toxicómanos, pero también responde a los intereses políticos y económicos de los grandes magnates que controlan la droga.

Acerca de la actividad deportiva, Lipovetsky establece que el deporte ya no cumple más con el deber fastidioso de generar templanza y control de sí mismo; ya no se le relaciona con una actitud pedagógica forjadora del carácter, para la construcción de un mundo mejor. En la era posmoralista la competitividad refuerza la idea de la superación personal, la búsqueda del placer y el logro de metas subjetivas. El deporte, en la etapa moralista, era una cuestión de aprendizaje de virtudes; era un asunto de disciplina. El deporte, en la etapa posmoralista, es sinónimo de ocio, salud, esparcimiento, curiosidad, relajación y desafío. El deporte se ha “convertido en uno de los emblemas más significativos de la cultura individualista narcisista, centrada en el éxtasis del

²³ *Ibid.*, p. 109.

cuerpo”.²⁴ El hedonismo de las prácticas deportivas se presenta en la actualidad en la realización de deportes extremos tales como el paracaidismo, el parapente, el descenso de ríos o *rafting*, el ciclismo de montaña, la escalada o rapel, el excursionismo, el buceo, el salto *bungee*, etc., que permiten vivir experiencias sensoriales sin precedentes. Asistimos a la realización de un deporte más experiencial, más emotivo, fugaz y placentero; a un deporte más personalizado. Destaquemos que la competitividad deportiva no ha escapado por completo de la moral individual; la lealtad higienista se estima en la exhortación al juego y a la práctica deportiva libre de drogas. El deporte, en el movimiento posmoralista, es coexistente con el orden y el desorden, con la vivencia de nuevas sensaciones experienciales y con la vigilancia extrema y minuciosa de las actividades atléticas libres de dopaje.

Una de las exigencias más valoradas y alabadas por la sociedad del deber era sin duda el trabajo. El trabajo no sólo se impulsó como un deber: era una obligación que denotaba la perfección del hombre. Lipovetsky destaca que en la sociedad moralista lo que dignificaba a un hombre era su quehacer laboral. A los individuos se les enseñaba a respetar su vida y la de los demás a través del trabajo y, por consiguiente, el progreso de la humanidad venía dado por el esfuerzo laboral de cada persona. En aquellos tiempos cuando el deber lo regulaba todo, el trabajo era elogiado y entendido como medio para vivir dignamente; era la máxima expresión de armonía y consolidación de la sociedad. El trabajo ha dejado de ser una obligación, para ser revalorizado ahora en términos de autonomía y participación libre. En la sociedad posmoralista, el trabajo se flexibiliza a favor de los intereses, la innovación, el dinamismo y la comunicación abierta de los individuos. Sin embargo, esta flexibilización y apertura del trabajo ha llevado a que los individuos rindan mejor profesionalmente, con la finalidad de cumplir los objetivos de la empresa a la cual pertenecen. Esa es la trampa que Lipovetsky identifica: siempre que se

²⁴ *Ibíd.*, p. 112.

celebra el retroceso de las obligaciones moralizadoras de la sociedad del deber, insiste más la empresa en la revitalización y la productividad de los individuos.

La transformación más llamativa del proceso posmoralista es quizá el asunto concerniente a la familia. En la sociedad del deber la familia era la institución represiva y autoritaria que ordenaba el cumplimiento de ciertos mandatos en favor de la colectividad; era el lugar del que se quería escapar. En la época hedonista, la familia es el espacio que cobija al individuo libre y autónomo. La transformación de la institución familiar ha sido posible en gran medida gracias al avance de la ciencia y de las técnicas biológicas que han hecho posible la fecundación *in vitro*. La reproducción asistida ha transformado los antiguos lazos conyugales. Ahora una mujer puede someterse a un procedimiento de procreación artificial sin llegar al acto de relación carnal. En la actualidad, la mujer puede ser fecundada por un hombre anónimo que vende su espermatozoos para la realización de la procreación asistida. Esto significa que los antiguos lazos familiares se desdibujan en favor de los deseos y vivencias puramente individuales. Asistimos, pues, a la configuración de lo que Lipovetsky llama “familia a la carta”, la cual se construye y reconstruye libremente según los intereses individuales. Ya no se respeta a la familia porque ejerza superioridad sobre el individuo; se respeta a la familia porque es en ella donde los sujetos pueden realizarse y alcanzar plenamente sus objetivos.

Dicho lo anterior, procedamos a decir que en la sociedad posmoralista se afianza un consumo Fase II; un consumo «para sí», el cual sustituye al consumo «para el otro», otorgando apertura a la individualización de los gustos y de los comportamientos. En otras palabras, la aspiración de los individuos no es más que el logro de la felicidad privada. La Fase II se instauró en el corazón de lo que Lipovetsky llama “sociedad de la abundancia”. Una vez que aumenta el poder adquisitivo de las personas, el consumo se modifica y se vuelve masivo, poniendo a disposición de las personas los productos alegóricos de la sociedad de la abundancia, como el coche, la televisión o los electrodomésticos. Esta fase permitió mejorar el nivel vida de las personas y anunció el crédito como el símbolo del consumo material más psicologizado e individualizado para la

satisfacción de los deseos inmediatos. De ahora en adelante, el nuevo modo de vida se asocia con vacaciones, moda, ocio y tiempo libre. El objetivo de la Fase II consistió en fabricar productos estandarizados en serie, que estuvieran al alcance de todos, con la intención de mejorar las condiciones de vida. El consumo de la Fase II se metamorfosea con la seducción, el hedonismo, la euforia publicitaria, lo efímero y la moda. La Fase II se aloja:

En un tipo de sociedad en el que la seducción reemplaza a la coerción, el hedonismo al deber, el gasto al ahorro, el humor a la solemnidad, la liberación a la represión, el presente a las promesas del futuro. La Fase II se anuncia como «sociedad del deseo», ya que toda la cotidianidad está impregnada del imaginario de la felicidad consumista, de sueños playeros, de ludismo erótico, de modas ostensiblemente juveniles. Música, rock, tebeos, lolitas, liberación sexual, *fun morality*, diseño vanguardista: el periodo heroico del consumo rejuveneció, euforizó, aligeró los signos de la cultura cotidiana.²⁵

La Fase II inaugura el consumo más frívolo y seductivo de la vida material comercial. El gran logro de las sociedades posmoralistas fue la inserción de un consumo de masas emocional, sensitivo, exacerbado, adherido a una cultura hedonista y psicologista, permitiendo la liberación del *self* a través de los viajes, la diversión, el bienestar, el ocio, la comodidad, la estimulación de la compra, los arrebatos por lo nuevo, las compras compulsivas, el «disfrute-minuto» y el derroche fastuoso. La Fase II ha logrado establecer un consumo más abierto y sensitivo; se ha encargado de erradicar los ideales de sacrificio en beneficio del goce privado. Sin embargo, “el individuo se está convirtiendo es una especie de hipocondriaco crónico. Los cuerpos son libres, la infelicidad sexual persiste. Las incitaciones al hedonismo están por todas partes: las inquietudes, las decepciones, las inseguridades sociales y personales aumentan. Son estos aspectos los que hacen de la sociedad de hiperconsumo la civilización de la felicidad paradójica”.²⁶ La Fase II se implanta en la “segunda revolución individualista”, calificada como hedonista y psicologizada, desligada de los grandes principios coercitivos del deber. En términos generales, el consumo

²⁵ Lipovetsky, Gilles, *La felicidad paradójica*, *óp. cit.*, p. 31.

²⁶ *Ibíd.*, p. 13.

Fase II motivó a los consumidores a vivir mejor y a “pasarla bien”, pero sobre todo, impulsó el goce de los placeres de la vida.

En conclusión, la sociedad del deseo extendió el lema “prohibido prohibir” y con ello hizo posible la apertura de una infinidad de gamas de elección para la vida. Según Lipovetsky, “hemos dejado de creer en el sueño de «cambiar la vida»; no hay nada más que el individuo soberano ocupado en la gestión de su calidad de vida”.²⁷ Ya ningún ideal colectivo superior es capaz de movilizar la mentalidad de los individuos. El neoindividualismo instala en el centro de la vida social al individuo autónomo, unas veces coherente y ordenado y otras perturbado y caótico. Sin embargo, Lipovetsky señala que esto no debe llevarnos a pensar en el desarrollo galopante de un nihilismo puro; en el cinismo y vacío de los valores, ni tampoco en un sistema anárquico en la sociedad. Resaltemos que para el autor, las manifestaciones contundentes de la fase posmoralista no deben establecer juicios definitorios. Hay que pensar nuestros días como un proceso en donde la relación desorden-orden va de la mano y en concordancia con los valores éticos. La dinámica neoindividualista significa respeto a los derechos subjetivos, pero también protección a los derechos de los demás ante la ley; esta nueva cuestión paradójica es la que caracteriza a las sociedades democráticas contemporáneas.

La época posmoralista ya no tiene fe en un vivir para la colectividad; empero, esto no quiere decir, advierte Lipovetsky, que los individuos contemporáneos sean más egoístas que los individuos de tiempos anteriores. En nuestras sociedades el individualismo posmoralista no se opone a la ayuda hacia los semejantes; más bien la generosidad ya no se acompaña de renuncia total. El neoindividualismo es benévolo con la solidaridad pero si ésta no significa dar demasiado de sí mismo.

²⁷ Lipovetsky, Gilles, *El crepúsculo del deber*, óp. cit., p. 72.

1.3. La sociedad del exceso

Como una prolongación de la sociedad del deseo, a partir de 1970 y hasta nuestros días comienza a desarrollarse la sociedad del exceso, sociedad ultramoderna o sociedad hipermoderna, cuyo ideal es el beneficio subjetivo. La sociedad hipermoderna denota el debilitamiento de las normas disciplinarias y autoritarias y abriga la pujanza de la individualización. Ya no estamos en el mundo en el que el Estado regulaba cuidadosamente las actividades económicas y administraba la Seguridad Social; el mercado logra imponerse y la competencia económica, la superabundancia, la técnica y los derechos individuales son los signos distintivos de nuestro tiempo. Para Lipovetsky, hemos transitado de una modernidad limitada hacia una modernidad acabada. Según el autor asistimos a la culminación de la modernidad, “que se concentra en el liberalismo universal, en la comercialización casi general de los modos de vida, en la «explotación hasta la muerte» de la razón instrumental, en la individualización vertiginosa”.²⁸ Celebramos, pues, la transición de una primera modernidad hacia una modernidad de segundo tipo o sociedad hipermoderna, desreglamentada y globalizada. No sólo Lipovetsky constata los nuevos efectos de la segunda modernidad y escribe alrededor de la misma. Qué decir de la preocupación de Zigmunt Baumann y de su análisis que versa sobre la modernidad líquida, o bien Anthony Giddens y su estudio en torno a la modernidad radicalizada y desbocada en la que vivimos, sin dejar de nombrar, por otro lado, a Ulrich Beck, quien sostiene que somos partícipes de una sociedad del riesgo o sociedad reflexiva; o bien las declaraciones recientes de Harmut Rosa, acerca de la aceleración social de la humanidad.

La época hipermoderna, siguiendo a Lipovetsky, se centra en el reemplazo de la sociedad rigorista y disciplinaria (sociedad del deber); en el debilitamiento de las normas autoritarias; en la pérdida de ideales revolucionarios y en la falta de confianza hacia los líderes políticos y militares.

²⁸ Lipovetsky, Gilles, *Los tiempos hipermodernos*, Barcelona, Anagrama, 2008, p. 56.

Pero sobre todo, la sociedad hipermoderna es la prolongación de la sociedad posmoralista cuyos efectos son portadores tanto de promesas, como de peligros. Ya no estamos en el mundo en el que “la Iglesia” seguía teniendo efecto en las conciencias de los individuos; en donde la esperanza por una sociedad mejor se gestaba en la creencia en los ideales de los partidos políticos. Ya no es más la época de los grandes sacrificios en pos de la Nación, ni tampoco el Estado es el gran administrador económico. Ha llegado el momento de hablar de la sociedad hipermoderna, de problemas financieros, de industrialismo extremo, de desenfreno tecnológico y científico, de crisis ambientales, de hiperindividualismo y de riesgo y peligro. Según Lipovetsky, hemos pasado de una modernidad limitada hacia una modernidad acabada.

La sociedad hipermoderna se aloja en el corazón mismo de la «sociedad moda», arraigada en la seducción permanente, la frivolidad, la fugacidad, el exceso, el vacío y la decepción. En la «sociedad moda» prevalecen dos tendencias contradictorias. Por un lado, la preocupación excesiva por el cuerpo, la higiene, la salud y la novedad perpetua; y por el otro, los comportamientos caóticos y el consumo desmedido. La sociedad hipermoderna es para el autor la sociedad de la “cultura-mundo”.²⁹

En la «sociedad moda» el hiperindividualismo se hace evidente al perseguirse la maximización de los intereses particulares en múltiples aspectos de la vida, tales como la familia, el trabajo, la sexualidad, la escuela, etcétera. En la hipermodernidad la primacía de la voluntad individual se ha impuesto como el espíritu de la época. En otras palabras, el presente se organiza por la exaltación de la felicidad privada y el culto hacia uno mismo, haciendo retroceder la acción colectiva.

La modernidad de segundo tipo ve florecer el nacimiento de una cultura hedonista, psicologista y del bienestar, que estimula el cumplimiento inmediato de los deseos y las pasiones subjetivas. La sociedad ultramoderna pone sobre la

²⁹ Por cultura-mundo el autor entiende el “fin de la heterogeneidad tradicional de la esfera cultural y universalización de la cultura comercial, conquistando las esferas de la vida social, los estilos de vida y casi todas las actividades humanas.” Lipovetsky, Gilles, *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010, p. 9.

palestra al consumo como expresión de bienestar, comodidad, tiempo libre, relajación y ocio. Vivir el presente sin privarse de nada es lo que importa. Empero, la época ultramoderna también coincide con la vivencia de un tiempo dudoso y riesgoso: “la sensación de inseguridad ha invadido los espíritus, la salud se ha impuesto como una obsesión de masas, el terrorismo, las catástrofes y las epidemias están a la orden del día”.³⁰ La vida en la cultura del bienestar se vuelve más ansiosa y estresante. Los individuos ya no creen en el futuro; ya no hay fe en la construcción de una sociedad digna; la idea de progreso ya no es fidedigna. El momento histórico actual está plagado de inquietud, desencanto y miedo:

La relación con el progreso se ha vuelto insegura y ambivalente, ya que el progreso está asociado tanto a la promesa de la mejora como a la amenaza de catástrofes en cadena. No estamos en el último tramo de toda creencia en el progreso, sino en el momento de la aparición de la idea posreligiosa de progreso, es decir, de un devenir indeterminado y problemático: un futuro hipermoderno.³¹

La angustia, la precariedad y la incertidumbre en la época hipermoderna se han dejado sentir, según el autor, en los siguientes aspectos de la vida: la salud, el tiempo, la hipervigilancia, la revalorización del pasado y la identidad. Expliquemos qué implica cada uno de ellos.

La preocupación narcisista por la salud es una manifestación evidente de la angustia del tiempo actual. A los individuos ya no les interesa tanto la apariencia de su cuerpo, como la preservación de la vida. La sociedad hipermoderna rinde culto a la cultura de la prevención. Día tras día aumenta la obsesión de los individuos por el mantenimiento de un cuerpo saludable; por evitar de cualquier manera los estragos de la edad. Para el pensador francés, el culto a la salud implica la constante vigilancia del cuerpo a través de la “medicalización de la existencia”; es decir, el objetivo es garantizar nuestro bienestar y gozar de una mejor calidad de vida. Medicalizar la existencia implica hacer ejercicio, comer sano, perder peso, tener buenos hábitos de limpieza, realizar evaluaciones medicas constantes, no fumar, prestar atención a las

³⁰ Lipovetsky, Gilles, *Los tiempos hipermodernos*, *óp. cit.*, p. 67.

³¹ *Ibíd.*, p. 70.

señales del cuerpo ante alguna dolencia, llevar a cabo una dieta balanceada; todo esto, con la finalidad de evitar riesgos y planificar la vida.

La preocupación por el tiempo ha ganado terreno en casi todos los aspectos de la vida y es una de las consecuencias más severas de la sociedad del exceso, puesto que el tiempo se vive con intranquilidad y angustia. La época hipermoderna es promotora de lo que Lipovetsky denomina “rarefacción del tiempo”. Cada día son más las personas que se sienten agotadas y alzan la voz a favor de una desaceleración del tiempo. Por todas partes los individuos viven la escasez del tiempo en sus actividades laborales, escolares, deportivas o de esparcimiento. En la actualidad somos sensibles a la escasez del tiempo y al ritmo de vida acelerado, lo cual propicia en los individuos un estrés permanente y una vida conducida más aprisa.

En la sociedad del exceso la hipervigilancia opera bajo la puesta en marcha de millones de cámaras que vigilan de cerca las actividades y el comportamiento de los individuos. La hipervigilancia es colocada en el transporte público, en las calles, en la escuela, en el trabajo, en las tiendas departamentales al realizar nuestras compras, en los hospitales; en todas partes los comportamientos individuales se sumergen en la observancia. Para combatir la criminalidad, tenemos el remedio de la vigilancia extrema de la conducta de las personas. La sociedad hipermoderna ha logrado sustituir a la sociedad del deber disciplinaria y autoritaria, apostando a la hipervigilancia de la sociedad.

El pasado y la tradición son dos aspectos que la sociedad del exceso no elimina; por el contrario: “la hipermodernidad no está estructurada por un presente absoluto, sino por un presente paradójico, un presente que no deja de exhumar y redescubrir el pasado”.³² Lo que se gesta en la hipermodernidad es una especie de hibridación entre lo pasado y lo presente; los individuos consumen objetos del pasado puesto que ellos producen una especie de autenticidad de un tiempo que ya no lo es más, convirtiéndose en lo que Lipovetsky nombra “objeto-moda”. En este sentido, la modernidad de segundo

³² *Ibid.*, p. 90.

tipo no es autorreferencial, como recalca Ulrich Beck; se caracteriza, según Lipovetsky, por el retorno de un pasado que descansa en el cuidado, por ejemplo, de recintos arquitectónicos de épocas antiguas.

En lo que respecta al tema de la identidad, la sociedad ultramoderna despliega, en palabras de Lipovetsky, “una identidad más abierta y reflexiva”; es decir, no se trata sólo de que exista un reconocimiento de nuestra persona únicamente como ciudadanos iguales a los demás; más bien se trata de que se nos reconozca por nuestras diferencias frente a los demás; una diferencia que es comunitaria e histórica. Sin embargo, al ser la identidad abierta y reflexiva, se corre el peligro de presenciar el nacimiento de “tiranías de nuevo cuño, combinaciones de democracia y etnicidad, de modernización frustrada y «fundamentalismo»”.³³

Una vez discutidos los puntos anteriores es importante destacar que la sociedad hipermoderna despliega un consumo Fase III, que se organiza más con inclinaciones, gustos y criterios individuales. En la actualidad el consumo se vive en razón de mejorar nuestra calidad de vida y de permitir que seamos más independientes. En la época hipermoderna el consumo tiene menos relación con la posición social. Ya no compramos cosas materiales para distinguirnos de los demás; consumimos objetos porque ellos nos permiten ser más móviles y autosuficientes como personas. El consumo Fase III encarna la vivencia de experiencias nuevas, la emotividad de preservar la juventud y el cuidado excesivo del cuerpo. La época actual, recalca el autor, es pues la civilización del hiperconsumo.

En la sociedad hipermoderna la dinámica que sostiene el hiperconsumo tiene que ver con la constante búsqueda de alcanzar la felicidad privada. Los individuos se esfuerzan en la actualidad por conquistar la salud y ser eternamente jóvenes. Ha quedado atrás la era de la ostentación de objetos. El individuo hiperconsumidor valora más el *confort* sensitivo, el culto a lo nuevo y la personalización de los objetos. Para Lipovetsky, el consumo “a la antigua” hacía

³³ *Ibíd.*, p. 98.

evidente la distinción económica y social entre las personas. En la hipermodernidad el consumo expresa los gustos, la independencia, las diferencias de la edad y la identidad cultural de las personas. El hiperconsumo contemporáneo está ligado más bien con la expresión de una identidad individual: “yo demuestro, al menos parcialmente, que existo, como individuo único, por lo que compro, por los objetos que pueblan mi universo personal y familiar, por los signos que combino «a mi manera»”.³⁴ El consumo, en nuestros días, intenta dar respuesta al menos tentativamente a la pregunta de “¿quién soy?”.

La Fase III refuerza la mercadotecnia sensorial. Ya no se hace hincapié únicamente en la funcionalidad de los objetos. Hoy más que nunca el consumo emocional fortalece la nueva aventura del hiperconsumidor, ávido de nuevas experiencias sensitivas y mayor bienestar privado. Según el pensador francés, la Fase III revela la nueva relación sensorial entre el individuo y la mercancía. Con ayuda de la espectacularidad publicitaria, la emoción sensitiva que provoca el consumir un producto pone el acento en las campañas que promueven la individualización. En nuestra época no se vende un producto por su funcionalidad; se vende un estilo de vida ligado a la marca y a la personalización. La marca es, en ese sentido, un código de representaciones simbólicas que el individuo asocia con el deseo narcisista de vivir experiencias nuevas. Evidentemente, el comprar una marca no deja de asociarse con la posición social que ocupan los individuos; sin embargo, en nuestros días el placer narcisista de sentir nuevas emociones alimenta el neoindividualismo. El individuo asimila nuevas experiencias que son más para él mismo que para conseguir el asombro y la valoración de los otros. La compra de un producto de marca significa la apropiación de un código identitario; es decir, al consumir una marca las personas se reconocen como iguales, porque ésta representa el signo distintivo de su personalidad. El consumo imperioso de las marcas es una manifestación del individualismo hedonista contemporáneo.

³⁴ Lipovetsky, Gilles, *La felicidad paradójica*, *óp. cit.*, p. 39.

El culto por las marcas revela también el detrimento de los antiguos sistemas de referencia colectivos. El nuevo orden social se encuentra desorientado y más apegado al principio de individualidad y de incertidumbre hipermoderna. La marca posibilita la serenidad y la calma en el comprador: “el éxito de las marcas brilla sobre el telón de fondo del desconcierto y la ansiedad crecientes del hiperconsumidor”.³⁵

En la sociedad democrática de hiperconsumo, los individuos orientan su mirada en dirección de los productos y las marcas que pueden ofrecerles *confort*, calidad y felicidad material; estas aspiraciones democrático-individualistas son las que persuaden el placer de consumir continuamente. En la sociedad de hiperconsumo ya no es mal visto gastar a manos llenas; se consume una infinidad de marcas en función del estado anímico de las personas y del momento. El consumo está muchísimo más ligado a la experiencia de placeres, que a la ostentación de riqueza frente a los demás.

De acuerdo con el autor, en la personalidad del hiperconsumidor existe una especie de “voluntad de poder” vinculada al hecho de ejercer cierto control sobre el tiempo y el espacio. El individuo hiperconsumidor busca desesperadamente construir un modo de vida individualizado que le permita prolongar la duración de su vida. La obsesión moderna por la medicalización de la existencia y el cuidado del cuerpo reflejan la angustia desesperada del hiperconsumidor por vivir más tiempo. Según Lipovetsky, el *Homo consumericus* avanza con impaciencia hacia el *Homo sanitas*; no cabe duda de que el neoindividualismo acelera el consumo de análisis preventivos, tratamientos médicos basados en la alimentación equilibrada y sana y fármacos, todos ellos con el objetivo de tener una salud favorable y evitar enfermedades que a la larga se puedan complicar. El hiperconsumidor no sólo gasta dinero en medicamentos, también lo hace en relación con artículos científicos especializados en materia de salud; en reportajes de vida y salud y en la acumulación de programas televisivos que promueven la concientización del

³⁵ *Ibid.*, p. 45.

individuo en temas sanitarios. La salud es la preocupación omnipresente de la era hipermoderna; no basta con curar las posibles enfermedades: se trata de anticiparse al surgimiento de padecimientos a través de la edificación de una cultura preventiva. Para Lipovetsky, la Fase III se anuncia como la etapa en la que la medicalización de la vida se ha convertido en un asunto de consumo. La sociedad hipermoderna es la sociedad de la hipermercancía medicalizada, en donde la extrema vigilancia por la salud radica en limitar los riesgos y combatir la mortalidad. El neoconsumidor del ciclo III está aterrorizado por el envejecimiento; busca incesantemente rejuvenecer.

Al igual que la medicalización de la existencia, la obsesión por el cuerpo en la era hiperconsumista se pone de manifiesto al considerar aquél como un objeto susceptible de corrección y transformación. En la actualidad, las cirugías estéticas, la fecundación asistida y los procedimientos quirúrgicos de cambio de sexo revelan la nueva relación consumista e individualista con el cuerpo. Las personas quieren y desean tener control de lo que pasa en su cuerpo; buscan el dominio de sus estados de ánimo a través del consumo de fármacos y psicotrópicos. Así pues, para Lipovetsky la psicofarmacología y las nuevas tecnologías moleculares dan fe de la nueva dependencia del individuo hacia los productos químicos. En la era hipermoderna, mientras más autónomo sea el individuo, más se convertirá en un ser dependiente del exterior.

En la Fase III el consumo no es sinónimo únicamente de los deseos frustrados de los individuos; no actúa exclusivamente como paliativo ante los fracasos individuales, ni tampoco como simple distracción o consuelo. El consumo también es un agente de experiencias emocionales hedonistas. La industria de la experiencia ofrece todo un amplio abanico de vivencias nuevas. El individuo hiperconsumidor compra lo inesperado y lo extraordinario; compra la emoción y la sensibilidad de las cosas. El hiperconsumidor espera más universos maravillosos, alucinantes; busca sumergirse en un mar embriagado de emociones mágicas y lúdicas.

Lipovetsky considera que la sociedad del hiperconsumo se organiza alrededor de dos lógicas antagónicas: por un lado, las compras se vuelven un

acto molesto, puesto que la finalidad está encaminada a la funcionalidad de las cosas; por otro lado, engloba el placer y la fiesta. El consumo en la sociedad hipermoderna se vuelve una forma de distracción, de entretenimiento para todos; un momento de escape ante la angustia y desesperación que representa la vida.

La compra-placer personifica el nuevo vínculo entre consumo y hedonismo. La novedad en los productos y servicios es la condición necesaria para inmortalizar el goce y el entusiasmo por consumir. Según Lipovetsky, el *Homo consumans* es hoy un *Homo ludens*. En la Fase III los individuos consumen con mayor ímpetu placeres renovados y sensaciones nuevas.

Es sustancial destacar que el *Homo consumator* no es un ser alienado a las mercancías e incapaz de reflexionar. La postura de Lipovetsky es muy clara: el consumo no es signo de alienación; es una expresión de la libertad humana. Los individuos, en nuestros días, son más móviles que sonámbulos. El neoconsumidor:

No es el individuo manipulado e hipnotizado, sino un individuo móvil, el individuo trayectoria que zapea con las cosas con la esperanza, por lo general defraudada, de zapear con su propia vida.³⁶

Mi postura difiere en este aspecto. Considero que el consumo evidentemente es una expresión de los derechos subjetivos; empero, también es el triunfo de la filosofía liberal capitalista. Con esto no quiero satanizar al consumo, sino más bien apuntar que el despliegue de la filosofía liberal capitalista ha producido en los individuos una profunda desorientación en sus vidas. Es cierto que no podemos generalizar y decir que el individuo sea un ser acrítico. En esto coincido totalmente con el autor, pero a mi parecer en la sociedad hipermoderna los individuos se encuentran inmersos en una cultura de la confusión.

En el consumo del ciclo III la mercancía arroja a los individuos a la infantilización; hacia el deseo eterno de renacer y de vivir intensamente el presente. Las personas adultas se niegan a envejecer persiguiendo

³⁶ *Ibíd.*, p. 63.

incesantemente la prolongación interminable de su infancia. Lipovetsky está seguro de que la conducta infantilizada de los adultos no puede denotar absolutamente irresponsabilidad; más bien, los “adulecentes”, como él los llama, juegan a ser niños otra vez; a olvidarse por momentos de la seriedad de la vida. Siguiendo al autor, lo que triunfa es la fascinación resplandeciente de la juventud. “Se ha vuelto legítimo no querer envejecer conservándose, en algunos aspectos, como un «niño crecido»”.³⁷ De lo que se trata es de volver a vivir las experiencias placenteras y felices que se tuvieron durante la niñez; de no renunciar a nada. Indudablemente esta nueva cara del consumo Fase III es el signo de la cultura hedonista-individualista actual.

La tercera etapa histórica del capitalismo de consumo es, pues, la sociedad de hiperconsumo. La Fase III se caracteriza, según el pensador francés, por la revolución de los medios de comunicación, la globalización de los mercados, la desregulación financiera y la individualización del consumo. La Fase I de consumo respondía a un consumo familiar y colectivo; la Fase II a un consumo hedonista y estandarizado de los artículos; la Fase III coloca al consumo dentro de la dinámica de la estimulación de la variedad y las necesidades individualistas. La Fase I y la Fase II del consumo operaban bajo la lógica del sistema de producción de masas. La Fase III actúa bajo la pluralidad galopante de opciones materiales y de innovación interminable; es decir, la individualización de los productos sólo ha sido posible gracias al avance contundente de las nuevas tecnologías. En otras palabras, la Fase III contribuye a la personalización de los objetos. En la actualidad los individuos pueden diseñar los productos que consumen “a la carta”. Un ejemplo claro de la personalización de los productos es la telefonía celular; el diseño del teléfono va desde el color y la forma hasta los sonidos y elementos gráficos que resaltan la identidad personal. El “cliente rey”, como Lipovetsky llama al nuevo consumidor, es aquél que personifica sus productos a partir de inclinaciones y gustos individuales.

³⁷ *Ibid.*, p. 67.

Un rasgo interesante del consumo capitalista es que durante toda la Fase II el objetivo estuvo enfocado al fortalecimiento de una mercadotecnia de masas. La Fase III echa a andar una mercadotecnia de segmentación y de tipo experiencial. ¿Qué significa esto? La producción ya no tiene que ver con la estandarización de productos a gran escala, sino por el contrario, responde a gustos específicos del cliente; es decir, las marcas ya no se dedican a seducir a toda la población, sino a grupos particulares de la sociedad con la intención de que los consumidores vivan experiencias sensoriales nuevas. Es la hora de la vivencia de sueños emocionales y lúdicos.

Lipovetsky observa que la Fase III nace en el momento en el que los hogares se encuentran bien equipados; es decir, cuentan con televisión, un coche para toda la familia, un teléfono en casa, estufa, refrigerador, etcétera, lo que lo lleva a establecer que el nuevo consumo del ciclo III estará centrado en el equipamiento de los individuos; en un consumo más emocional, sensitivo e hiperindividualista. La Fase II representaba al consumo hedonista e individualista correspondiente a la sociedad de masas. La Fase III personifica el consumo hiperindividualista que ha sido posible gracias a la apertura de una infinidad de gamas personales que se multiplican sin cesar. A finales de los años setenta, “la tecnologización moderna de los hogares es casi general, aumenta el pluriequipamiento de éstos, lo que supone el paso de un consumo articulado por la familia a un consumo centrado en el individuo”.³⁸ La individualización de los ritmos de vida se ha producido a gran escala gracias a la multiplicación de productos tales como televisores, teléfonos móviles, cámaras fotográficas, autos, música, vestimenta, etcétera. Con la intención de apropiarse del espacio y del tiempo a través de los objetos, el individuo turboconsumidor intenta construir de manera personalizada su propio espacio-tiempo. El “turboconsumidor” es un comprador móvil y descontrolado cuyo ideal es el bienestar subjetivo. Para Lipovetsky, el individuo turboconsumidor se convertirá en un consumidor vitalicio

³⁸ *Ibíd.*, p. 96.

desde el nacimiento hasta la muerte, que no podrá escapar a los anzuelos que lanza la mercadotecnia comercial.

El estadio III señala el momento en el que la mercadotecnia comercial invade todos los aspectos de la vida. Sin embargo, el pensador francés no asimila este fenómeno como la catástrofe de la humanidad. La mercadotecnia comercial eufórica y hedonista no tiene el poder suficiente para conquistar la aspiración a superarse uno mismo. Gilles Lipovetsky está seguro de que la ambición del orden comercial aún no tiene la capacidad de convertirnos en consumidores de nuestra propia existencia.

En suma, la sociedad hipermoderna es producto del debilitamiento del poder regulador de la familia, la religión y los partidos políticos propios de la sociedad del deber. La cultura hipermoderna es más individualista, emocional e identitaria; “se parece a un caos paradójico, a un desorden organizador”.³⁹ La sociedad del exceso, pese a sus contracciones, no engendra individuos totalmente automatizados incapaces de tomar conciencia frente a los problemas del mundo actual. En concordancia con lo anterior, para Lipovetsky, este tipo de sociedad no opera como un “proceso sin sujeto”, puesto que el individuo es un ser reflexivo del acontecer social y puede transformar su realidad. La época hipermoderna y la onda del espíritu consumista no ponen en peligro la sociabilidad. La atrofia de los encuentros reales entre las personas es, según el autor, un cliché: “a pesar de todas las formas de indiferencia que se detectan, nuestras sociedades propician mucho más la identificación con el otro que su destrucción”.⁴⁰

Como pudimos observar en este capítulo, la “primera revolución individualista” coincide con el nacimiento de una sociedad organizada bajo el culto al deber, estructurada a partir de marcos normativos rígidos y disciplinarios, en pos de la familia, la patria, la Nación, el Estado y el trabajo. La “segunda revolución individualista” converge con la disolución de la moral individual y el desarrollo de una sociedad basada en el hedonismo y en la búsqueda incesante

³⁹ Lipovetsky, Gilles, *Los tiempos hipermodernos*, *óp. cit.*, p. 87.

⁴⁰ Lipovetsky, Gilles, *La felicidad paradójica*, *óp. cit.*, p. 138.

por alcanzar la felicidad privada y el bienestar individual. El eclipse de la moral individual ha cedido paso a la flexibilidad de la autonomía abierta.

Tomando en cuenta todo lo que se ha dicho, no resulta difícil externar que los tipos de sociedad que Lipovetsky examina, contribuyen a clarificar la senda del individualismo y sus profundas contradicciones. El proyecto lipovetskyano evidentemente le otorga un mayor peso explicativo al análisis de la sociedad posmoralista y su prolongación hasta la sociedad hipermoderna. No cabe duda de que la originalidad y la agudeza de Lipovetsky para dilucidar el fenómeno social del individualismo, denotan la genialidad de su pensamiento. En palabras de Schopenhauer: “un genio es el que es capaz de ver la idea en el fenómeno”.

En el siguiente capítulo estudiaremos la relación dialógica que sostiene Lipovetsky con dos de los autores más importantes del pensamiento sociológico contemporáneo, Richard Sennett y Christopher Lasch, en relación con el análisis del narcisismo como condición necesaria para el despliegue del individualismo contemporáneo.

Capítulo 2. El narcisismo: un encuentro teórico entre Christopher Lasch, Richard Sennett y Gilles Lipovetsky

En este capítulo se rescata la parte sustancial de los planteamientos de Christopher Lasch, Richard Sennett y Gilles Lipovetsky en relación con el narcisismo, dilucidando así la complejidad que supone el fenómeno social del individualismo.

Señalemos, pues, que ningún texto es una cosa, sino más bien es resultado - como ya lo señaló Mijaíl Bajtín- de una revelación creativa y artística del pensamiento. Por ello, la intención de este capítulo es comprender y comparar las posturas teóricas de estos tres autores, a través de la decodificación de sus razonamientos, ya que como diría Bajtín, “toda comprensión siempre es dialógica”.

2.1. Christopher Lasch y la cultura del narcisismo

Ya analizados los tres momentos sociohistóricos en las sociedades democráticas, así como el desarrollo de la primera y segunda revoluciones individualistas, el siguiente nivel de esta investigación, para comprender la postura y los aportes teóricos de Lipovetsky con respecto al individualismo, se centrará en el narcisismo, dado que éste es la condición que, según nuestro autor, es necesaria para el despliegue del individualismo en la época actual.

Al igual que cualquier saber humano, el narcisismo, tiene una amplia y vasta tradición teórica, así como diferentes críticos, los cuales le han dado un tratamiento social a este problema. Es sobre esta base teórica existente que nuestro autor se ha inspirado para aportar un nuevo entendimiento a la problemática. Es por ello que dentro de la obra de Gilles Lipovetsky resaltan principalmente dos autores contemporáneos del pensamiento sociológico con los cuales él establece un encuentro dialógico en torno al narcisismo, a saber: Christopher Lasch y Richard Sennett. Así pues, a continuación se expondrán sus posturas sobre el fenómeno del narcisismo para ir concretando el aporte de Lipovetsky acerca del tema en cuestión.

En 1979 se publica en Estados Unidos la obra del sociólogo norteamericano Christopher Lasch: *La cultura del narcisismo*, en la cual la crítica que realizó este pensador estuvo encaminada al análisis de la sociedad estadounidense de los años ochenta, así como al liberalismo y a la crisis política del capitalismo.

Para Lasch, la falta de confianza de los norteamericanos, a finales de la década de los setenta, hacia los líderes políticos de aquel país, había generado en la población un pesimismo exacerbado y una crisis de credibilidad en los gobernantes. Acontecimientos históricos como la derrota de Vietnam, el agotamiento de los recursos naturales y el estancamiento económico son, según Lasch, algunos de los factores sociales que restaron fuerza al liderazgo político y que fomentaron una crisis de confianza en la sociedad. Cabe destacar que este fenómeno no fue único en los Estados Unidos a fines de los setenta: también

tuvo diferentes manifestaciones en otras naciones capitalistas, según el pensador norteamericano. El resurgimiento de la oleada fascista, el terrorismo y el impulso de los partidos de izquierda que cobraron fuerza en esta década, dieron cuenta de la crisis política del capitalismo. Durante este decenio, la sociedad denota, pues, la visión desesperanzadora del futuro; es decir, el porvenir es visto sin mayores esperanzas.

Para Lasch, la profunda desconfianza hacia las personas que ejercían el poder desde los setenta hasta la presente época propició que la sociedad fuese más difícil de gobernar; es decir, los individuos comenzaron a sospechar y dudar cada vez más del papel de los expertos, lo que produjo cierto escepticismo en el sistema político y en la vida pública. El desencanto hacia la democracia gubernamental y hacia el liberalismo había sido notorio. A los ojos de la sociedad contemporánea, los partidos políticos y los funcionarios públicos no terminan por convencer a los ciudadanos de su papel como expertos y como representantes de un pueblo. Según Lasch, esta pérdida de confianza hacia la burocracia gubernamental fue la que engendró las ideas de autogobierno y autoayuda en los individuos. En otras palabras, el sistema político deja de ser legítimo para la ciudadanía. Este asunto se observa claramente ante la negativa y la apatía de algunos sectores de la población con respecto a la participación política.

La ausencia de la participación política por parte de los individuos es para Lasch uno de los signos característicos de la nueva forma de vida en Occidente; es decir, revela el paso del nuevo individualismo competitivo en nuestros días, el cual ha propiciado “la guerra de todos contra todos y la búsqueda de la felicidad al punto muerto de una preocupación narcisista por el Yo”.⁴¹

El narcisismo que describe Lasch en Occidente tiene que ver con el derrumbe de la personalidad autoritaria del hombre económico y con la pujanza del hombre psicológico de nuestra época.

⁴¹ Lasch, Christopher, *La cultura del narcisismo*, Barcelona, Andres Bello, 1991, p. 16.

Lo que caracteriza al hombre narcisista contemporáneo, según el autor norteamericano, es que está obsesionado por el yo; es un ser preocupado por encontrarle un sentido a la vida; es un individuo que se siente como un extraño frente al mundo que lo rodea y por lo tanto, considera a los demás como rivales, lo que lo mantiene dentro de un proceso de perpetua ansiedad. Su actitud frente al sexo es permisiva antes que puritana; sin embargo, esta actitud liberada de la rigidez no le trae paz ni sentido a su existencia. El Narciso de nuestra época es competitivo, desconfiado, antisocial, alabador de las normas y regulaciones sociales y aprecia que éstas no se apliquen a su persona. La conducta de Narciso exige gratificaciones inmediatas, constante aclamación y la aprobación de los demás; es un ser codicioso, puesto que sus antojos nunca tienen límites; no le interesa el futuro, ya que persigue deseos y goces urgentes e inagotables. El narcisista es un individuo que se encuentra constantemente insatisfecho.

Desde la perspectiva de Lasch, el razonamiento sobre el narcisismo enfatiza el hecho en el que la personalidad narcisista sólo puede existir o desarrollarse en una sociedad que otorgue cada vez más importancia a los rasgos egotistas y que aliente la pérdida de la contextualidad histórica; es decir, el narcisista no se interesa por el pasado, ni tampoco le preocupa el devenir histórico; simplemente se refugia en vivencias que satisfagan sus deseos en el presente. Para el narcisista de nuestra época, “vivir el momento es la pasión dominante, no para nuestros predecesores o para la posteridad”.⁴²

Partiendo de lo anteriormente mencionado, la tesis de Christopher Lasch en torno al narcisismo establece que al vivirse el momento y al vivir para uno mismo, el individuo pierde la noción del pasado y no piensa en la posteridad, lo que conlleva una pérdida de sentido en la continuidad histórica. Pero ¿qué significa esto? Pues bien, la preocupación de los individuos contemporáneos por la vivencia de experiencias únicas y efusivas en el presente. El pasado es considerado un estorbo; un momento histórico que no tiene utilidad en la vida del

⁴² *Ibíd.*, p. 23.

narcisista. Este aspecto, para Lasch, representa una tragedia, ya que el pasado es un tesoro político y psicológico del cual el ser humano puede extraer reservas o lecciones para enfrentar el futuro. La indiferencia hacia el pasado detona, según el pensador estadounidense, el desastre en el que se halla sumida la cultura contemporánea; es el principal síntoma de la crisis cultural que atraviesa la sociedad capitalista. La negación del pasado “encarna la desesperación de una sociedad incapaz de enfrentar el futuro”.⁴³

Ante ello, Lasch establece que la pérdida de sentido en la continuidad histórica favoreció la apertura de conciencia y la invasión social del *self*. A finales del siglo XX, la sociedad capitalista en crisis, bajo la creciente ola de desastres, tormentas, la aniquilación nuclear, la muerte, la devastación ecológica, la falta de credibilidad en la ciencia, la desconfianza en la religión, la catástrofe inminente y el torbellino político, derivó en la creciente preocupación individual por la supervivencia; en la prolongación de la buena salud y la tranquilidad emocional. Si se avecinaba el día del “Juicio Final” y se vivía ante la desesperación por sobrevivir, los individuos volcaron su atención hacia ellos mismos; hacia el cuidado personal de su cuerpo, salud y calidad de vida, propiciando así el culto al desarrollo y la satisfacción personales. La expansión del *self* es en consecuencia producto de la crisis cultural de la sociedad capitalista. Los individuos de finales del siglo XX se replegaron hacia ellos mismos y se convencieron de que lo deseable era el perfeccionamiento personal, el cual daba cierta esperanza y estabilidad a sus vidas.

La crisis coyuntural de la década de los setenta, según Lasch, dio pie a la importancia de la mejoría psíquica personal. Los individuos se conectaron con sus emociones y sentimientos; la primacía de la vida privada se manifestó en la inquietud incesante por una alimentación saludable, por el cuidado del cuerpo y la búsqueda ininterrumpida por alcanzar la sabiduría subjetiva. Sin embargo, aunque estas prácticas narcisistas parecen a simple vista inofensivas, trajeron

⁴³ *Ibíd.*, p. 19.

consigo un alejamiento de la participación política ciudadana y un rechazo absoluto al pasado.

El narcisismo es pues, para el autor, un espejo del yo; es la actitud dominante desde finales de los años setenta hasta nuestros días. A partir de la desconfianza y decadencia que representó el papel político, religioso y científico en los ciudadanos, la apertura del “movimiento de conciencia”, como bien lo señalara Lasch, fijó en los individuos una mirada basada en vivir al momento. De nada o poco sirve pensar en el pasado reciente y mucho menos en el futuro aledaño. Lo que caracteriza el momento histórico contemporáneo es que existe una ausencia de continuidad generacional. La peculiaridad de nuestras sociedades actuales es que están sumidas en la idea de supervivencia subjetiva. En la actualidad, los individuos viven bajo la idea creciente de disfrutar y gozar de los aspectos gloriosos que tiene la vida sin importar el futuro; ésta se vio reflejada, por ejemplo en los años setenta y ochenta en Estados Unidos, en la frase popular *carpe diem*; “aprovecha el día” o “vive el momento”. Así, desde inicios de la segunda década del siglo XXI cobra fuerza la expresión *YOLO*: «*you only live once*» o sólo se vive una vez. Ambos dichos serán utilizados en situaciones riesgosas o con consecuencias no deseadas.

Lasch declara que el clima dominante de la sociedad de finales del siglo XX es sin duda terapéutico, no religioso: “la gente de hoy no se muestra ávida de salvación personal; y no digamos ya de una época dorada anterior, sino de un sentimiento, de una ilusión momentánea de bienestar personal, de salud y seguridad psíquicas”.⁴⁴ El “movimiento de conciencia” engendra la noción de que la voluntad individual lo puede todo y determina en ese sentido el rumbo de la vida de cada persona. No obstante, la sociedad moderna industrial somete a los individuos a un aislamiento narcisista, en el cual éstos recurrentemente acuden a la ayuda de los expertos para resolver los problemas de la vida cotidiana. Hoy en día es muy común observar a miles de personas que buscan la solución de sus problemas familiares a través de la asistencia del psicólogo. En ese sentido,

⁴⁴ *Ibid.*, p. 25.

el narcisista está en constante dependencia con los expertos; sobra decir que a pesar de la creciente omnipotencia de la voluntad del *self*, la autoestima del narcisista depende del otro, pues necesita la admiración de los demás. Resulta evidente que el narcisista es un ser que lejos de gozar su grandiosidad, vive atormentado por conservar la ovación externa.

Destaquemos que el narcisista, para Lasch, es un ser que observa al mundo como un espejo del yo, mientras que un individualista contempla al mundo como un lugar vacío y salvaje, el cual debe modelarse según su propio bosquejo.

La sociedad moderna capitalista ha sublimado las pretensiones de los individuos narcisistas a través de la apertura de una infinidad de posibilidades que fomentan los apetitos de éstos, amenazando así el pasado y el devenir histórico; es decir, ya no hay una continuidad trascendental entre las generaciones. Cabe destacar que a pesar de que la sociedad capitalista haya puesto en marcha la interiorización de una cultura basada en la satisfacción de los deseos del yo. La paradoja radica en que la gente de hoy se siente abrumada, perturbada y vacía. El individuo contemporáneo es, pues, según el autor, un ser que se queja de cierta incapacidad para sentir. Las personas del siglo XX y XXI han exaltado tanto la movilización del *self* que:

Ya no recuerdan lo que es estar inundado por el deseo. Tienden, en lugar de ello, a consumirse de ira, lo que deriva de las defensas erigidas ante el deseo y da lugar a nuevas defensas contra la propia ira. Blandos y sumisos en apariencia, los individuos hierven de ira por dentro.⁴⁵

Resulta evidente, según Lasch, que el declive de la autoridad institucionalizada que representaban los padres, los maestros y los predicadores del siglo XVII y XVIII, ha declinado en una sociedad permisiva y pasiva desde finales del siglo XIX y principios del siglo XX hasta la presente época. La sociedad actual alienta el desarrollo de un Superyó intolerante y amador de sí mismo, que liberado de las antiguas restricciones sociales, otorga buena parte de su tiempo a la motivación del *self interest*.

⁴⁵ *Ibíd.*, p. 30.

El individuo del siglo XX es narcisista, vacío, depresivo, ansioso e infantil; es, pues, un individuo que no busca la gloria en la espiritualidad o en el regocijo de la palabra bíblica; más bien persigue la paz de su yo a través de la ayuda de la figura emblemática del terapeuta. Los individuos recurren a los terapeutas con la intención de lograr una plena salud mental y emocional. La terapia se ha consolidado en nuestros días como un nuevo credo de salvación, es decir, dado que al narcisista no le preocupa nada que trascienda sus necesidades inmediatas, sino por el contrario, está inquieto por el logro y satisfacción de sus intereses subjetivos, éstos responden únicamente a la necesidad de encontrar el sentido de vida a su existencia en el presente. La funcionalidad de la empresa terapéutica consiste en liberar al hombre de las ideas de autosacrificio y deber. La misión del terapeuta es ayudar al individuo a superar inhibiciones personales y obtener la gratificación inmediata de sus vivencias.

El hecho de que la terapia se fortaleciera como el nuevo credo de salvación para el individuo narcisista implicó que había desplazado el papel de la religión como marco organizador de la vida social y no sólo eso; para Lasch, amenazó con desplazar a su vez la actuación de la política, la cual era el último refugio de la ideología. La problemática de este asunto es que las cuestiones públicas se comenzaron a explicar a finales del siglo XX a partir de cánones personales o susceptibles de intervención terapéutica.

La nueva sensibilidad terapéutica ocasionó en la década de los setenta que el cuidado del cuerpo, la yoga, los profesionales quiroprácticos, la acupuntura, el consumo de alimentos sanos, la danza, el *tai chi* y la meditación, entre otras prácticas, fueran una constante en la sociedad moderna, revitalizando así las recompensas materiales.

El viaje al interior de sí mismo, como lo llama Lasch, fue parte de un movimiento de conciencia de sí mismo durante la década de los años setenta. La conciencia del sí mismo establecía la liberación del yo y la necesidad de un enfoque más abierto; es decir, desligado de las antiguas ataduras disciplinarias del siglo XVII y XVIII. El movimiento de conciencia de sí mismo propició que temas como la homosexualidad fueran abordados de manera clara y sin

prejuicios morales. El viaje al interior significó un cambio social y político que intentó revertir la propaganda negativa en cuestiones como la sexualidad, la preocupación por cuerpo y los sentimientos. El uso terapéutico representó el camino propio del movimiento de conciencia y la salida de los temores aprendidos durante la infancia. La creencia fehaciente en el crecimiento personal y la emancipación del yo fue lo que motivó a dicho movimiento.

El problema que representa el viaje al interior de sí mismo es para Lasch, que la vida política comenzó a explicarse a través de los fracasos personales de los líderes diplomáticos. El hecho es que la consideración rigurosa de la calidad de vida de los representantes públicos generó un movimiento político basado en la importancia de la dimensión personal. En términos generales, el reconocimiento hacia las crisis personales apareció como fuerza rectora de la cuestión política. Y no sólo eso: la totalidad de la política se había transformado en una forma de espectáculo. La forma de hacer política cambió. A los líderes políticos les interesaba más seducir a la audiencia a través de la retórica de la apariencia y la impresión, que poseer la suficiente capacidad para afrontar las crisis y resolver problemas.

Pero ¿por qué se volvió tan famoso el movimiento de conciencia de sí mismo en los años setenta? Como señala Lasch, la crisis capitalista y la merma política de estos años condujo a la sociedad hacia la obsesión por la vida interior; es decir, puesto que el asunto político ofrecía más preguntas que respuestas, el mundo encarnaba más peligros que soluciones, las relaciones interpersonales se habían vuelto más frágiles y precarias; la aparición del viaje al interior de sí mismo representó el cimientó del éxito individual. El temor a envejecer y la preocupación por el cuidado del cuerpo se convirtieron en las inquietudes modernas del siglo XX.

La confesión terapéutica tuvo bastante popularidad durante esta época, convirtiéndose en la nueva modalidad del narcisismo. La cultura moderna estaba envuelta de la incesante búsqueda por alcanzar la autorevelación del *self* y así llegar al esclarecimiento de la vida interior a través de la ayuda del plano psicológico. El enfoque terapéutico personificó la esperanza del narcisista por

enfrentar y salir de sus problemas. No obstante, el viaje al interior revela la vaciedad del narcisista al ver el mundo como un reflejo de sí mismo.

La búsqueda de la paz psicológica a menudo nos ofrece destellos de la angustia que suscita la vida moderna capitalista. El narcisista desea admirar y ser admirado y en gran medida los medios de comunicación de masas han fomentado esta conducta. Los *mass media*:

Con su culto a los famosos y su intento de rodearlos de un halo fascinante y excitante, han convertido a los ciudadanos en un conglomerado de *fans* y de cinéfilos. Los medios confieren sustancia a los sueños narcisistas de fama y gloria y de ese modo los potencian, alientan al hombre común a identificarse con las estrellas y a odiar el “rebaño”, y hacen que le sea cada vez más difícil aceptar lo trivial de la existencia diaria.⁴⁶

La popularización del movimiento de conciencia y el auge de los medios de comunicación dieron pie a que el narcisista, a través del aliento que brinda la “pantalla” como Lipovetsky la llama, intentase medir el mundo como un reflejo de sí mismo. Este punto se tratará con mayor detenimiento en nuestro siguiente capítulo.

El narcisismo es, pues, la urgencia incesante por conseguir la fama y la realización personal. La preocupación por el *self* capitaliza la desesperación de los individuos por no fracasar y conseguir el goce del presente inmediato, tratando de consolidar una felicidad que se vuelve cada vez más efímera y vacía.

El vacío interior que persiste en todos los rubros de la vida social, así como la soledad, la inautenticidad, la tristeza, el desamparo y el colapso de la vida personal, se originan, según Lasch, de la guerra de todos contra todos; es decir, de las condiciones materiales que permean en su conjunto a la sociedad. El peligro y la incertidumbre que representan el momento actual se hallan inmersos en la inquietud desesperada por la sobrevivencia personal y en la pérdida de confianza hacia el futuro.

El problema que identificó Christopher Lasch con respecto al movimiento de conciencia fue no sólo en el aspecto político, el cual comenzaba a

⁴⁶ *Ibíd.*, p. 41.

esclarecerse a partir de la explicación de las implicaciones subjetivas de los representantes públicos y ocasionando la pérdida del último refugio de la ideología. También el viaje al interior de sí mismo ocasionó que ante la profunda insatisfacción que manifestaban los individuos en las relaciones interpersonales, éstos ya no hicieran demasiada inversión en los encuentros con los otros; es decir, el evitar la dependencia con los demás hacia que la personalidad no fuese frágil, lo que trajo consigo el impulsó de un individualismo hedonista basado en la vivencia de momentos que deleitaran el presente propio.

Dicho lo anterior, es importante bosquejar la dimensión social que representa la problemática del narcisismo en la cultura moderna. En primer lugar recordemos que el narcisismo, según el autor, es producto de una pérdida de sentido en la continuidad histórica y en segundo lugar establezcamos que su especificidad histórica y comprensión no se ilustra de ninguna manera al concebirlo como si fuese sinónimo de egoísmo. Para el pensador estadounidense, el egoísmo es una característica que ha existido siempre en el hombre, que lo vuelve un ser etnocéntrico. La personalidad narcisista, por el contrario deriva de las contradicciones de la sociedad capitalista y de la cultura moderna, como lo son el endurecimiento de la burocracia, el bombardeo constante de las imágenes, la ideología terapéuticas como salvación, la racionalización de la vida interior, el culto al consumo permanente y los cambios que se han efectuado en la vida familiar y en los procesos de socialización.

El narcisismo aparece como profusión del esfuerzo constante de los individuos por conseguir el éxito subjetivo a través de vivencias eufóricas en el presente y del temor a la dependencia que brindan la aclamación, el aplauso y el reconocimiento de los demás. El miedo a depender de los otros produce en el narcisista una sensación de vacío interior y de ira sin límites.

Es necesario analizar al narcisismo como resultado de la cultura capitalista. La personalidad narcisista es identificable a través de síntomas claros, como son: el miedo intenso a la vejez y a la muerte, la precepción alterada del tiempo, la incesante ansiedad que representa la vida diaria, el temor a la competencia, la atracción por los famosos, el deterioro de las relaciones

interpersonales, la falta de compromiso en las relaciones amorosas y el vacío interior de la existencia.

Cada sociedad produce sus normas, su cultura, su manera de organizar la vida y las experiencias sociales, por lo que la personalidad del individuo socializado deviene de la cultura en la que se encuentra inmerso. En otras palabras, la cultura moldea la conducta de las personas y nos aclara la relación que existe entre la sociedad y el individuo. El individuo de nuestros días es un ser que cultiva la superficialidad de la vida y de los vínculos emocionales; que se encuentra sumergido en el carácter caótico de sus impulsos; que vive atesorando los recuerdos y experiencias felices de su existencia. Es sexualmente promiscuo antes que reprimido y evita el compromiso íntimo. Ése es Narciso: frágil, lúdico, hipocondríaco, respetuoso de las normas sociales más por el castigo que implica no seguirlas, que por convicción; embelesado por experimentar sus propios apetitos y temeroso de la pérdida de los elogios externos. Narciso es un ser que padece la sensación de vacío interior.

La época contemporánea nos revela el narcisismo como fenómeno social. El narcisismo se presenta como una carencia de todo compromiso con el mundo; sin embargo, la personalidad del narcisista expresa la dependencia emocional de los individuos hacia los otros, puesto que la aprobación y la admiración exteriores brindan seguridad y bienestar. Por ello, el narcisista busca en la terapia ocuparse de su salud mental, colocándose así como el candidato idóneo para análisis interminables como paciente. El narcisista pretende encontrar en el credo terapéutico el apoyo externo que ofrezca a su vida omnipotencia y eterna juventud.

El narcisismo es, pues, resultado de la sociedad capitalista. Dado que ésta impulsa la belleza física, la fama, el encanto, el prestigio y la juventud, el temor a la vejez y a la muerte se vuelven primordiales en la vida de las personas. A la par, el bombardeo de imágenes y *slogans* que fomentan el éxito y la dicha subjetiva, estimulan el desarrollo de la personalidad narcisista.

Así, desde la propuesta de C. Lasch el narcisismo es producto de las patologías que desarrolla la sociedad capitalista contemporánea. Por ejemplo,

según el autor, en la época de Freud, la histeria y la neurosis obsesivas eran las enfermedades patológicas observadas en la etapa temprana del capitalismo. Esta primera etapa impulsó la codicia, la devoción hacia el trabajo y la represión exorbitante de la sexualidad. Sin duda, éstas fueron algunas de las principales contradicciones del capitalismo durante el siglo XX. En nuestra época lo que prevalece es el trastorno narcisista de la personalidad, que se alberga mediante el miedo al envejecimiento para el individuo amoroso de sí mismo, puesto que al perder belleza y juventud, la admiración y el halago se convierten en una cruda y miserable necesidad.

Junto con la personalidad narcisista, la esquizofrenia se ubica en la actualidad como uno de los trastornos patológicos ligados con ésta. Para Lasch, el individuo contemporáneo plantea quejas imprecisas y vagas; es decir, los síntomas no son claramente definidos, lo que ocasiona que el tipo de pacientes que recurren a la ayuda terapéutica oscilen entre el narcisismo y patrones esquizofrénicos de personalidad. No es casual que el número de individuos narcisistas y esquizofrénicos en nuestra época vaya en aumento; la promoción de una cultura basada en el logro y satisfacción subjetiva ha propiciado que las personas experimenten sentimientos generalizados de vacío y compulsión constante por ser joven y exitoso profesionalmente. Simplificando un poco, el narcisista quiere tener el control de su autoestima y ser reconocido como “ganador” y no como “perdedor”.

El interés de Lasch se centra en la insistencia de señalar que tanto la reproducción mecánica de la cultura capitalista, como la burocracia moderna que a menudo trastoca los lazos interpersonales, han favorecido una respuesta narcisista.

La reproducción mecánica de la cultura promueve la proliferación de imágenes visuales y auditivas, bajo las cuales los individuos sueñan que pueden superar y enfrentar las dificultades que se van presentando durante su vida. Esta cultura alienta la mentalidad consumista, cultivando así el himno al crecimiento de sí mismo. Para Lasch, cohabitamos en una «sociedad del espectáculo»:

Vivimos sumidos en un torbellino de imágenes y ecos que detienen cada tanto de la experiencia y la rebobinan en cámara lenta. Las

cámaras y los megáfonos no sólo transcriben la experiencia sino que la modifican, transformando buena parte de la vida moderna en una gran cámara de resonancia o en un salón de espejos. La vida se presenta como una sucesión de imágenes o señales electrónicas, de impresiones grabadas y reproducidas mediante fotografías, películas, televisión y sofisticados sistemas de grabación [...] ¡Sonría, está usted en la cámara indiscreta!⁴⁷

La vida moderna capitalista basada en la proliferación de imágenes socava el sentido de la realidad, implantando así una actitud pasiva en las personas. El éxito que promueven estas imágenes engloba el alcance de metas y el desarrollo individual. Las personas, en nuestros días, fantasean con la ilusión de realzar la identidad del Yo.

Nuestra sociedad capitalista fundada en el juego de imágenes efusivas y prometedoras de una realidad plena y placentera para el yo, es, pues, una sociedad narcisista que ha colocado a los individuos al borde del vacío y del aislamiento. De este modo, el concepto de narcisismo nos proporciona la posibilidad de comprender la crisis que atraviesa la sociedad capitalista a partir del impacto que ésta tiene en personalidad del yo: hipocondriaca, temerosa de la ancianidad y frívola. El “narcisismo es la mejor forma de lidiar con las tensiones y ansiedades de la vida moderna. Las actuales condiciones sociales tienden a hacer aflorar rasgos narcisistas que están presentes en mayor o menor grado en cada uno de nosotros”.⁴⁸

Este último señalamiento permite, a su vez, precisar que una sociedad que no es capaz de ofrecer más que inseguridad, peligro y desamparo a las personas, produce la sensación de vivir sólo hoy; de disfrutar sólo el presente sin conferir atención a las generaciones futuras, lo que da como resultado una pérdida de sentido en la continuidad histórica. La creencia en que la sociedad no tiene futuro reafirma la convicción narcisista y la incapacidad del individuo de sentirse parte del flujo histórico.

¿Por qué habla Lasch de discontinuidad histórica? En primer lugar, destaquemos que el individuo de la etapa temprana del capitalismo otorgaba

⁴⁷ *Ibíd.*, p. 71.

⁴⁸ *Ibíd.*, p. 74.

sentido a su existencia a través de rasgos significativos como la autodisciplina, la moderación, la renuncia a los placeres, el trabajo como producto de su esfuerzo y la templanza. En segundo lugar, el individuo de estos días, según el autor, vivía para el futuro evitando el derroche y esforzándose con ahínco por cumplir las expectativas colectivas. Lo que nos lleva a pensar: ¿qué ha pasado con el individuo de hoy, en una era de expectativas decrecientes? Pues bien, como lo hemos venido señalado en esta investigación, el hombre, a partir del siglo XX, es alabador del *self interest*; es un narcisista que vive disfrutando de las distracciones hoy, posponiendo para el mañana cualquier compromiso con el mundo. Pero esta cuestión no es casual en nuestra era. Existimos, como Lasch señala, en una sociedad promotora de la belicosidad social y del debilitamiento de los vínculos sociales. La sociedad capitalista, en este sentido, tiende a producir hombres y mujeres antisociales, originando experiencias subjetivas de vacío, soledad y desconfianza.

La ideología capitalista fomenta el crecimiento personal a través del logro de metas y el goce de bienes materiales. El gran hombre de nuestros días es aquel que tiene una historia de éxito, centrada en la ganancia personal. La ideología capitalista es tan sutil, mítica y “optimista en la superficie, *que* irradia pese a todo una honda desesperanza y resignación. Es la fe de los que no tienen fe”.⁴⁹ Paradójicamente, el narcisista, en una era que se ha tornado violenta e incierta, desea sobrevivir más que prosperar, busca la conservación más que el halago y atención de su persona.

La revisión del problema del narcisismo en Lasch incluye el análisis de los efectos de la nueva ética de la conservación; una ética que no surgió de un momento a otro, sino que se fue consolidando a través del desdibujamiento de la ética del trabajo de los primeros siglos de la historia, hasta llegar a la cristalización de una ética que el autor ha llamado de la supervivencia personal. El hombre de la edad temprana del capitalismo trabajaba por vocación; no tanto por acumular riquezas personales y sobre todo, tenía en mente el crecimiento de

⁴⁹ *Ibíd.*, p. 75.

su comunidad a partir de sus retribuciones y su colaboración con ésta. La transformación de la comunidad era una cuestión que se tornaba colectiva; incluía una verdadera labor social.

El ideal de la sociedad en la etapa temprana del capitalismo era la prosperidad, cuya labor social implicaba trabajo y autodisciplina, concebidos como verdaderos talentos que requerían de la templanza y la virtud recompensada. El trabajo visto como una virtud era una cualidad que se medía no con dinero, sino con la compensación de no tener de que arrepentirse al final de la vida. Debe entenderse que el cultivo de la prosperidad del siglo XVIII estaba basado en una sobrevaloración a la ética del trabajo.

Ahora bien, ¿cómo es que se gestó una ética de la conservación? A partir siglo XIX ya no se hablará de progreso social; más bien, de progreso individual. El arte de trabajar se transformó en el arte de ganar dinero y alimentar la lascivia de los hombres. A partir de este siglo y hasta nuestra era, la soberbia, la vanidad y la valoración del mundo en términos monetarios gobernará sin control el ideal de éxito mundano de los individuos. Todo tendrá un precio.

El siglo XVIII cultivaba la moderación, la templanza, la sociabilidad y condenaba los excesos. La disciplina de la vida diaria durante el siglo dieciocho labraba la idea de que el valor de la riqueza provenía de la contribución al bienestar general, exaltando así el resguardo de la felicidad de las futuras generaciones. El siglo XIX, en cambio, reprobó la sociabilidad porque podía interferir en la pérdida de transacciones económicas en las empresas. El siglo diecinueve se enorgulleció de cultivar el *self*, el cuidado apropiado de la mente, la preservación de la salud y, como sinónimo de éxito, la acumulación individual de riqueza. El progreso se comenzó a medir de manera individual y no social. La prosperidad dependió a partir del siglo XIX de la voluntad de poder y la confianza en uno mismo, asociada al *ethos* de venderse a sí mismo para tener éxito; de venderse como una mercancía con un valor en el mercado. El amor al dinero será la clave de la felicidad individual.

Hoy los hombres buscan los halagos. Quieren ser admirados y apreciados por sus logros; están ávidos de escuchar los aplausos por sus

atributos personales; quieren ser envidiados y anhelan la fama. El hombre contemporáneo narcisista ambiciona convertirse en una celebridad publicitaria. Sin embargo, la gloria dedicada a su personalidad es más efímera que duradera, lo que lo conduce a vivir incesantemente preocupado por no perder la atención de los demás.

El individuo, a partir del siglo diecinueve, lucha por la supervivencia, por la conservación de su existencia, que procura su bienestar dentro de una lucha frente a los otros por la preservación de su vida. Esta situación evidentemente ha declinado en un fuerte individualismo en la sociedad y en una actitud pasiva y conformista. El temor que obsesiona a las personas en la actualidad es el de coexistir en un mundo riesgoso y lleno de incertidumbre, del cual existe escasa escapatoria. El desempleo que se extiende en todos los sectores de la sociedad; la violencia racial que aumenta en nuestra era, el crimen organizado, la inseguridad que predomina en la sociedad, las crisis económicas y financieras que golpean la esfera mundial y la destrucción de la naturaleza, devienen en:

La falta de continuidad en la cobertura, donde la crisis de hoy conduce mañana a una crisis nueva y no relacionada, se une a la sensación de discontinuidad histórica: la sensación de vivir en un mundo donde el pasado no es una guía para el presente, y el futuro se ha vuelto absolutamente impredecible.⁵⁰

La ruptura del sentido de continuidad histórica, el culto al consumo y sus gratificaciones inmediatas, han llevado a una conclusión lógica: la búsqueda por el interés subjetivo y la supervivencia.

De este modo, el análisis que realizó Lasch en torno al narcisismo tuvo que ver con la exploración de la crisis coyuntural del capitalismo durante la década de los setenta y ochenta del siglo XX. En este sentido, el narcisismo, en conclusión, es un trastorno de personalidad derivado de la pérdida de sentido en la continuidad histórica.

Podemos concluir que las condiciones sociales predominantes en nuestra era fomentan rasgos de personalidad narcisistas en las personas. La burocracia moderna parece promover y recompensar una respuesta narcisista a través de

⁵⁰ *Ibíd.*, p. 95.

la tendencia de atraer a los demás como espejos del yo. La sociedad del espectáculo alienta también a la preocupación incesante por el yo y a experimentar un sentimiento de inautenticidad y vacío interior. El narcisista sólo puede identificarse con alguien si lo ve como una extensión de sí mismo. Para Lasch:

Nuestra dependencia creciente de tecnologías que nadie parece entender o controlar ha dado pie a sentimientos de impotencia y victimización. Nos parece cada vez más difícil lograr una sensación de continuidad, de pertenencia o conexión con el mundo que nos rodea. Las relaciones con los demás son notablemente frágiles; los bienes están hechos para ser utilizados y después tirados; experimentamos la realidad como un medio inestable de imágenes parpadeantes. Todo conspira a favor de soluciones escapistas al problema psicológico de la dependencia, la separación y la individuación, y en contra del realismo moral que posibilita que los seres humanos acepten los límites existenciales de su poder y libertad.⁵¹

El hombre está cada vez más orientado hacia el interior; sin embargo, esta actitud conduce a su aniquilación, en palabras de Richard Sennett. En la actualidad, vivimos todos rodeados de espejos, tratando incesantemente de cautivar a otros bajo el escrutinio ansioso que nos propicia la perfección. Vivimos en una compulsión neurótica por el Yo.

⁵¹ *Ibíd.*, p. 298.

2.2. Richard Sennett y las tiranías de la intimidad

Con la publicación de *El declive del hombre público* en 1974, Richard Sennett constató que a partir del siglo XIX y hasta nuestra época, la tendencia de las manifestaciones narcisistas -ocasionadas por la presencia de una vida pública socavada- ha empujado a la sociedad hacia una ideología de la intimidad, que favorecerá en nuestros días el desarrollo de un individualismo de tipo tiránico.

La sociedad moderna y la vida moderna presentan una escabrosa crisis del ámbito público, el cual tiene un alcance mucho más amplio que únicamente un asunto político. El dominio de la vida pública no se percibe sólo en la decadencia de las actividades políticas y representativas del Estado. A menudo, también se observan fracturas en las relaciones interpersonales a través de la percepción de intercambios y costumbres con los otros, como rituales fríos y falsos.

Para Sennett, la ciudad moderna representa un mundo constituido por extraños, en el cual el contacto con los demás se advierte amenazador y poco confiable. Los lazos de asociación y compromiso mutuo con la *res pública* se encuentran en estado de descomposición.

El presente moderno se caracteriza por promover el sentimiento de intimidad como refugio del mundo externo; como protección de la esfera pública; es decir, “hemos tratado de transformar en un fin en sí mismo el hecho de estar en la intimidad, solos con nosotros mismos o con la familia y los amigos íntimos”.⁵² En el ámbito privado, el individuo busca actualmente un resguardo auténtico de sus sentimientos. La intimidad es el lugar que abriga y ampara la vida psíquica de las personas.

La psique en la vida moderna es tratada como si tuviese vida propia; se percibe como delicada y perfecta, susceptible de ser marchita si se le expone a la realidad del mundo social. Esta vida psíquica, según Richard Sennett, sólo

⁵² Sennett, Richard, *El declive del hombre público*, Barcelona, Anagrama, 2011, p. 16.

florece manteniéndola protegida y aislada de la cuestión pública. Es decir, el yo es la principal tarea; conocerse a sí mismo es primordial en la vida de las personas. Por tal razón, el individuo contemporáneo se encuentra autoabsorbido por el yo; sin embargo, cada vez es más difícil que logre expresar y experimentar sus sentimientos.

En el mundo moderno la sociedad adquiere significación sólo si es vista como un gran sistema psíquico, lo que conlleva a tener la vaga idea de que ésta es resultado de una autodescubrimiento mutuo y a menospreciar las relaciones sociales con los extraños. En el aspecto político, por ejemplo, se sobrevaloran las acciones que toman los representantes públicos a partir del papel que funge la personalidad del actor en la lucha política, dejando de lado la verdadera trascendencia del trabajo político ligado a la realización de mejoras para la vida social. Irónicamente, esta ideología del yo trae consigo que la intimidad, que se revela como un refugio del mundo exterior, sea más una trampa que una liberación para el individuo.

El mundo exterior, el mundo impersonal, para Sennett, se ha estructurado bajo un tipo de imaginación psicológica de la vida, lo que evidentemente supone diversas repercusiones sociales. Este tipo de imaginación psicológica representa, según el autor, una visión íntima de la sociedad. Se entiende por «intimidad»: “calor, confianza y una abierta expresión de sentimiento”.⁵³ Con apego a este razonamiento, el ámbito público se encuentra en estado de descomposición y la orientación de la sociedad está dirigida hacia el interior.

El problema de la pérdida del espacio público es, pues, que la sociedad moderna es promotora de historias singulares e intereses del yo ligados a la vida privada, fracturando así la sociabilidad y la orientación de la sociedad hacia el exterior. Vivimos autoabsorbidos en una sociedad que alimenta la fantasía del logro personal, pero que destruye los lazos colectivos y el compromiso ligado hacia los demás.

⁵³ *Ibíd.*, p. 17.

El hecho de que a partir del siglo XIX la sociedad se volcase al interior, trajo como consecuencia una completa confusión entre la vida pública y la vida privada. La esfera pública se comenzó a percibir como un espejo del *self*, lo que ocasionó que las personas comenzarán a actuar con cierto desinterés y distancia de la vida pública. Según Sennett, la cuestión es que los ciudadanos, desde el siglo XIX hasta nuestra época, consideran toda la vida social según un sentimiento personal; es decir, resuelven en términos de sentimientos puramente subjetivos los asuntos que competen sólo a la cosa pública. El problema de la sociedad contemporánea es tratar de solucionar los temas impersonales, los asuntos de la vida social como si fuesen cuestiones de la personalidad.

En una sociedad donde la intimidad constituye el modelo total de la realidad, la tendencia de las manifestaciones narcisistas se vuelve una constante. Examinemos pues la propuesta teórica, en relación con el narcisismo, del sociólogo estadounidense.

El interés de Richard Sennett consiste en señalar que el narcisismo no es sinónimo de amor a la propia belleza o de amor intenso hacia uno mismo. En sentido estricto, el narcisismo es una perturbación del carácter que comprende una autoabsorción del yo. El narcisismo es “una obsesión con «aquello que esta persona o este suceso significan para mí»”.⁵⁴

La autoabsorción del yo se presenta como un asunto perverso, puesto que el yo, al momento de alcanzar un determinado objetivo, siente una sensación de insatisfacción que se ve reflejada en la siguiente frase: «esto no es lo que yo quería». Puede observarse entonces, según el autor, que el narcisismo presenta una doble cualidad: por un lado, la exteriorización de las exigencias insaciables del yo; y por otro lado, un impedimento al no cumplirse o satisfacerse plenamente las necesidades del yo.

La vida moderna capitalista, en consecuencia, produce perturbaciones narcisistas resultado de la codiciada búsqueda de la personalidad. Por ello, la

⁵⁴ *Ibíd.*, p. 21.

expansión de la ansiedad y el vacío subjetivo se tornan alarmantes en el sentir de las personas. La tan anhelada autorrealización se presenta a menudo como angustia psíquica y desconsuelo del yo. El narcisismo, para Sennett, es resultado de la estimulación psíquica en la sociedad actual. En concordancia con lo anterior, la primacía del yo se convierte en el componente constitutivo de la vida social moderna.

Destaquemos que las perturbaciones narcisistas no conducen, según Richard Sennett, a la psicosis o a que las personas vivan dentro de una crisis aguda de personalidad. La búsqueda infinita por definir la identidad del yo causa dolor, pero de ninguna manera una enfermedad que destruya la integridad de los individuos. El narcisismo, en otras palabras, indica una devaluación del ámbito personal, pero no destrucción del yo.

El narcisismo se manifiesta en las personas a través de la incapacidad de sentir. Para el narcisista, esta sensación de no sentir nada o de no sentir lo suficiente responde a la sensación de que el mundo le está fallando; las gratificaciones que recibe nunca son bastante para que verdaderamente éste pueda sentir realmente. Por narcisismo debe entenderse, siguiendo la postura del autor, aquella incapacidad para sentir, no como sinónimo de egotismo o de amor intenso a uno mismo. El narcisista se siente vacío y hastiado; nada le estimula; vive inmerso en una sensación de estar muerto para el mundo.

La dimensión del problema del narcisismo en Sennett, se sustenta en el análisis de la creciente importancia de la psicología en la vida burguesa. La vida orientada al interior disminuye la participación colectiva y la acción grupal. En la medida en que aumenta el interés por la identidad del yo, la participación con extraños y con fines sociales, se ve mermada. El énfasis de la cuestión psicológica en la vida capitalista evidencia el desvanecimiento del ámbito público. La visión íntima de la sociedad impulsa a los individuos a concebir el dominio público como carente de significado.

La sociedad burguesa moviliza el enorme deseo de las personas por la autorrealización y por revelar el yo, lo que conduce a que florezcan sentimientos narcisistas a menudo enfocados a cuestiones obsesivas sobre sí mismo. Una

sociedad que fomenta una orientación de la vida hacia el interior conduce al desplome de la actividad política como instrumento de cambio social.

Según Sennett, la generación nacida después de la Segunda Guerra Mundial fue la que se volcó hacia el interior y es en esta misma generación en donde se ha producido el mayor derrumbe del dominio público. La intimidad es el resultado de una vida pública vacía y de la formación de una cultura capitalista que exalta el desarrollo singular de la personalidad.

Definamos qué es lo que entiende Richard Sennett por «Público» -con mayúscula- y «privado», a fin de comprender la crítica que hace el autor con respecto al narcisismo. “«Público» significa abierto a la consideración de cualquiera, mientras que «privado» significa una región de la vida amparada y definida por la familia y los amigos”.⁵⁵ Los significados otorgados a los términos «Público» y «privado» durante el siglo XVII, nos remiten a identificar lo «Público» con el bien común en la sociedad, la manifestación de apertura a la observación general, la sociabilidad y el cuerpo político. Y lo «privado» con las acciones de los hombres en el interior del núcleo familiar y los amigos íntimos, era el refugio de los terrores de la ciudad como totalidad. Existe una palabra que se asocia con el dominio público y es «cosmopolita». Según Sennett, un hombre cosmopolita es aquel que puede moverse cómodamente en situaciones que nada tienen que ver con el ámbito familiar; es un individuo que puede relacionarse con los extraños en la vida social. Por lo tanto, «Público» significa una vida que se sitúa fuera de la vida familiar y del vínculo de amigos cercanos.

Para Sennett, a mediados del siglo XVIII, llevar una vida que no se limitase a las relaciones entre familiares y de amigos cercanos, significaba la transformación de animal humano a ser social. Además, el hombre se hacía a sí mismo como un ser social al entablar conversaciones con extraños sin sentirse incomodo o temeroso.

Las tensiones entre el orden público y el privado en el siglo XVIII, según Sennett, no constituyeron un problema grave o el impedimento para que se

⁵⁵ *Ibid.*, p. 31.

consolidara una cultura coherente. En efecto, hubo desviaciones como las que se identifican en cualquier período histórico; por ejemplo, la crianza de los niños, la obligación moral, las creencias de sentido común, etcétera; sin embargo, éstas no ocasionaron un desequilibrio entre la geografía pública y el ámbito privado en tiempos de la Ilustración.

La vida pública se prolongó hasta el siglo XIX, pero a mediados de éste, los traumas del capitalismo industrial condujeron a que a los individuos se replegasen hacia el interior; es decir, trataran de protegerse principalmente de las crisis de orden económico del mundo externo. El desgaste que sufrió el ámbito público fue dándose de manera paulatina, a través de la percepción de la gente de protegerse del mundo exterior. De esta forma, la familia se convirtió en un refugio idealizado y en una defensa del dominio público, el cual empezaba a tornarse inseguro y caótico para las personas. La familia representó en sí misma un valor moral muchísimo más alto que el dominio público. La familia burguesa comenzó a simbolizar la intimidad y la estabilidad del mundo externo, lo que implicaba que su idealización condujera a que fuese considerada el valor supremo para medir el dominio público y el lugar perfecto para protegerse de los extraños. En consecuencia, se puede advertir, según Sennett, que el desarrollo del capitalismo industrial fue una causa importante para que la *res pública* perdiera legitimidad y coherencia y un factor significativo para que la sociedad se volcase al interior.

No sólo el desarrollo del capitalismo industrial propició el deterioro del dominio público. Richard Sennett señala que la creencia en la secularidad, la expansión de una cultura urbana y el desgaste del lenguaje político contribuyeron al debilitamiento de la *res pública*.

El secularismo que hizo su aparición en el siglo XIX se basaba en códigos tangibles e inmanentes, más que en códigos trascendentes, sagrados e ininteligibles. Es decir, la secularidad esbozó la sensación inmediata y la instantaneidad de las cosas, lo cual implicaba que éstas tuvieran un significado en sí mismas. Una cuestión importante en el nuevo orden secular fue que los objetos físicos adquirieran una dimensión psicológica; es decir, el principio de

que todo cuenta para el individuo hizo que el objeto físico tuviera significación en la experiencia de las necesidades personales. La dimensión psicológica que se le dio a las cosas físicas tuvo que ver con el siguiente planteamiento: nada puede excluirse de la vida privada de una persona, a menos de que no cause ninguna sensación, asombro o interés. En otras palabras, se otorgó una dimensión psicológica a las cosas materiales, asociada a la personalidad privada.

Por otro lado, la expansión de la cultura urbana, centrada alrededor de una burguesía en ascenso, favoreció la aparición de la idealización de la familia como refugio en oposición a la ciudad vista como mera colección de extraños. La cultura urbana en expansión fue capaz de despojarse de los antiguos cánones represivos y autoritarios de respetabilidad del siglo XVIII, para consolidarse como tendencia libertaria de la personalidad en el siglo XIX.

Finalmente, la crisis del lenguaje político del siglo XIX estuvo ligada y sigue vinculada al éxtasis que produce que un presidente o un representante político adquiera credibilidad mediante el recurrente uso de la dimensión psicológica; es decir, el hecho de que un líder político se encuentre cenando con una familia pobre, se haga su propio desayuno, llore públicamente o adquiera una nueva mascota en su residencia, lo coloca inmediatamente como una persona confiable, íntegra y honorable, aún cuando haya incrementado los impuestos, reducido el empleo o declarado la guerra a otras naciones. La credibilidad de los líderes políticos ya no se asocia con las acciones que éstos realizan para el desarrollo de la sociedad, sino con la conducta de los políticos al estar frente a las multitudes. En estas circunstancias, el “sistema de expresión pública se transformó en un sistema de representación personal; una figura pública muestra a otro lo que siente, y es esta representación de su sentimiento lo que produce la confianza”.⁵⁶

Aclarado el punto de cómo es que el derrumbe del dominio público se ha venido dando de manera paulatina en la sociedad moderna, es importante

⁵⁶ *Ibid.*, p. 42.

subrayar, según Richard Sennett, que desde mediados del siglo XIX se ha venido desarrollando un modelo de conducta íntima en la sociedad que establece que todo hombre posee un escudo personal invisible para protegerse de los extraños. Este escudo invisible representa el derecho de guardar silencio cuando estemos en público; es decir, implica totalmente la participación pasiva y la retirada de los individuos en su encuentro frente a los demás. La gente en la actualidad busca pasar lo más desapercibida posible de la mirada de los otros.

La intimidad es, en consecuencia, un “intento de resolver el problema público negando que el público existe. Como ocurre con cualquier negación, ésta sólo ha conseguido que los aspectos más destructivos del pasado estén más firmemente atrincherados”.⁵⁷ En una sociedad moderna que potencialmente alienta a los individuos a la autenticidad psicológica, el desequilibrio entre lo público y lo privado es ineludible.

La sociedad del siglo XIX fortaleció la personalidad individual a través de la orientación íntima y preparó el terreno para el derrumbe del espacio público. Siguiendo a Sennett, la aspiración recurrente por desarrollar la personalidad individual ha hecho que la sociedad se rija por una ideología de la intimidad que representa la alienación, la impersonalidad y la frialdad de los individuos. La sociedad en la que el yo se desarrolla, estimula a que los síntomas narcisistas emerjan.

La ideología de la intimidad ha personificado el espacio de seguridad y descanso a través del cual los individuos huyen de la vida pública. Por consiguiente, el desarrollo de una sociedad íntima estimula sistemáticamente la absorción narcisista por el yo y la disminución de la sociabilidad con los demás. En la intimidad, las personas se sienten más cómodas, protegidas y libres; sin embargo, la intimidad representa para el autor una tiranía.

¿Por qué la intimidad es una tiranía? La respuesta a esta pregunta no es sencilla; no obstante, Sennett dictamina que la angustia psíquica, la experiencia de vacío y la incapacidad de sentir que exteriorizan los individuos desde el siglo

⁵⁷ *Ibid.*, p. 44.

XIX hasta la fecha, expresa la desconexión o la disociación que existe entre el individuo y su contexto social, lo que conduce a un trastorno narcisista de personalidad. La intimidad es una tiranía porque Narciso no está tan enamorado de sí mismo como aterrado por su proyección frente al mundo. El narcisismo:

Es el opuesto mismo del vigoroso amor a sí mismo. La autoabsorción no produce gratificación, provoca dolor al yo; eliminar la línea entre el yo y el otro significa que nada nuevo, nada «otro», puede entrar jamás en el yo; es devorado y transformado hasta que uno cree que se puede ver a uno mismo en el otro, y entonces se vuelve insignificante.⁵⁸

El narcisista siempre está inconforme con las experiencias que vive, puesto que ninguna puede abarcar en su totalidad lo que éste es; la autoabsorción en la que vive es movilizadora en gran medida por una cultura desprovista del dominio público y basada en el embelesamiento del yo. Nuestra realidad moderna se encuentra estructurada bajo cánones narcisistas de personalidad, que devienen en el sentimiento tiránico de experimentar constantemente sensaciones nuevas que le permitan al individuo narcisista sentir. La autoabsorción del narcisista alcanza la insatisfacción, la angustia y el vacío perenne: “nada es real si no puedo sentirlo, pero no puedo sentir nada”.⁵⁹ Ninguna experiencia, por más asombrosa y placentera que parezca, es capaz de hacerle sentir al individuo narcisista.

El interés de Richard Sennett estuvo encaminado a la insistencia de manifestar el desgaste que había sufrido el espacio público, la expresión del discurso político en términos psicológicos, la creciente obsesión de la sociedad por el yo, la tiranía que representa el hecho de que las relaciones íntimas determinen aquello que es verosímil y, sobre todo, la reiteración de que el narcisismo es el resultado de que la vida pública esté en decline desde el siglo XIX. En suma:

La creencia en las relaciones humanas directas en una escala íntima nos ha seducido para que convirtamos nuestro conocimiento de las realidades de poder en guías para nuestra propia conducta política. La consecuencia es que las fuerzas de dominación o desigualdad permanecen indisputables.⁶⁰

⁵⁸ *Ibid.*, p. 398.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 411.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 416.

Así pues, el malestar contemporáneo es consecuencia de la irrupción de la ideología de la intimidad en el dominio público. La enfermedad de la sociedad moderna es, pues, el narcisismo.

2.3. Gilles Lipovetsky y el proceso de personalización

Una vez analizadas las propuestas teóricas de Christopher Lasch y de Richard Sennett, pasemos a enunciar la contribución teórica que realiza Gilles Lipovetsky referente a la problemática del narcisismo como condición necesaria para el despliegue del individualismo en la época presente.

El fenómeno claro que inauguró la época posmoderna⁶¹, dada su indiferencia histórica, es el narcisismo:

Aparece un nuevo estadio del individualismo: el narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo, en el momento en que el 'capitalismo' autoritario cede el paso a un capitalismo hedonista y permisivo, acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario a nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales y morales que coexistían aún con el reino glorioso del *homo economicus*, de la familia, la revolución y del arte, emancipada de cualquier marco trascendental, la propia esfera privada cambia de sentido, expuesta como ésta únicamente a los deseos cambiantes de los individuos.⁶²

La despolitización y el abandono de referentes revolucionarios desde fines de la década de los sesenta, son dos de los factores más importantes que dieron lugar a reconocer una constante apatía hacia el mundo y sus problemas. La vida pública tal parece que se encuentra en una posición relegada de la responsabilidad. Las personas ya no se interesan por las cuestiones políticas; lo que sale victorioso, como ya lo apunta Lipovetsky desde 1983, en su primera obra *La era del vacío*, es la esfera privada. Los individuos se preocupan únicamente por cuidar su salud, evitar las marcas de la edad, preservar las condiciones materiales y viajar constantemente; es decir, vivir sin un sentido de pertenencia, sin un objetivo claro ni trascendente. El desaliento que provoca la deserción política, como ya lo señaló Lasch, es la transformación de un hombre económico hacia un hombre psicológico en nuestra época, es “el último producto

⁶¹ Al término “posmoderno”, Lipovetsky lo utiliza de manera pragmática, como herramienta metodológica, para dar cuenta del agotamiento de las sociedades modernas. Es importante señalar que Lipovetsky ahora es partidario de las corrientes que refieren que la modernidad no se ha agotado, sino más bien estamos ante su culminación (modernidad de segundo tipo).

⁶² Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 2012, p. 50.

del individualismo burgués. El nuevo narcisismo está obsesionado, no por la culpa, sino por la ansiedad. No busca infligir sus propias certezas a otros, sino encontrar un sentido a la vida. Liberado de las supercherías del pasado, duda incluso de la realidad de su propia existencia”.⁶³ Hemos transitado, según Lipovetsky, del *homo politicus* al nacimiento del *homo psicologicus*.

De acuerdo con Lipovetsky, a cada generación le gusta reconocerse en una figura mitológica y legendaria. La figura inaugural de nuestros tiempos es Narciso. El narcisismo no puede ser estudiado sin la óptica que señala el proceso de personalización, que se explica únicamente dentro de la lógica que atraviesan las sociedades democráticas a través de los efectos ocasionados después de la Segunda Guerra Mundial, al modelar en su conjunto la vida social. El proceso de personalización, dice Lipovetsky, designa el sentido de lo nuevo; es decir, el proceso disciplinario propio de la sociedad del deber tiene nuevas resignificaciones, que llevan al establecimiento de una sociedad del deseo basada en el hedonismo y en la dinámica vinculada a la cultura presentista moderna. El proceso de personalización tiene un aspecto negativo y otro positivo, señala Lipovetsky. Por un lado, se presenta negativo al establecer la ruptura de la socialización disciplinaria. Por otro lado, se presenta como un proceso positivo al proyectar mayor flexibilidad en cuanto a la estimulación de los deseos inmediatos de los individuos. El proceso de personalización es la:

Nueva manera para la sociedad de organizarse y orientarse, nuevo modo de gestionar los comportamientos, no ya por la tiranía de los detalles sino por el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privada posible, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible. Proceso de personalización en la medida en que las instituciones desde este momento se adaptan a las motivaciones y deseos, incitan a la participación, habilitan el tiempo libre y el ocio, manifiestan una misma tendencia a la humanización, a la diversificación, a la psicologización de las modalidades de la socialización: después de una educación autoritaria y mecánica, el régimen homeopático y cibernético; después de la administración imperativa, la programación opcional a la carta.⁶⁴

⁶³ Lasch, Christopher, *La cultura del narcisismo*, Barcelona, *óp. cit.*, 1991, p. 16.

⁶⁴ Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío*, *óp. cit.*, p. 6.

El proceso de personalización rompe con las antiguas estructuras tradicionales rigoristas y disciplinares de la sociedad del deber y da lugar a la promoción de la realización personal en múltiples aspectos de la vida: la familia, la escuela, el trabajo y las relaciones amorosas, entre otros.

En el proceso de personalización, destaca Lipovetsky, podemos encontrar dos caras. Una *limpia y operativa* relacionada con el universo disciplinario y rigorista de la sociedad del deber y otra *salvaje* proveniente de la *affluent society*; es decir, de la voluntad de autonomía y liberación de los individuos de las antiguas costumbres y tabúes de la sociedad del deber.

El proceso de personalización basado en el hedonismo eleva al individuo libre como valor cardinal. La satisfacción y cumplimiento de los deseos del individuo se encuentra inmerso dentro de la lógica de consumo de masas, que ha posibilitado el desarrollo de los derechos individuales del hombre, así como la satisfacción de sus deseos subjetivos.

La sociedad democrático-capitalista ha exaltado el proceso de personalización y ha conducido, según Lipovetsky, a que de alguna u otra manera, los individuos estemos destinados a consumir cada vez más objetos, informaciones, viajes, deportes, cuidados médicos, aunque la forma de acceder a éstos sea distinta; es decir, el consumo funciona como diversión para todo aquello que no funciona en la vida personal. La cultura capitalista de masas es entonces:

Descentrada y heteróclita, materialista y psi, porno y discreta, renovadora y retro, consumista y ecologista, sofisticada y espontánea, espectacular y creativa. La cultura posmoderna es un vector de ampliación del individualismo; al diversificar las posibilidades de elección, al anular los puntos de referencia, al destruir los sentidos únicos y los valores superiores de la modernidad, pone en marcha una cultura personalizada o hecha a medida, que permite al átomo social emanciparse del balizaje disciplinario revolucionario.⁶⁵

Destaquemos que esta cultura se presenta ambivalente. Por un lado, se anuncia como portadora de la libertad individual a través del logro de los derechos humanos y por ende, de las satisfacciones personales; por otro lado,

⁶⁵ *Ibíd.*, p.11.

conlleva a un fuerte individualismo. El individualismo en la cultura posmoderna lo podemos ubicar dentro de la figura mitológica de Narciso que Lipovetsky ilustra a lo largo de su obra académica. El narcisismo es para Lipovetsky consecuencia y manifestación del propio proceso de personalización; síntoma del individualismo que ha dejado de ser limitado para ser total. El narcisismo es, pues, resultado de la segunda revolución individualista; es “el resultado del cruce de una lógica social individualista hedonista impulsada por el universo de los objetos y los signos; y de una lógica terapéutica elaborada desde el siglo XIX”.⁶⁶ El énfasis recae en que por primera vez en la historia es posible presenciar un incremento considerable de personas que fomentan el desarrollo de su personalidad, o lo que el pensador francés ha llamado la proliferación de *zombies*; es decir, individuos sumidos en la preocupación central de la liberación del yo puro. Sin embargo, la aporía que se presenta en la expansión del ego puro es que el “yo se convierte en un espejo vacío a fuerza de «informaciones», una pregunta sin respuesta a fuerza de asociaciones y de análisis, una estructura abierta e indeterminada que reclama más terapia y amnesia”.⁶⁷ Ésta es la paradoja: entre más se invierte en la realización del yo, el individuo más llega a vaciar su personalidad de sentido; el individuo hipermoderno, por decirlo con estas palabras, “no siente nada”; y esa es la preocupación de millones de personas en nuestros días: la angustia permanente es sintomática; la excesiva preocupación por el yo despoja al individuo de todo contacto con el mundo exterior.

El proceso de personalización impulsó el desarrollo de una sociedad vacía y permisiva, de una sociedad del escándalo caracterizada por el profundo individualismo hedonista y personalizado que ha desencadenado la profunda imposibilidad de sentir de los individuos. La obsesión de las personas por medir al mundo como si fuera un espejo del yo, ha derivado en lo que Sennett sostiene como un yo incapaz de sentir y que ha vaciado su vida de sentido.

⁶⁶ *Ibid.*, p. 53.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 56.

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, el narcisismo no es posible dilucidarlo en su completitud sin recurrir al proceso de personalización mismo. Ese es el gran hallazgo que nos propone Gilles Lipovetsky. El narcisismo es resultado de un proceso de personalización que se expandió en la segunda mitad del siglo XX y que exalta la vida privada de las personas. En otras palabras, la era hipermoderna promueve potencialmente la realización del *self* a través del consumo desenfrenado de viajes, autos, ropa, comida, tecnología, terapias psicológicas, deportes, entretenimiento, entre otros elementos.

El narcisismo que describe Lipovetsky debe ser ubicado como un síntoma de apatía e indiferencia que presentan los individuos con respecto al mundo en el que habitan. Sin embargo, también debe ser visto a partir de la trascendencia del *narcisismo colectivo*, en el que los individuos se agrupan a partir de intereses que los hacen sensibilizarse a los objetivos que los unen, de tal suerte que mediante la colectividad se llegue a la realización de ciertos fines, tales como los derechos humanos.

En síntesis, el narcisismo es consecuencia de la cultura hedonista centrada en una lógica de vacío y ansiedad perpetuas. El narcisismo es, por consiguiente, un proceso inaugural de la época posmoderna.

Christopher Lasch describió las contradicciones de la democracia liberal; enfatizó el desplazamiento de la esfera pública hacia aspectos puramente privados como el cuidado de la salud, el culto al cuerpo, la psicologización. El narcisismo, para Lasch, fue consecuencia de la venerada libertad de los individuos y de una pérdida de referentes generacionales en la historia. Subrayemos que para Lasch el narcisismo es un fenómeno que da cuenta de la crisis de confianza hacia los líderes políticos provocada por catástrofes tales como la guerra de Vietnam, el terrorismo internacional, las oleadas de pesimismo en las altas esferas, el agotamiento de los recursos naturales, el estancamiento económico, etcétera. Es así que la falta de credibilidad hacia los sistemas políticos hace que las personas caigan en una especie de “torbellino interior”, que Lasch asocia con una mejoría psíquica personal ante el alejamiento de la política. Vivir el momento se ha convertido en la pasión dominante en la

sociedad capitalista. En Lasch, el narcisismo ha llevado a una lógica de lucha de todos contra todos y a la incesante búsqueda por encontrar la felicidad del yo. Para Sennett, el derrumbe del ámbito público ocasionó que se propagaran manifestaciones narcisistas en la sociedad a partir del siglo XIX; y sobre todo, que el individuo orientara al interior el refugio y la estabilidad de su existencia, lo que ha dado pie a que la excesiva preocupación por el yo lo conduzca a un sentimiento tiránico contra sí mismo. Gilles Lipovetsky, por su parte, hace crecer el análisis sobre el narcisismo y aporta a la discusión el surgimiento de un proceso de personalización que se ha expandido después de la Segunda Guerra Mundial y que ha propiciado que la sociedad se rija a partir de impulsos narcisistas de personalidad.

Para Lipovetsky, el narcisismo no sólo es resultado de una serie de acontecimientos y dramas coyunturales, como establece Lasch y de la pérdida de sentido en la continuidad histórica o desmoronamiento del dominio público, como señala Sennett. El narcisismo, apunta Lipovetsky, es fruto del proceso de personalización; resultado de un proceso global. El narcisismo resulta del “cruce de una lógica social individualista hedonista impulsada por el universo de los objetos y los signos, y de una lógica terapéutica y psicológica elaborada desde el siglo XIX a partir del enfoque psicopatológico”.⁶⁸ Es un caos paradójico; un desorden organizador; es producto de la época hipermoderna o de la época que en su momento identificó nuestro autor como posmoderna, cobijada bajo la era del vacío; y que se consolida mediante la socialización de lo desocializado, que se glorifica a partir de la propagación del yo puro. El narcisismo es, pues, característico de las democracias liberales. Este individualismo, establece Lipovetsky, se presenta como responsable e irresponsable. Es *responsable* cuando se hace hincapié en demandas tales como la ecología, la tolerancia, el respeto a los niños, la lucha contra la corrupción. Es *irresponsable* cuando se reduce al éxito individual por todos los medios, ilustrado a través de la siguiente frase: “después de mí, el diluvio”. La primacía del yo es sustancial.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 53.

Una de las principales consecuencias del narcisismo es que éste se difunde de manera global. Por tanto, las consecuencias se pueden observar en el número creciente de casos que señalan la discriminación hacia el otro; hacia el extraño; al que no se puede observar como aquel otro cercano a nosotros. Evidentemente, la discriminación ha existido siempre; por ejemplo, en la antigua cultura griega se podía contemplar a través de lo que se denominó racismo. Los helénicos se consideraban como una raza superior a sus esclavos. Pero hoy se observa a través de las consecuencias del propio establecimiento de una vida que se ha vuelto más emocional y vinculada a la satisfacción de los deseos personales diseñados “a la carta”. Es decir, el neoindividualismo, señala Lipovetsky, atraviesa por la posesión del propio cuerpo y por la posesión de la propia vida, en la cual la existencia del ideal de autocontrol y el deseo de ser autónomo no dejan de ser un problema para aquellas personas que no desean acceder a la movilidad, nueva característica de las sociedades liberales. Para Lipovetsky, esta movilidad tiene un costo elevado que va acompañado de un constante e inquietante incremento de ansiedad, depresión y trastornos psicopatológicos de comportamiento.

Narciso no sólo se desea a sí mismo: se contempla a sí mismo. Narciso es un individuo atrapado en las contradicciones propias del proceso de personalización. “No sabe qué es lo que ve, pero lo que ve le quema, y la misma ilusión que engaña sus ojos, los excita. Crédulo, ¿para qué intentas en vano atrapar fugitivas imágenes? Lo que buscas, no existe; lo que amas, apártate y lo perderás. Esa sombra que estás viendo es el reflejo de tu imagen. No tiene entidad propia; contigo vino y contigo permanece; y contigo se alejaría, si tú pudieras alejarte.”⁶⁹ En nuestros días la obsesión de Narciso se manifiesta no sólo en el goce, sino también en el miedo que desatan las enfermedades y el entorno que se le presenta agresivo. De esta forma, el Narciso es un ser medicado, angustiado y débil a la vez. A Narciso todo lo preocupa, todo le causa inseguridad: el trabajo, su cuerpo, la edad.

⁶⁹ Ovidio, *Metamorfosis*, Madrid, Alianza, 1995, pp. 131-136.

El Narciso amorador de sí mismo y fragilizado a la vez, producto de la época hipermoderna, necesita reconocerse a sí mismo ante todo como un individuo productor de trabajo, portador de amor, confiado y exitoso. Es decir, requiere resistir ante las adversidades que el mundo le presente. El individuo de hoy necesita de alguna manera estimular su vida. De ahí que la noción de autoestima cobre relevancia sustancial. Ante la realidad, que se presenta caótica e insegura, tenemos el remedio vinculado a la realización personal.

En síntesis, se puede resumir y concluir lo siguiente: el narcisismo no es producto únicamente de la pérdida de sentido en la continuidad histórica, como aludió Lasch en 1979; o bien resultado del declive del dominio público como lo señaló Sennett en 1974; es también, para Lipovetsky, obra del proceso de personalización, que se presenta de manera global después de la Segunda Guerra Mundial y que expande una cultura de carácter hedonista. Desde mi punto de vista, las tesis que sostienen Lasch y Sennett son quizá de tipo más apocalíptico y aluden a las contradicciones que trae consigo la sociedad moderna, mientras que para Lipovetsky, el discernimiento del narcisismo no indica un cataclismo considerable en la vida social.

Es importante destacar que los tres autores coinciden en que la crisis coyuntural por la que atraviesa la sociedad capitalista a partir del siglo XIX ha implicado como condición necesaria la manifestación de conductas narcisistas, que sin duda fomentan, según Gilles Lipovetsky, el desarrollo del individualismo en la sociedad moderna.

Lo que en este capítulo se expuso fueron algunas de las características y posturas teóricas más destacadas del pensamiento sociológico contemporáneo, en torno a la problemática que conlleva el análisis del fenómeno social del individualismo a partir del narcisismo.

La codicia y la soberbia son los pecados de la sociedad capitalista moderna, que han fomentado la respuesta narcisista existente y que sin duda permiten el despliegue del individualismo en nuestra realidad.

En el siguiente capítulo estudiaremos cómo el invento moderno llamado «pantalla» borra las fronteras nacionales y se convierte en un fenómeno global

que ha transformado al mundo a través de la universalización de la pasividad y el desdibujamiento de la capacidad revolucionaria de las personas, contribuyendo así al proceso de individualización en la sociedad del exceso. Veremos cómo el individuo contemporáneo se ve motivado por la búsqueda incesante del reflejo del yo en la pantalla global.

Capítulo 3. La seducción de la pantalla en la era hipermoderna

Este capítulo pone de manifiesto la proyección de la pantalla global en la vida de los individuos, a través de la multiplicación exponencial de pantallas, cuya intención radica en verlo todo, en darse cuenta de todo a escala planetaria. Veremos cómo la seducción de la pantalla conduce a los individuos hacia un especie de hipnosis visual, enmarcada dentro de un profundo proceso de individualización.

A lo largo de este capítulo se evocará la interacción discursiva entre Gilles Lipovetsky y Jean Baudrillard, en relación con la “pantalla mundo”, dado que éste último es, tras bambalinas, la base teórica de nuestro autor. El término interacción discursiva alude, como lo sugiere Van Dijk, a las acciones que llevan a cabo varios agentes con la intención de conversar textualmente o de manera oral en torno a una temática que pretende sobre todo la interacción comunicativa y la conexión de conceptos que permitan dilucidar la realidad social.

3.1. La telepantalla

Como se expuso en el capítulo anterior, el narcisismo se expresa a partir de la expansión del proceso de personalización que pretende, ante todo, la realización hedonista de los intereses individuales. A lo largo de este capítulo se expondrá cómo es que el individuo, a través de la omnipotencia de la pantalla, proyecta sus deseos y sus sueños narcisistas dentro de un mundo irreal y ficticio.

Para entender cuál ha sido el funcionamiento y el sentido de la pantalla en la época hipermoderna, a modo del gran invento del siglo XX, es necesario establecer el siguiente cuestionamiento: ¿qué papel ha jugado la seducción de la pantalla en torno al proceso de individualización en la sociedad? Pues bien, la respuesta no se presenta de manera sencilla, ni tampoco de forma evidente, por lo que a continuación recurriremos a los aportes que brinda Gilles Lipovetsky con respecto a este asunto, así como la interacción discursiva que mantiene con Jean Baudrillard y su aporte teórico en lo que éste denomina la «pantalla total».

En primer lugar es necesario establecer por qué hablar de seducción de la pantalla: “la vida de las sociedades contemporáneas está dirigida en beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción”.⁷⁰ La seducción es el principal síntoma de las sociedades inmersas en el mundo del consumo; de las “sociedades en abundancia”, como bien lo indica Lipovetsky. La seducción es ante todo efímera, frívola, artificial y fugaz. La seducción se presenta en todas partes de la vida social; moldea y construye los comportamientos individuales.

La sociedad hipermoderna, caracterizada por el auge industrial y tecnológico, designa la era de la seducción generalizada.

Destaquemos que la seducción, en la perspectiva de Lipovetsky, no tiene que ver con:

La representación falsa y la alienación de las conciencias; es ella la que construye nuestro mundo y lo remodela según un proceso sistemático de personalización que consiste esencialmente en

⁷⁰ Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 2012, p. 17.

multiplicar y diversificar la oferta, en proponer más para que uno decida más, en sustituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos. La seducción remite a nuestro universo de gamas opcionales, de rayos exóticos, de entornos *psi*, musical e informacional en el que cada uno puede componer a la carta los elementos de su existencia.⁷¹

Dicho lo anterior, la pantalla ha sido el invento moderno que ha logrado ser un gran éxito seductivo de masas, por lo que es primordial, según el autor, distinguir que en el nuevo dominio planetario existen tres tipos de pantallas que se han consolidado en el hipercapitalismo globalizado, a saber: la telepantalla, la cinepantalla y la pantalla mundo. Comencemos a explicar en qué consiste cada una.

La telepantalla comenzó su andadura durante la segunda mitad del siglo XX. Según Lipovetsky, la televisión obtuvo tal reconocimiento a partir de esta época, considerándose el electrodoméstico básico más importante de confort moderno para los individuos. Sin embargo, es en el presente que la televisión es el aparato electrónico en el cual pasan mayor tiempo de ocio los individuos hipermodernos. El ocio individual es atraído cada vez más por la inmensa gama de imágenes espectaculares que circulan en el televisor; por la ficción, los sueños y la fascinación emocional que representa la pantalla. La televisión ocasiona la ruptura con el cine, puesto que en éste las imágenes se proyectan en un lugar oscuro y público, mientras que en la telepantalla la espectacularidad de las imágenes es llevada a domicilio. Para el autor, la pantalla del cine “tiene el poder de apartar al espectador de la banalidad de la vida cotidiana: al acaparar toda la atención del público, efectúa una ruptura clara entre el espectáculo y la realidad”.⁷² En la pantalla pequeña no ocurre lo mismo; es decir, no se produce una ruptura entre el telespectador y la realidad, como ocurre en el cine, lo que ocasiona que el individuo se sienta en una especie de vivencia continua de eventos que atraen su atención y su imaginación hasta tal punto que integra la televisión a su vida cotidiana de manera automatizada. La televisión no

⁷¹ *Ibid.*, p.19.

⁷² Lipovetsky, Gilles, Serroy, Jean, *La pantalla global, Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona, Anagrama, 2009, p. 218.

le permite al individuo desconectarse de la fantasía de las imágenes; y en consecuencia, es un gran refugio para la evasión, la indiferencia y la irreflexión del individuo moderno.

En la actualidad la telepantalla se vislumbra como un fenómeno “a la carta”, lo cual significa que el ocio de la pantalla se ha vuelto una experiencia privada de vivencias emocionales singulares. En la actualidad, gracias a la multiplicación de canales y a la diversidad de programas, la televisión favorece el *zapeo* constante. La experiencia televisual funciona en tiempo real; los acontecimientos del exterior son captados por millones de personas de manera simultánea. La televisión constituye así la alucinación más embriagadora y seductora en la que vive el individuo de los tiempos actuales. Debido a la inmediatez de los eventos que proyecta, la telepantalla se ha convertido en el dispositivo electrónico del exceso y la desmesura.

Una de las nuevas encomiendas que tiene la televisión hoy en día es su apuesta en la programación de teleseries. Los telefilmes han tenido tanto éxito actualmente, que han logrado colocarse como el espectáculo preferido de miles de telespectadores; algunos de los ejemplos que dan cuenta de este suceso son las series norteamericanas del momento, difundidas en todo el planeta, como: *The Walking Dead*, *Breaking Bad*, *The Wire*, *The Big Bang Theory*, *Dexter*, *Friends*, entre otros ejemplos. Las teleficciones representan la nueva situación por la que atraviesa la pantalla pequeña. El elocuente triunfo de la serie proyectada en la televisión es que no recurre a la utilización de personajes famosos o de las grandes estrellas luminarias a lo largo de la historia de ficción que se cuenta; la serie se convierte en un evento muchísimo más concreto y creíble para los individuos; de ahí que a través de la pantalla, el individuo se sienta reflejado con la historia que transcurre. La peculiaridad de la serie es, sin duda, atrapar al espectador a través de la curiosidad y los deseos por conocer qué es lo que pasará en el siguiente episodio de la saga y en consecuencia, se asegura la participación fiel del público que espera con ansias reencontrarse con el siguiente capítulo de la misma. Por todo ello, la serie, según Lipovetsky, se convierte en un gran éxito masivo gracias a que recurre a la dramatización y la

estelarización de los personajes. El momento hipermoderno en el que vivimos cohabita con una época de hiperconsumo que exige novedades constantes en la telepantalla.

El espíritu de la televisión no sólo se ve consolidado mediante el éxito que tiene la serie ficticia; también resaltemos que ha requerido de la emisión de la llamada telerrealidad (el *reality show*). Ésta consiste en la participación de personas que no necesariamente son estrellas o famosos celebres de los espectáculos; la telerrealidad se caracteriza por la escenificación y la transmisión en vivo y en directo de personas reales que no tienen que actuar o memorizar un determinado guión frente a las cámaras; más bien, la telerrealidad nos cuenta una historia real que se desenvuelve dentro del marco de la cotidianidad de la existencia. La telerrealidad, en otras palabras, representa el nuevo juego de personas reales que no son actores profesionales frente a la pequeña pantalla. Recordemos uno de los fenómenos más representativos de este género televisivo, a saber, «El gran hermano» o «*Big Brother*», en el cual doce concursantes son filmados las veinticuatro horas del día por un período de tiempo de ciento seis días aproximadamente. Tal acontecimiento se lleva a cabo dentro de una casa que les es común a todos los participantes, con la intención de revelar el comportamiento que puede sufrir un individuo cuando de repente se encuentra en un lugar aislado del mundo exterior, que no conoce y el cual comparte con otros miembros que jamás ha visto en su vida. G. Lipovetsky asegura que a pesar de que los integrantes del *reality show* a simple vista son personas ajenas al mundo televisivo, los participantes no son elegidos aleatoriamente; por el contrario, ocupan un lugar de acuerdo con las características de su personalidad; es decir, los seleccionados deben cumplir con un perfil psicológico, social y cultural que ya está predeterminado por los productores del programa. En la telerrealidad, los seleccionados interpretan un papel que está prefabricado por la producción del programa, por lo que el candidato debe ser desinhibido y ser capaz de integrarse a la ficción de la hiperrealidad mediática. En este contexto, la ficción no sustituye a la realidad: es parte de la realidad; el desafío es lograr que se vivan dramas, suspenso,

historias de amor y finales felices, con la intención de pasar del anonimato a la celebridad mediática.

Otro teleespectáculo de “novedades” que se perfila como uno de los eventos favoritos para miles de televidentes es el deporte. La pasión hipermoderna por el fervor deportivo se ve reflejada en todas partes; por ejemplo, durante los campeonatos mundiales de fútbol, millones de cámaras abarrotan las calles con el propósito de seguir minuto a minuto las jugadas de los representantes de cada y de su país; todas las personas están pegadas a la pequeña pantalla para ser partícipes del gran acontecimiento de entretenimiento que está frente a sus ojos. Asistimos a una espectacularización del apetito deportivo apoyado en la emisión “en directo” de la competición.

En la época ultramoderna vivimos en lo que Lipovetsky denomina el *star-system*, en donde los individuos anhelan ser parte de la trama ficticia de la propia vida, tal como una película filmada. Según el autor, a través de la democratización que atraviesa el proceso televisivo en cuanto a la producción de estrellas, actualmente nos encontramos ante un nuevo suceso que arrastra consigo el *star-system*: la creación de estrellas *people*; personas que pasan de lo incógnito a la fama súbitamente.

La telepantalla es cada vez más un espacio que sirve como talud de lanzamiento, estelarización, dramatización y espectacularidad de nuevas estrellas que van adquiriendo popularidad entre las multitudes. Es también el espacio ideal en el cual los individuos hipermodernos logran escapar de la incertidumbre y la desconfianza que genera el mundo exterior. De ahí que la televisión sea el espacio privado que aísla a los individuos de lo que verdaderamente ocurre a su alrededor. Cada día, la telepantalla invierte en la promoción de un *collage* de programas que se mueven alrededor de temáticas como las siguientes: el adelgazamiento, los cambios radicales en la apariencia estética de las personas, la ayuda terapéutica para mejorar el entorno familiar, la salud sexual y reproductiva, la orientación para dejar de consumir drogas o bebidas alcohólicas, pasar por la cirugías a fin de parecerse a un famoso, etcétera; todo este surtido de programas que salen a la luz continuamente,

fomentan la pasividad de las personas con respecto al mundo y no contribuyen a promover la transformación de la realidad y de la vida misma.

La televisión, en resumen, simboliza la metamorfosis de la vida, del logro de la felicidad personal y según advierte el pensador francés, de la disfunción por la que atraviesan las sociedades democráticas hiperconsumistas e hiperindividualistas. La principal función que cumple la telepantalla hipermoderna es hacer “espectáculo y relato, dramatizar y personalizar el acontecimiento”.⁷³ Se trata de que el espectador viva una experiencia única y emocional que vaya directo a sus sentidos. En la sociedad del exceso se pone de manifiesto la movilización de recursos para emocionar y entretener al público; para hacerlo soñar con la teleficción de la vida, encantándolo con el impacto que tienen cientos de imágenes a lo largo de su existencia.

⁷³ *Ibíd.*, p. 236.

3.2. La cinepantalla

La pantalla no sólo se relaciona con el uso de la televisión; se desarrolla también a través del uso publicitario que se desenvuelve en el cine. Desde la perspectiva teórica lipovetskyana, no es posible concebir a la publicidad como un elemento exterior de la pantalla cinematográfica; más bien, es imprescindible que se hable de una especie de maridaje entre cine y publicidad.

A partir de los años veinte, la imagen publicitaria de las estrellas se comenzó a comercializar a través de los crecientes anuncios publicitarios, pregonando el encanto de todo tipo de marcas. La superestrella es el gran icono de la vanguardia publicitaria, cuya finalidad sigue siendo seducir a una amplia gama de consumidores mediante el embrujo de su imagen y su voz. La estrella cinematográfica es la marca que hace posible la venta de los artículos comerciales en la gran pantalla. La estrella personifica una:

Idealización, simbolización, mitificación: la estrella aglutina todos los fantasmas, todos los sueños, en una figura «estereotipada», fabricada para ser reconocida inmediatamente. Hace más visible la película porque es ella lo que va a verse y lo que de aparición en aparición se reencuentra de tal modo que la eternidad la hace diferente por su misma inaccesibilidad.⁷⁴

El cine, considerado el arte moderno que ha nacido de la invención técnica, mimetiza la publicidad y el esplendor estético de las imágenes; es un arte que se inventa a sí mismo y es inigualablemente una creación moderna. El cine descubre sus formas, su lenguaje y su manera de hacer arte, dado que es una invención totalmente democrática y comercial que ha logrado posicionarse como una de las actividades de mayor entretenimiento para el público. El cine es el dispositivo visual que sigue afianzándose como una novedad artística de masas.

Según Lipovetsky, la novedad y la exaltación de la individualidad son dos de los componentes que reivindican la gran apuesta del cine. Cada película es vista al mismo tiempo por millones de personas y es primordial que el individuo

⁷⁴ *Ibíd.*, p. 40.

se sienta identificado con los personajes y con la historia que se está contando; por tanto, es fundamental que el individuo se vea reflejado a través de la gran pantalla cinematográfica. Una película que se fabrica busca ante todo la manifestación de expresiones emocionales en las personas que deciden comprar un boleto para ver el filme en la pantalla grande.

En el cine, también podemos observar lo que está de moda; es decir, existe un profundo lazo entre el cine y la moda. En la gran pantalla el individuo es objeto de la seducción de la industria de la moda mediante el éxito comercial de diversas marcas como *Zara*, *Berska*, *Pull and Bear*, *Nike*, *Adidas*, *Apple*, *Microsoft*, *Coca Cola*, *Samsung*, etcétera. El despertar consumista del individuo es motivado por miles de productos publicitarios que se muestran en la pantalla antes de que dé inicio la película de su elección. El cine, al igual que la televisión, le apuesta a la seducción acelerada y a la fugacidad de la vida, incidiendo así en los gustos, los códigos de belleza, el comportamiento, el consumo de bebidas y alimentos, la apariencia, la pose para hablar y sobre todo, en la manera de concebir al mundo, la cual encaja día con día en el *kitsch* de lo inmediato, lo fugaz, lo espectacular y lo desechable.

Desde Lipovetsky, el cine produce a la vez un fuerte impacto mental en los individuos, ya que el fenómeno óptico que éste acentúa se centra en el uso ininterrumpido de medios técnicos cada vez más sofisticados y en el montaje de efectos especiales que atraen al espectador a sentirse parte de la trama de la película. Este impacto mental se manifiesta en la ilusión que tienen los espectadores de vivir su realidad como si fuese una filmación espectacular; es decir, el cine fomenta el deseo mental de lograr una vida que fluya entre lo real y lo ficticio. El individuo hiperindividualista quiere ser como sus estrellas favoritas; quiere parecerse y llevar una vida similar a la de éstas.

El hipercine de nuestros días, según Lipovetsky, es de corte democrático-individualista; es un cine que se mueve bajo la dinámica del mercado, de la tecnociencia y de la modernización desmesurada. El cine ultramoderno es la conjunción de la hipertecnología electrónica e informática de la imagen digital y del video.

El auge de las nuevas tecnologías refleja una especialización técnica creciente en lo virtual, lo fantástico, lo maravilloso y lo mágico en la creación de novedosas invenciones de personajes y mundos ficticios que antes eran inimaginables y que ahora cobran vida gracias a la revolución tecnológica típica de la sociedad hipermoderna.

El cineultramoderno se dirige a un nuevo espectador que busca la intensidad del momento y la satisfacción de emociones instantáneas, las cuales se encuentran en sintonía con un individualismo sensorial y sensacionalista que promueve más consumo de imágenes en exceso. En una época dominada por la sed de novedades, el hiperconsumo y la sobreabundancia, el cine se presenta como el gran éxito de masas y como sinónimo de comercialización, promoción de marcas y seducción publicitaria.

La cinepantalla se ha convertido, según Lipovetsky, en un fenómeno de corte global gracias a la espectacularización digital de las películas y a la multitud de emociones que logra provocar en el público. El cine pone en práctica diversas estrategias publicitarias que fomentan el consumo desmedido de películas, como son el adelanto de diversos avances cinematográficos que anuncian la aparatosidad del nuevo producto fílmico, o bien fomentan recurrir al «cómo se rodó la película», con la intención de generar curiosidad y atracción visual en los futuros espectadores de la cinta. Señalemos que las campañas de lanzamiento de las películas disponen a menudo de un fuerte presupuesto comercial para asegurar su éxito en el mundo del entretenimiento.

El cine hipermoderno, para el autor, enuncia la entrada de una pantalla-escaparate que pone en escena la omnipotencia de las marcas. Es importante resaltar que, según Lipovetsky, tal omnipotencia de las marcas es aceptada y tolerada por el público, en otras palabras, la inflación exponencial de las marcas no amenazan la libertad de creación ni la reflexión del ojo crítico del público. En este aspecto en concreto, desde mi punto de vista debe añadirse que la publicidad de la marcas es lanzada con la única intención de hacer que el individuo, durante el rodaje de la película y saliendo de ver ésta, proceda a consumir la inmensa variedad de productos comerciales. Es decir, el bombardeo

constante de imágenes que fomentan el consumo hace que el apetito insaciable del turboconsumidor se acelere y que se desarrolle la somnolencia social.

Para Lipovetsky, la pantalla-escaparate se encuentra empapada de publicidad y es imposible negarlo. En nuestra realidad ultramoderna es absurdo tratar de disociar a las estrellas con la imagen de las marcas. La belleza y atracción de las estrellas aumentan la celebridad de los productos que se venden. La búsqueda de un estado puro del cine es inexistente frente a la finalidad comercial de los anuncios publicitarios.

La senda de nuestro momento contemporáneo atraviesa por lo que el autor francés ha llamado pantallofilia hipermoderna, caracterizada por la colonización de la publicidad-pantalla. Es cierto que el desafío de toda pantalla es vender productos y Gilles Lipovetsky reconoce que esta invasión publicitaria en la pantalla grande es innegable; sin embargo, nos propone que no sólo pensemos a la publicidad desestimándola. La publicidad ha logrado desembarazarse de la mecanización con la que eran lanzados sus productos en los años cincuenta para ser creativa en nuestros días; es decir, pretende emocionar al público a través de la innovación y las promesas extremas, tales como la belleza, la juventud, la salud, el placer, la vitalidad, el amor, el bienestar, la paz interior y la felicidad. Todos estos anuncios se enmarcan dentro de una realidad más creíble y sensacionalista para los consumidores. Los anuncios publicitarios recurren más en la actualidad al hiperespectáculo y la magia visual de las imágenes, eliminando así todo lo que pueda producir verdadero horror, malestar y rechazo. La publicidad en el cine “no se trata ya tanto de hacer memorizar como de entretener, sorprender y seducir a un consumidor atiborrado, haciéndolo cómplice de los mensajes que se le proponen”.⁷⁵

No hay duda de que el auge de los anuncios publicitarios que se han desplegado mayoritariamente en el cine son producto de la pujanza de la segunda revolución individualista, cuyos valores hedonistas, permisivos, flexibles y lúdicos se propagan a lo largo de una cultura mediática que cultiva la

⁷⁵ *Ibíd.*, p. 263.

personalidad abierta y la novedad sensorial del hiperconsumidor, el cual aprecia formar parte de un mundo fantástico, irreal y extraordinario.

Recapitulando, el cine según Lipovetsky, nos explica el contenido de la existencia humana: el amor, el odio, la vida, la muerte, la belleza, la desesperación, el sufrimiento, el maltrato, la alegría, la esperanza; nos cuenta una historia que escuchamos con atención y con intenso placer. El cine, para el autor, tiene la capacidad de crear vínculos sociales entre las personas; es una invención moderna que ha logrado a través de las ilustraciones de la historia representar los sueños y las angustias de la vida humana; es decir, el público que asiste a una sala a ver la proyección de una película, pese a que no se conoce, comparte en común un producto cultural que le permite comunicarse entre sí, dentro de las mismas convicciones. Desde mi particular punto de vista, es cierto, como señala Lipovetsky, que el cine es una creación moderna que recrea aspectos de la vida que le son comunes a la mayoría de los individuos y en los cuales se sienten identificados con las grandes estrellas de la pantalla grande; sin embargo, considero que el cine es un escaparate más que promueve un estado de individualización característico de las sociedades modernas democráticas; a mi parecer, el cine, lejos de crear vínculos sociales, contribuye a romperlos; a que las personas se alejen más entre sí. El cine puede decirse es el relato encantado y sensacionalista que gracias a su fuerza imaginativa aglutina y permite que las personas se identifiquen, empero, no contribuye a despertar la conciencia social sino a adormecer ésta; de ahí su gran y rotundo éxito. Es verdad, que no podemos negar que existan películas que verdaderamente cumplen una función crítica y reflexiva del acontecer social, pero también es cierto que los filmes que abundan en la sociedad hipermoderna son de consumo inmediato y efímero, sin ningún trasfondo social, sin ningún contenido que despierte la concienciación colectiva; tan es así que una película no puede permanecer más de dos semanas en la pantalla grande, puesto que el constante remplazo y desechabilidad de éstas empuja para que nueva fascinación visual florezca.

En la perspectiva de Gilles Lipovetsky, el cine es una de las grandes fuerzas que forjaron la modernidad del siglo XX. En el cine se construye una imagen de nuestra realidad, una percepción del mundo, que si bien es cierto que permite la evasión, también ofrece una visión del mundo. Siguiendo al autor, el llamado séptimo arte constituye una fábrica de sueños que cautiva y fascina, pero que sin duda se consolida como un espacio generador de conciencia, puesto que logra sensibilizar al público de lo que acontece en la realidad. Para el pensador francés, el cine no es únicamente el lugar de lo irreal; el lugar en donde los sueños fantásticos y espectaculares se vuelven una ilusión para los individuos. El cine es uno de los principales instrumentos que ha forjado la visión del mundo del individuo ultramoderno.

El séptimo arte ha alimentado los comportamientos de las personas en nuestra época; somos educados por lo que vemos en la pantalla grande. La moda y la forma de ser son un gran reflejo de este suceso. A través de las estrellas del cine el individuo narcisista y vacío intenta mostrarse frente al mundo como una celebridad, adoptando lo que Lipovetsky ha nombrado como el *look* de cine. La estética del glamour narcisista se impone socialmente: “queremos vernos y que nos vean como los ídolos del cine, cuando aparecen en el resplandeciente primer plano y llenando la pantalla”.⁷⁶

Tomando en cuenta todo lo que se ha dicho, el cine se encuentra en todas partes, es forjador de nuevas costumbres y comportamientos; es la ostentación deslumbrante del narcisismo hipermoderno. Actualmente, nos encontramos, según Lipovetsky, circunscritos a una cinematización de la vida. El individuo amor de sí mismo está encerrado en la estelarización de su imagen, buscando incesantemente transformar su vida con la intención de ser parte del guión de su propia película.

La realidad se impone como una cinevisión. Todos queremos que sea cine; se iluminan las calles de las grandes ciudades como si se estuviera filmando una película; se musicalizan las obras de teatro como si fuese una

⁷⁶ *Ibid.*, p. 322.

puesta en escena que se llevará a la pantalla grande; se empieza una relación amorosa con la fiel intención de que se llegue al final feliz tan prometedor de la cinta cinematográfica; todo el tiempo se recurre a escenificar los espacios públicos como escaparates que concentran la gran travesía de la cinefilia. La gran pantalla, mediante su guionización y espectacularización extremas, modela la conducta y el estilo de vida de las personas.

En conclusión, el cine ha invadido el mundo; ha modelado la vida social. No obstante, según Lipovetsky, el cine, como espectáculo de masas, no enajena ni nos despoja de la verdadera vida; por el contrario nos devuelve a la vida de manera cinematizada, reconfigurada por la invasión alucinante del glamour de la pantalla y de la fastuosidad de las imágenes. La vida en la época del exceso acaba por imitar la majestuosidad del cine.

El cine se ha convertido en cinevida, pero no por ello, insiste el autor, ha contribuido al empobrecimiento de la vida, al hundimiento de la razón, a la pérdida de contacto con la realidad, al despiste, al desmoronamiento de la cultura, a la evasión social, al prejuicio de la estética o al aislamiento social. Para Lipovetsky, es innegable que el mundo hipermoderno se sumerge cada vez más en la influencia de millones de imágenes que socavan la visión del hombre, pero la inmersión de éstas coadyuva con la capacidad personal de reflexionar. En otras palabras, lo que ha impulsado la pantalla cinematográfica no es:

El reino de la alienación total, como se afirma con demasiada frecuencia, cuanto una capacidad nueva para crearse un espacio propio de la crítica, de distancia irónica, de opinión y deseos estéticos. La singularización ha ganado más terreno que el aborregamiento.⁷⁷

Mi postura difiere un tanto con respecto a la del autor sobre este punto. Desde mi perspectiva, la sed individualista cobra rotundo éxito ante el llamado espectacular de los sonidos de la pantalla grande; su intención es hacer del ser humano una máquina consumista. Esa singularidad que alimenta el cine hipermoderno y la cual destaca Lipovetsky como una victoria, permite que se establezca una cultura de los deseos que alienta al individuo a que

⁷⁷ *Ibíd.*, p. 327.

constantemente anhele imágenes nuevas en las cuales su yo se vea reflejado; es decir, la pantalla grande posibilita que la personalidad singular aflore con la intención de propiciar el consumo.

La cinepantalla motiva a la mente humana a consumir, estimulando la sensación emocional con el producto. Es por ello que la publicidad y el cine afianzan su matrimonio. Toda pantalla le apuesta a promover el consumo para satisfacer de los deseos infinitos de las personas.

Así, desde Lipovetsky, el empuje de la segunda revolución individualista se ha reforzado con el cine, ya que éste se expande de manera global, a diferencia de la televisión que transmite programas que están más relacionados con la particularidad identitaria de cada país.

Como se mencionó en el primer capítulo de esta investigación, la segunda revolución individualista se caracteriza por la necesidad de los individuos de gobernarse solos y por la emancipación de las antiguas obligaciones en pos de la familia, la patria, la historia, la política o la religión. Concretamente, la segunda revolución individualista se rige bajo principios hedonistas, psicológicos, de culto al cuerpo, de culto a la salud y, sobre todo, del culto a la autonomía subjetiva y a la exaltación de la singularidad. El advenimiento del neoindividualismo se presenta como una obsesión narcisista que exige más preocupación por uno mismo; más autenticidad, más espacio íntimo, más psicologización de la vida y más reflejo del yo en el pantalla grande y en todas las pantallas del mundo. Por eso, el cine refleja el deseo individualista de ser más participativo y más autónomo en la trama que se cuenta, ya que a través de la imaginación subjetiva la narración puede recomponerse para un uso más singular y privado a través de lo que se presenta en la pantalla.

La cultura neoindividualista y psicologista valora todo aspecto de interés subjetivo extraído de la realidad cotidiana para llevarlo al espacio cinematográfico y embelesar la existencia narcisista del yo.

3.3. La pantalla-mundo

Una vez recorrido el andar de la pantalla por la televisión y el cine, queda claro que en la actualidad la infinidad de imágenes que sofocan la visión del individuo se presenta en todas partes. La era hipermoderna se caracteriza por tener pantallas en los teléfonos móviles, en nuestro ordenador personal, en las tiendas de autoservicio, en los videojuegos, en los centros comerciales, en el autobús, en el automóvil, etcétera. Nuestra realidad ultramoderna está rodeada de pantallas portátiles y táctiles, pantallas televisivas, pantallas cinematográficas, pantallas planas y de alta resolución, pantallas gigantes, pantallas con acceso directo a internet, pantallas ligeras, pantallas que se interconectan con otras pantallas, pantallas de bolsillo, pantallas digitales en los relojes inteligentes, pantallas de videocámara, pantallas en los cajeros automáticos del banco, pantallas en las bombas dispensadoras de gasolina, pantallas en los espectaculares publicitarios, pantallas en los aparatos deportivos, pantallas en los menús de los restaurantes, pantallas en los aparatos médicos, pantallas en la *webcam*, pantallas intracorporales, pantallas en los anteojos, pantallas en los parques de atracciones, pantallas en los conciertos para que el público vea qué sucede con su estrella favorita; pantallas en todo el mundo. La inflación exponencial de pantallas se sigue acelerándose día con día y por doquier; la pantalla gobierna la existencia misma.

El individuo contemporáneo no sólo ve el mundo a través de la pantalla, también vive su vida propia mediante la pantalla; está conectado permanentemente al conjunto de pantallas que rodean su vida, puesto que la pantalla es la mejor manera de desplegar información y de recibir información del mundo.

La pantalla transforma al individuo hipermoderno en lo que Gilles Lipovetsky ha llamado *Homo pantalicus* e instaura una pantallocracia cuyo poder se deja sentir cada vez más al modelar en su conjunto la vida social.

Partiendo de la argumentación lipovetskyana, la explosión de las pantallas no debe pensarse como enajenación subjetiva o como propaganda de

engaño, ilusión o cortina de humo; la pantalla se alza como expresión y diálogo con el mundo. La multitud de pantallas transforma la forma de vivir del individuo; la relación que se tiene con la información, con el espacio-tiempo y con la manera de consumir. Según Lipovetsky, la pantalla se ha convertido en un intermediario de nuestras relaciones con el mundo y con los demás. De ahí la necesidad de preguntarnos si la pantalla juega un papel de adormecimiento y emborrugamiento que nos arroje a un proceso de individuación perpetuo o acaso es el nuevo espacio virtual de interacción social. Darle respuesta a esta pregunta no se presenta de manera sencilla, por lo que recurriremos a rescatar la interacción discursiva con Jean Baudrillard respecto al entendimiento de lo que el filósofo francés denomina la “pantalla total”.

Para Baudrillard, la época contemporánea se caracteriza por estar vinculada con la fractalidad y la digitalidad. Siguiendo al filósofo francés, el ser humano se ha convertido en una máquina electrónica y virtual. Vivimos en una sociedad compulsiva e incestuosa que termina por estropear al hombre. El ser humano, al ser una máquina electrónica y cibernética, se convierte en el terreno elegido para que la virulencia informativa haga metástasis en su vida. La virtualidad informativa de las redes y las conexiones electrónicas son las patologías modernas que expanden la viralidad homicida del pensamiento.

Según Baudrillard, en nuestras sociedades nos enfrentamos a una nueva violencia surgida de una sociedad permisiva y pacificada⁷⁸. El sistema social, desde Baudrillard, pierde sus defensas naturales a medida que avanza y se perfecciona la tecnología. La información se propaga de manera tan acelerada y circula tan libremente, que el riesgo es fatal en la vida del hombre.

Como se puede observar, el interés de Jean Baudrillard se centra en el análisis de la “pantalla total”, en relación con el auge de la liberación de la comunicación y la información en la que vivimos. Esta liberación de las conexiones comunicativas e informativas han creado, apegándonos a lo que el

⁷⁸ Esta sociedad permisiva y pacificada de la que nos habla Baudrillard, vendría siendo desde el enfoque teórico lipovetskyano la sociedad del deseo que surge después de la Segunda Guerra Mundial y que se explicó en el primer capítulo de esta investigación.

filósofo señala, una patología de la información en la cual el hombre se vuelve un ser neurótico ante el riesgo que suscita la aceleración de las redes y la pérdida de identidad. Así, la viralidad de los medios de comunicación del mundo irracional en el que habitamos, sumerge al hombre en el riesgo y la incertidumbre.

Baudrillard insiste en que la racionalidad del mundo moderno es una ilusión cuya estrategia ya no se centra en el Bien contra el Mal; más bien lo hace en el Mal contra el Mal. Es decir, el mundo que aparentemente parece racional es contradictorio y su catástrofe total recae en considerar a la información y a la comunicación que circula en las redes como si fuesen omnipotentes, lo cual evidentemente acarrea, según el autor, el “principio del fin de cierto proceso de pensamiento”.⁷⁹ En otras palabras, para Baudrillard, la levedad del ser es lo que caracteriza nuestra época y la que nos arrastra constantemente al vacío.

La era de la información tal parece se ha convertido en la base misma de nuestra existencia, en la que la búsqueda desesperada por la identidad. Según la postura de Baudrillard, ya no se encuentra en el pasado ni tampoco en un proyecto en el futuro;⁸⁰ más bien se necesita de una memoria instantánea; es decir, de una identidad publicitaria que nos compruebe el momento inmediato de nuestra existencia. Lo que hoy se busca es la expansión efímera y publicitaria de la vida. Según el autor, hoy sólo nos contentamos con existir. El hombre moderno ya no tiene ni siquiera una memoria histórica que lo ubique dentro de un proceso social; hay una pérdida de la realidad y una profunda indiferencia histórica. Hoy sólo tenemos los medios de alucinación publicitaria que nos brindan satisfacción y goce en el presente.

⁷⁹ Baudrillard, Jean, *Pantalla total*, Barcelona, Anagrama, 2000, p. 16.

⁸⁰ La necesidad de que el ser humano recurra a la identidad publicitaria de la que nos habla Baudrillard, conecta perfectamente con la propuesta teórica que se analizó en el capítulo dos de esta investigación, en la cual, Christopher Lasch señala que la pérdida de sentido en la continuidad histórica del hombre moderno ha provocado que los individuos no tengan referentes del pasado ni tampoco vislumbren un proyecto a futuro, lo que deriva en un narcisismo exacerbado; el individuo contemporáneo simplemente goza de las satisfacciones que le brinda el presente inmediato.

Ante el afianzamiento de una identidad publicitaria, el individuo moderno busca un *look* que le permita hacer acto de apariencia, sin preocuparse de ser, ni tampoco de atraer las miradas exteriores; es decir, “no es yo existo, estoy ahí, sino: soy visible, soy imagen, *look*, *look*. Ni siquiera es narcisismo, es una extroversión sin profundidad, una especie de ingenuidad publicitaria en la que cada cual se vuelve empresario de su propia apariencia”.⁸¹

El *look* no define al individuo, simplemente le permite tener una apariencia que, según Baudrillard, ya no provoca ni la seducción ni la admiración de los demás, como en el caso de un narcisista que vive embriagado del éxtasis que le suscita el que las miradas atónitas se dirijan hacia su persona. Podemos decir, entonces, que el *individuo-look* es un ser indeterminado, angustiado y confundido que se sirve de la publicidad y de la moda para darle sentido a su existencia.

Es importante destacar que nuestra cultura es participe de la contagiosa virulencia de las imágenes; es potencia significativa de los signos informativos que modelan la apariencia y la personalidad subjetiva. La cultura contemporánea promueve la indiferencia de nuestra situación para que tengamos la necesidad de recurrir a crearnos una identidad publicitaria; a inventarnos un *look*. El ser humano, señala el filósofo de la posmodernidad, ha desaparecido política e históricamente; los medios de comunicación han permeado tanto la vida social que la capacidad política de éste se ve mermada. No es casualidad, entonces, que ante los efectos totalmente mediáticos el ser humano recurra a crearse una imagen publicitaria.

“Pantalla total” es pues, para Baudrillard, “la imagen virtual sin obstáculo. Uno entra en su propia vida como en una pantalla. Uno enfila su propia vida como una combinación digital”.⁸² A través del video, del internet, la multimedia, los videojuegos, el teléfono móvil, etcétera, la pantalla total hace inmersión en la vida del ser humano; todo se convierte en una pantalla que nos amenaza por

⁸¹ *Ibid.*, p. 22.

⁸² *Ibid.*, p. 204.

todos lados. La pantalla, en consecuencia, es promotora de la no interactividad real y del vacío.

Nuestra cultura actual le apuesta más al perfeccionamiento de las máquinas; a cierto nivel de maquinización digital y virtualidad, lo cual implica según Baudrillard, que deje de haber distinción entre el hombre y la máquina. La máquina está en todas partes; todo es producido por una máquina: “quizá ya sólo seamos su propio espacio, el hombre convertido en la realidad virtual de la máquina, su operador en espejo”.⁸³

De esta forma, la pantalla total es la posibilidad de corregir infinitamente las creaciones del ser humano; es la simulación de un espacio virtual libre que desencadena éxtasis y ofuscación electrónica e informativa. La pantalla total, desde Baudrillard, gira sin fin y sin finalidad, cuyo destino es la involución al infinito; de ahí que el ser humano pueda pasarse la vida en ella, como si fuese una droga. Por tal razón, el gran éxito de la pantalla total es que ofrece el deseo de desaparecer, de disolverse en el mundo que se vuelve cada vez más caótico, riesgoso e inseguro.

El universo electrónico viral que nos rodea permite que vivamos en sociedades blandas, pasivas que se precipitan en el vacío y la decepción. La sociedad moderna no tiene memoria, se empeña en borrar todo signo histórico, todas las revoluciones políticas e ideológicas. Vivimos dentro de una burbuja mediática que hace incomprendible nuestra realidad.

Con la modernidad estamos condenados al acoso hipermediático y al atiborramiento de imágenes que socaban nuestra memoria. Los medios de comunicación y el *boom* tecnológico son la única ideología fúnebre que seduce de manera histérica la vida del individuo. Y ante ello, nos enfrentamos a un “desierto de lo social”⁸⁴ en el que la reflexión y la crítica hacen implosión.

En palabras de Baudrillard, el encantamiento mesiánico de lo virtual ha hecho que todo sea social, provocando que el umbral crítico se desdibuje. El poder de las tecnologías de lo virtual, el telecapitalismo, la intoxicación mediática

⁸³ *Ibid.*, p. 205.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 72.

se convierten en los nuevos amos del mundo. De ahí que en la actualidad exista una sobrevaloración de los medios de comunicación, una supremacía de lo virtual que, para el filósofo de la posmodernidad, termina por ser una nueva forma de servidumbre voluntaria.

Con lo anterior mencionado, regresemos a la pregunta eje que nos hemos planteado en este capítulo: ¿la pantalla juega un papel de ceguera y de individuación perpetuas o un nuevo espacio virtual de interacción social? Tratando de dar respuesta a este cuestionamiento desde la propuesta de Jean Baudrillard, podríamos inferir que su visión es más apocalíptica y pesimista que optimista. La pantalla total promueve un tipo de individuo sin capacidad lúcida y reflexiva de la realidad; tal como afirma Baudrillard:

El individuo que hemos producido y glorificamos en la preocupación absoluta que tiene de sí mismo, y al cual protegemos en su impotencia con toda la cobertura jurídica de los derechos del hombre, este individuo es el último hombre del que habla Nietzsche. Es el usuario final de sí mismo y de su propia vida, el individuo terminal, sin verdadera esperanza de descendencia ni trascendencia. Es el hombre sin retorno, condenado a la esterilidad hereditaria y a la cuenta atrás. Este individuo es el final del ciclo y de la especie, ya sólo le queda intentar sobrevivirse desesperadamente espectralizándose, fractalizándose, pluralizándose, convirtiéndose en su propia creatura y su propio clon. Este último hombre ya no puede, pues, ser sacrificado precisamente porque es el último.⁸⁵

El individuo que se encuentra enfrascado en los avatares de la vida cibernética y virtual, como señala el filósofo francés, se reduce al juego de su propia supervivencia; está integrado en el vacío y en la indiferencia humana; está entregado a un proceso de individualización crónico.

La pantalla total es el gran espejo virtual que le permite al individuo librarse de la incertidumbre que le genera el exterior, librarse de los fracasos y errores que produce la clase política, pero de ninguna manera es un espacio forjador de espíritu intelectual. Así, la propuesta teórica de Baudrillard se centra en señalar que “no hay interactividad con las máquinas (como tampoco entre los hombres, y ésta es la ilusión de la comunicación). La interfaz no existe”.⁸⁶ La

⁸⁵ *Ibid.*, p. 82.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 185.

pantalla no suscita interacción social; no origina lazos sociales, aísla. La pantalla nos enfrenta al *zapping* involuntario como espectadores y a la relación automática con basura de información que invade todos los espacios de la vida.

La verdadera catástrofe de la pantalla total, según Jean Baudrillard, es la inexistencia de lo real. En consecuencia: «Todos somos desaparecidos».

A diferencia de Jean Baudrillard, Lipovetsky no tiene una postura tan catastrófica y apocalíptica del boom mediático e interactivo en el que vivimos. Para Gilles Lipovetsky, la red de pantallas que circulan por doquier ha transformado nuestra forma de vivir; juegan ellas un papel de intermediarias con el mundo.

No se puede hacer caso omiso, según Lipovetsky, de que la pantalla global, sea promotora de la llamada «sociedad del espectáculo» o que en palabras del célebre escritor peruano, Mario Vargas Llosa –premio Nobel de Literatura en 2010– se inserte en la «civilización del espectáculo». Sin embargo, no por ello, el individuo hipermoderno vive en el imperio de la pasividad. La oferta de la proliferación mediática y la explosión de la comunicación informática, permite a los individuos acceder a la ingeniería mediática de manera individual, de acuerdo con sus motivaciones, gustos, carácter, forma de ser y tiempo. Es indudable, desde Lipovetsky, que la lógica del espectáculo exista y se extienda en nuestra época, pero no por eso arroja a los individuos al consumo y a la pasividad. La época ultramoderna y el boom hipermediático:

Deja un espacio cada vez mayor a un sujeto interactivo, a una comunicación individualizada, autoproducida y ajena al intercambio comercial. La pantalla global se alza como un instrumento adaptado a las necesidades particulares de cada cual: después del modo de comunicación uno hacia todos, el modo todos hacia todos: después de los medios de masas, los «automedios».⁸⁷

Como se puede observar, la postura de Gilles Lipovetsky no es catastrófica ni pesimista con respecto al despliegue de una cultura pantallística. La comunicación y la mercancía del espectáculo operan como instrumentos que si bien dan pie de manera creciente a que se desarrolle un comportamiento

⁸⁷ Lipovetsky, Gilles, Serroy, Jean, *La pantalla global, Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, *óp. cit.*, p. 273.

hiperindividualista en la sociedad, no obstante nos permiten estar conectados de manera inmediata con otros individuos en tiempo real. Para el autor, la individualización que se produce al estar conectados continuamente a la pantalla no debe pensarse como enclaustramiento, sino como nuevo momento de comunicación abierta y ligera; como nueva forma de interacción social en la que se puede dar y recibir información de manera personalizada.

Lipovetsky sostiene que la comunicación en nuestros días se desliza sin que estén de por medio profesionales en opinión política, de mercado, de entretenimiento, de sexualidad; es decir, sin el actuar de los grandes expertos profesionales en diversos temas. La nueva cultura mediática que se está gestando es de tipo universal. ¿Qué quiere decir esto? Toda persona puede emitir mensajes sin la necesidad de ser un especialista o un conocedor, lo que indica que la comunicación está atravesando por un proceso descentralizado que gira alrededor de la interrelación de operaciones comunicativas y el uso de la red. El modelo vertical de la comunicación deja de operar y da lugar a la difusión de un modelo horizontal en el que todos somos líderes de opinión pública.

La propuesta lipovetskyana se centra en que la pantalla-espectáculo no produce enajenación, sino una apropiación voluntaria de los individuos de los instrumentos de comunicación.

Ante la invasión de las pantallas han surgido, según el autor, dos posturas diametralmente opuestas: la primera expresa el entusiasmo de las personas que están a favor de la inmediatez, la velocidad y la interactividad que se da a distancia, gracias a la comunicación hipertecnológica en la que vivimos, pues permite disponer de la información de manera infinita y no sólo eso: la expansión del fenómeno pantallístico y cibernético posibilita que los ciudadanos sean más críticos, libres y abiertos; es decir, se agranda el espacio democrático de la sociedad civil; se devuelve a los individuos el poder de participación en las decisiones públicas. Internet, por ejemplo, “hace posible el juicio permanente sobre los gobernantes, la denuncia y el control de sus actos, sin que haya

representantes de por medio”;⁸⁸ se aboga por la transparencia y la visibilidad de los ciudadanos. La segunda postura se perfila en la inquietud, la duda y el miedo que produce el universo de la virtualidad. Digamos que el autor que encabeza esta segunda perspectiva es sin duda Jean Baudrillard. La sobreabundancia de información no equivale a conocimiento; a reflexión crítica del acontecer social, sino, por el contrario, a *zapeo* informativo. Desde esta perspectiva, el culto a Internet, por ejemplo, se presenta como una amenaza al vínculo social.

A partir de la observación anterior, la posición teórica de Lipovetsky se proclama en favor de que la pantalla global se erija en pos de la libertad, la igualdad y la democracia; no a favor de la enajenación y el ablandamiento de los ciudadanos. Para Gilles Lipovetsky, no nos encontramos ante un universo desocializado ni tampoco insensible, sino en un universo con mayor apertura visual e informativa. No obstante, según el autor, debe promoverse una pantalla asistida que cultive la creación del pensamiento y el espíritu humano.

Siguiendo la tesis lipovetskyana, la pantalla no representa amenaza a los vínculos sociales, o bien dependencia al ciberespacio, sobreabundancia de información basura, mundo desocializado o «difusión generalizada de la realidad virtual», tal como lo describe Román Gubern. Conforme a Lipovetsky, la pantalla global y en específico Internet, aparecen como nuevas formas de sociabilidad, que hallan su espacio de acción en la realidad virtual. Internet es el gran ojo pantallístico de nuestros tiempos; es la comunicación virtual más exitosa que disuelve las antiguas formas sociales de proximidad.

Así, para el autor, es mentira que la pantalla global engendre individuos torpes y enganchados a la realidad virtual. La realidad pantallística hipermoderna no mina los encuentros sociales; por el contrario, crea mayor empatía, sensibilización y contacto social entre los individuos que se reconocen libres. Aún así, ello no impide en absoluto que la realidad ultramoderna coincida con “la invasión del individualismo autocentrado, el retroceso de ciertas formas

⁸⁸ *Ibíd.*, p. 274.

de ayuda mutua que había entre las personas, el desbocamiento del rey dinero y el «sálvese quien pueda»⁸⁹.

A partir de esto, considero que el desarrollo de la segunda revolución individualista no se desplaza en favor del encuentro real con los otros o a favor de un mundo socializado desde el espacio virtual, más bien, se desliza sobre el laberinto de la intangibilidad de los vínculos humanos, la apatía y el vacío de una sociedad centrada cada vez más en la aceleración de la realización personal.

El aspecto teórico del análisis de la pantalla global de Gilles Lipovetsky se inscribe en el propósito de eliminar las visiones apocalípticas; en el entendimiento de lo virtual no como una arma contra el vínculo social, sino como nueva experiencia de sociabilidad que va de la mano con la sensibilidad, lo emotivo y lo sentimental.

En la nueva cultura del bienestar, dado que el universo virtual crece, los individuos recurren a la búsqueda de un espacio íntimo, personalizado y atractivo. Lipovetsky sugiere que nuestra época contempla una auténtica pasión por embellecer su entorno, por reafirmar la expresión individual y por consolidar mayor bienestar sensorial y emotivo. La virtualidad no significa ruptura con los lazos sociales, sino mayor revelación de la singularidad y de las expectativas estéticas personales. Así, la desmaterialización del mundo y la corrosión de los vínculos sociales, señala Gilles Lipovetsky, son un mito.

La cultura hipermoderna virtual realza toda búsqueda senso-hedonista del mundo que depende cada vez más de circuitos electrónicos e informáticos. La nueva era del bienestar coincide con la demanda de un espacio armonioso que resalte la estética individual y los referentes hedonistas a través de la ayuda cibernética y las redes virtuales. En pocas palabras, la época hiperindividualista e hiperconsumista es paradójica, porque “combina sensorialidad y política de higiene, hedonismo y ansiedad, desmaterialización y sensualismo, pantalla y tangibilidad”⁹⁰.

⁸⁹ *Ibid.*, p. 277.

⁹⁰ *Ibid.*, p. 279.

A pesar de la invasión de la inmaterialidad, la irrealidad y la virtualidad en el mundo, la propuesta lipovetskyana tiende a anular la automatización, el deterioro de los encuentros sociales, la fluida pasividad por la que atraviesa el mundo contemporáneo y la adicción que genera el uso continuo del teléfono móvil y de los aparatos electrónicos que día a día despliegan una infinidad de gamas opcionales que satisfacen los deseos inagotables de los individuos. La propuesta que asume el autor tiende a eliminar las contradicciones propias de la sociedad capitalista e hiperconsumista en la que vivimos. Su análisis se centra en colocar a la pantalla global como una cuestión irónica y paradójica de la época ultramoderna. La tesis primordial para el autor es la siguiente:

La cultura de la pantalla se consolida al mismo tiempo que la artificioseación de los estilos de vida y la hedonización del consumo. Si pasamos una parte importante de la vida delante de las pantallas informáticas, otra parte no menos importante, potencia la dimensión contraria, que está llena de expectativas de placeres sensoriales. El *Homo pantalicus* no es el sepulturero del *Homo aestheticus*.⁹¹

El movimiento paradójico al cual constantemente recurre el autor en sus análisis de la sociedad hipermoderna, desde mi postura, pierde de vista el que el *Homo pantalicus*, como Lipovetsky lo llama, evidentemente potencia la apatía, el desinterés, el vacío y la inacción política de los individuos en la actualidad. No podemos dejar de lado que la gran contribución de la pantalla sea el que haya despojado a los individuos de su capacidad activa en el cambio social.

Recordemos que para Lipovetsky el universo hipermoderno coexiste con un estado de inestabilidad, caos, individuación, exceso, pero de ninguna manera desmoronamiento de lo social. La era de bienestar coincide, según el pensador, con el hecho de que la pantalla se convierte en la mayoría de casos en un medio de sociabilidad que muchas personas utilizan, ya sea para relacionarse con otros o para conocer el mundo. Por ello, es inexacto desde su postura considerar a la pantalla como un obstáculo para la interacción social; es decir, la fuerte dependencia hacia la pantalla no implica que no exista solidaridad,

⁹¹ *Ibíd.*, p. 279.

generosidad y proximidad humana. No demonización de la pantalla, sino nuevo elemento electrónico de vinculación social.

No obstante, es sustancial reconocer que Lipovetsky admite que pese a que la pantalla no supone descomposición de lo social, sí desliza su poder a través de la vigilancia excesiva del comportamiento humano. En la actualidad, millones de cámaras se perciben en todas partes con la intención de predecir la conducta humana. Tenemos cámaras en los bancos, en los centros comerciales, en los museos, en las escuelas, en el transporte público, en el trabajo; cámaras que vigilan cada segundo de la existencia humana. Presenciamos el advenimiento de lo que Gilles Lipovetsky llama «sociedad bajo vigilancia».

El mundo entero es videovigilado por infinidad de cámaras que no dejan ningún ángulo muerto gracias al potencial informativo en el que vivimos. Día con día se mejora la calidad fotográfica y de reconocimiento facial para detectar movimientos sospechosos con la intención de implementar mejores medidas de seguridad en contra de grupos terroristas y delincuenciales.

En la sociedad ultramoderna la dinámica de individuación, el auge de un individuo fragilizado y desorientado, la desconfianza hacia el mundo exterior y los movimientos violentos que van surgiendo invitan a la búsqueda de mayor seguridad, mayor exigencia de prevención, mayor proliferación de cámaras de videovigilancia y mayor reforzamiento de las medidas de seguridad existentes. Lo que se avecina es una “vigilancia cada vez más obsesiva, pantallas omnipresentes en nombre de una seguridad consagrada como valor primordial”.⁹² De este modo, el crítico francés, hace notorio que lo que vemos afianzarse es una «democracia de la seguridad», cuya intención es tener mayor control de los movimientos y del espacio privado de las personas. En otras palabras, la democratización de la seguridad invade los espacios íntimos en los cuales el individuo narcisista se protege del dominio público; ya nada escapa a lo que Lipovetsky ubica como el «*Big Brother* Informativo».

⁹² *Ibid.*, p. 281.

El *Big Brother* Informativo ha conseguido que la sociedad bajo vigilancia cree, como lo ha planteado Lipovetsky, una guerra de todos contra todos, en donde cada cual se convierte -en nuestra realidad hipermoderna- en un espía del otro. La autovigilancia se coloca entonces como uno de los riesgos mayores que repercute en la integridad y la libertad de las personas, puesto que la hidra tecnológica permite que todo sea filmado. Nada escapa de la escena pantallística; todo es vigilado de manera obsesiva. La videovigilancia pone en marcha el control maníaco de “saberlo todo”.

Retomemos, para concluir este capítulo, que el poder seductivo de la pantalla naufraga en el exceso. Nuestro momento actual ilustra la situación de una sociedad en donde los individuos son víctimas de un universo estructurado bajo el superávit espectral de imágenes inagotables que exaltan y cautivan al individuo hiperconsumidor y fragilizado.

La segunda revolución individualista que Gilles Lipovetsky argumenta mantiene una profunda relación con la sensualidad pantallística que nos rodea. El exceso arquetípico de las imágenes y su omnipotencia paroxística moldea los estilos de vida y la personalidad subjetiva. La pantalla es la expresión de la patología extrema de la sociedad del exceso.

La pantalla-mundo en síntesis, viene proponiéndose como la reencarnación virtual puesta en escena, que desdobra en sí misma su carácter ficcional y la proyección hiperbólica, como sugiere Lipovetsky, de una «*Second Life*». La inmersión en un mundo ficticio hace vivir al individuo experiencias virtuales que en la vida real estarían prohibidas, a saber, tener relaciones sexuales con personas desconocidas de manera esporádica sin que nadie pueda enterarse, ser personas multimillonarias, comprar en demasía bienes, conseguir el amor con la persona que siempre se ha soñado, vivir en zonas exclusivas, cambiar de *look*, etcétera. Es decir, la pantalla hipermoderna une lo falso y lo verdadero, lo ficticio y lo real con la intención de liberar la sensorialidad y las fantasías personales del individuo hiperconsumidor e hiperindividualista.

La virtualidad representa la posibilidad de vivir una segunda vida cinematográfica, de ser estrellas del espectáculo; tan es así que, por ejemplo,

Facebook se alza como una de las nuevas actividades favoritas del individuo ultramoderno. *Facebook* representa el espacio virtual que mezcla la realidad y la ficción, la personalidad y el narcisismo. El gran éxito de *Facebook* es que convierte al individuo común en una estrella glamorosa; transforma la vida real en espectáculo de masas a través del aplauso perpetuo al yo.

Las redes sociales pasan de ser una simple moda a ser una realidad que brinda la posibilidad de ser famoso; es decir, el auge del espacio virtual favorece día con día el desarrollo de la personalidad narcisista. Dado que el individuo hipermoderno se encuentra constantemente insatisfecho, desorientado y vacío, las redes sociales se colocan de manera vertiginosa como la pasión dominante que logra satisfacer el deseo infinito del individuo contemporáneo, a saber, el lograr ser concebido como una celebridad del espectáculo. *Facebook* y las redes sociales adquieren renombre gracias a que su apuesta ha sido lanzar al estrellato al yo e instalar un mundo virtual.

El poder de la pantalla, nos plantea Gilles Lipovetsky, no entierra las formas de expresión, no desmaterializa el mundo, no mata la cultura, ni tampoco destruye el tejido social. Para el pensador francés, la pantalla no nos transforma en zombis, es un nuevo elemento electrónico de interacción social. La pantalla no es estímulo de la pasividad social.

Es cierto, desde la perspectiva lipovetskyana, que la pantalla-mundo contribuye a que el proceso de individualización se expanda, pero no hay que demonizarla. La tesis lipovetskyana insiste en el hecho de que estar una gran cantidad de tiempo en la computadora o frente a las pantallas no rompe con los lazos sociales; no nos hace más pasivos; no impide la socialización; no elimina el encuentro cara a cara. Según Lipovetsky, con el advenimiento de millones de pantallas, los seres humanos somos más activos ahora.

La reflexión teórica que Gilles Lipovetsky nos expone, reitera que la pantalla no sumerge al individuo dentro del universo de la alienación social; por el contrario, es el gran invento moderno que nos permite estar comunicados y verlo todo. Para el autor, es una propuesta falsa decir que las personas están encerradas en sí mismas y que no exista una interconexión social.

Indudablemente, el crítico francés insiste en subrayar que el creciente poder de la pantalla no perfila la destrucción del mundo, ni tampoco cava la tumba del pensamiento, como lo señala Jean Baudrillard.

Ineludiblemente, la pantalla-mundo “tiene su parte de sombra: cuando se vuelve refugio, la vida se difumina en el señuelo de la experiencia delegada y en la tibia banalidad de lo ya formateado.”⁹³

Como pudimos examinar en este capítulo, la pantalla-mundo seduce y mantiene estrecha relación con el despliegue de la segunda revolución individualista propuesta por Gilles Lipovetsky. Empero, desde mi punto de vista, la intención de la pantalla es divertir, hacer olvidar, dar placer y promover el desarrollo exacerbado de la personalidad narcisista. Nuestra realidad expande la cultura del entretenimiento y el esnobismo enajenante del universo virtual.

Coincido totalmente con la propuesta teórica de Jean Baudrillard en la que señala que la pantalla total empuja fuertemente a que nuestra sociedad actual no tenga memoria y viva encarnada en el optimismo tecnológico y en la virulencia de las imágenes. Para Baudrillard:

El hombre ha sabido inventar máquinas que trabajan, se desplazan y piensan mejor que él o en su lugar. Pero jamás ha inventado alguna que pueda gozar o sufrir en lugar de él. Ni que pueda jugar mejor que él. Lo cual quizá explique la profunda melancolía de los ordenadores.⁹⁴

A mi parecer, la pantalla ha construido un espacio de intimidad y embelesamiento del sí mismo, que ha fomentado la creencia de inmortalidad y apaciguamiento social, lo cual difunde, como bien alude Paul Virilio, «el derecho a la ceguera» social. Olvidar se ha vuelto una conveniencia en la vida moderna, puesto que la vida se torna insegura y vacía.

En la hipermodernidad la pantalla es el gran refugio de la vida privada de las personas; ya nada nos sorprende. A la realidad la queremos ver todo el tiempo. El individuo hipermoderno, perceptor de la realidad social, busca día con día hacerse eterno en la pantalla global.

⁹³ *Ibid.*, p. 327.

⁹⁴ Baudrillard, Jean, *Pantalla total*, *óp. cit.*, p. 190.

La pantalla es el gran dispositivo moderno que muestra el transcurrir de la vida en movimiento; es el escenario del mundo. La pantalla es el espejo bajo el cual nos asomamos a vernos a nosotros mismos y a los otros, maravillados del espectáculo de las imágenes y la belleza. La pantalla es el espejo del yo.

El siguiente capítulo intentará recabar de manera concisa y articulada, después de todo lo dicho hasta el momento, la propuesta central que Gilles Lipovetsky nos brinda en relación con la problemática del individualismo en las sociedades hipermodernas.

Capítulo 4. Individualismo responsable versus individualismo irresponsable: he ahí el dilema

En este último capítulo de la investigación se analiza la propuesta lipovetskyana en torno al gran dilema de las sociedades liberales y democráticas, a saber, el despliegue de un individualismo tanto responsable como irresponsable en nuestra realidad hipermoderna. La reconfiguración del mundo a través de lo que el autor denomina «cultura-mundo» disuelve los antiguos lazos de proximidad y expande una cultura globalizada que estructura al mundo a partir del capitalismo, el individualismo y la tecnociencia.

4.1. Individualismo responsable frente a individualismo irresponsable: propuesta nodal del autor

Como gran pensador de nuestra época, Lipovetsky, no sólo se queda en describir y contemplar al individualismo dentro del mundo moderno. Va más allá y propone lo que él considera que cambiaría la manera en la que las sociedades hipermodernas se desenvuelven e interactúan, para así mejorar la vida dentro de ellas mismas. Por ello, fue necesario analizar a cabalidad los temas expuestos en los capítulos anteriores, dado que constituyen los fundamentos teóricos sobre los cuales Lipovetsky desarrolla su obra, lo que permite concluir satisfactoriamente el tema del individualismo en Lipovetsky al dilucidar su propuesta nodal, a saber, el individualismo responsable frente al individualismo irresponsable.

El individualismo en las sociedades liberales-democráticas, para Gilles Lipovetsky, significa el triunfo de la ideología de los derechos del hombre, de los valores individualistas del éxito y del dinero. El liberalismo ha expandido los ideales de placer, felicidad, plenitud interior y autonomía subjetiva. La cultura liberal protege los derechos del hombre; resalta la individualidad; defiende la tolerancia y pregona el pluralismo.

La época actual, caracterizada por la aparición de un tipo de hombre nuevo que Lipovetsky bien ha denominado hipermoderno, es una época en la que buscamos la protección de la vida a través de la prevención de riesgos. En este universo liberal-democrático vivimos en lo que el autor llama una “cultura individualista polífoba”, en la cual el consumo bulímico y la intensificación de bienes promocionan la inmediatez y de manera creciente el individualismo.

Como resultado de lo anteriormente expuesto, la sociedad moderna democrática de nuestros días es una sociedad de la decepción, en la que los sentimientos de frustración, desengaño, descontento, desorientación y vacío van en aumento. La prevención de riesgos a través del consumo, sólo es un espejismo incapaz de solucionar los problemas de fondo; es decir, es la puerta falsa de la felicidad. Para el sociólogo francés, es cierto que el consumo

adormece e individualiza al ser humano hipermoderno; empero, no destruye o amenaza por completo al tejido social.

Bajo esta premisa se inserta la tesis nodal del análisis del individualismo que Lipovetsky propone: individualismo responsable *versus* individualismo irresponsable, la cual recae en la paradoja de la sociedad hipermoderna en la que habitamos. Para el autor, el individualismo no es equivalente a un cinismo generalizado, ni mucho menos al declive de todos los valores; más bien, pese a los inconvenientes de la cultura moderna, los individuos manifiestan un cierto grado de preocupación acerca de lo que pasa a su alrededor; es decir, están conscientes de lo que ocurre en el mundo.

Según Lipovetsky, a las personas les sigue preocupando, por ejemplo, la pedofilia infantil, el maltrato a las mujeres, el racismo, la discriminación, la corrupción, los daños ocasionados al medio ambiente, el matrimonio, el amor, la inseguridad, la videovigilancia, el consumo, etcétera. Y por ello, lo que el crítico francés resalta es que la paradoja de la cultura liberal-democrática recae precisamente en proponer al mismo tiempo el individualismo responsable e irresponsable en la realidad social. En palabras del autor, “el individualismo no significa naufragio del espíritu de responsabilidad y de solidaridad. El fenómeno del voluntariado así lo atestigua”.⁹⁵ En consonancia con lo anterior, los individuos, al presenciar una determinada catástrofe, ya sea ecológica o social en alguna parte del mundo, participan voluntariamente y socialmente; es decir, lo que se deja ver, según el autor, son oleadas de personas preocupadas e interesadas en proporcionar algún tipo de ayuda.

Demos un ejemplo claro de lo escrito anteriormente. En el caso del terremoto haitiano del 12 de enero del 2010, el reflejo de la solidaridad social fue contundente en gran medida, gracias a la intervención y la cobertura informativa que se le dio al suceso en los medios de comunicación masiva, tales como la televisión y el internet. A través de esta contingencia natural, el mundo entero, de manera voluntaria, acudió al llamado de auxilio en Haití; al llamado de la

⁹⁵ Lipovetsky, Gilles, *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*, Barcelona, Anagrama, 2012, p. 48.

proximidad y la necesidad humanas. A esto es a lo que Lipovetsky apunta, pese a que la sociedad parezca ser demasiado nihilista, lo cual es inexacto, surgen brotes de solidaridad que reflejan lo contrario. Para el autor, la paradoja de las sociedades hipermodernas, basadas en un sistema democrático y liberal, radica en que “el auge del individualismo posmoralista coincide ciertamente con el incremento de los goces privados y de las preocupaciones obsesivas del yo, pero también, de forma paradójica, con mayor voluntad de ayuda mutua sobre una base libre, sin coacción, sin obligación, sin regularidad disciplinaria”.⁹⁶

Pero es necesario aclarar en qué consisten tanto el individualismo responsable como el individualismo irresponsable, según Gilles Lipovetsky.

Por un lado, existe en la sociedad un individualismo responsable que manifiesta cierta preocupación, por parte de las personas, ante los problemas que se suscitan en la actualidad, de tal suerte que se busca ante todo establecer una cultura preventiva y responsable. Según Lipovetsky, en nuestra sociedad hipermoderna ya no tienen sentido los grandes sacrificios propios de la sociedad del deber; de lo que se trata ahora es de cercar al individualismo irresponsable. La toma de conciencia evitará, por ejemplo, grandes catástrofes ecológicas en un mundo que se ha vuelto global. El objetivo, para el pensador francés, es hacer retroceder al individualismo irresponsable a través de instituciones políticas y económicas más justas y a través de que cada individuo se haga responsable de sus actos. La propuesta del autor tendría que ver con coartar el progreso del éxito individual que promociona la sociedad posmoralista, basada en la búsqueda infinita por alcanzar el bienestar individual y de esta manera, potenciar un mayor espíritu de solidaridad y proximidad entre las personas.

Por otro lado, el individualismo irresponsable está contextualizado por la siguiente frase: “después de mí, el diluvio”, es decir, lo que vale la pena en este mundo es la satisfacción plena y la realización subjetiva de la voluntad individual. Para Lipovetsky, la cultura posmoralista promueve el desarrollo del “primero yo”, propiciando que se descompongan lazos de proximidad entre las

⁹⁶ *Ibid.*, p. 48.

personas. Esta cultura anima el hedonismo liberacionista de las personas, el beneficio propio, la revitalización del yo y la exagerada obsesión narcisista por ser famoso e inmortal. Es muy claro que el despliegue de la segunda revolución individualista ha propiciado que los individuos vuelquen su mirada hacia ellos mismos; es decir, ante la descompensación y la angustia que generan diversos aspectos de la vida, tales como el amor, el dinero o la insatisfacción profesional, el individuo encuentra múltiples remedios que lo hacen sentir mejor. Lo anteriormente mencionado puede observarse en la compra compulsiva de ropa de marca, la vigilancia constante del peso corporal, la adquisición de autos nuevos, el empeño por viajar, la medicalización de la existencia, el obsesivo cuidado personal, la belleza física, etcétera. El individualismo irresponsable genera entre los individuos una falta de consciencia y de preocupación ante los problemas sociales, ya que el objetivo primordial se dirige tan sólo al *confort* de la personalidad subjetiva. La cultura hipermoderna impulsa continuamente el desarrollo de las satisfacciones del momento, del goce instantáneo. Para el individuo narcisista, no importa pensar en el futuro ni mucho menos tener referentes sobre el pasado, como bien señalaba Lasch; más bien importa disfrutar de los placeres que le pueda brindar refugiarse en el presente.

Evidentemente, podemos contemplar que la postura del autor, lejos de ser apocalíptica, es optimista. Bajo esta óptica, podemos percatarnos de que, para el sociólogo francés, el hecho de que existan objetivos en común entre los miembros de la sociedad permite de alguna manera que retroceda el individualismo irresponsable en la sociedad hipermoderna. Lipovetsky señala que el logro del individualismo responsable únicamente puede llevarse a cabo por la eficacia y la inteligencia del desarrollo de instituciones económicas y políticas más justas; y no sólo eso, también debe existir un mayor reparto de responsabilidades entre la clase política y los ciudadanos. En otras palabras, se tiene que cultivar un mayor espíritu de responsabilidad y de inteligencia política. Ante ello, la postura teórica del autor tendría que ver con lo siguiente: “si queremos obligar al individualismo irresponsable a retroceder, habrá que movilizar las inteligencias, formar y calificar a las personas, regular el mercado y

la globalización, inventar dispositivos favorables a los países en vías de desarrollo. Tendremos que inventar nuevos dispositivos de solidaridad. El Individualismo no debe conducir al descrédito de la acción pública sino a su redefinición”.⁹⁷ Para el sociólogo francés, la única salida para que el individualismo irresponsable retroceda, se asocia con llevar a cabo una transformación cultural que promueva relaciones de solidaridad más justas y equitativas entre los ciudadanos.

Desde mi propia interpretación, es evidente que Gilles Lipovetsky se queda en la parte enunciativa de la problemática del individualismo en nuestra época. Indiscutiblemente, en la sociedad hipermoderna somos partícipes de la promoción de los intereses particulares, de la exaltación del yo y de la búsqueda del beneficio propio que deviene en el desarrollo de un individualismo irresponsable; también somos testigos de la toma de conciencia de las personas ante los problemas ecológicos, de salud o en referido a los derechos humanos, lo que deriva en un individualismo responsable. Lo que podemos objetarle al autor es lo siguiente: ¿cómo hacer retroceder al individualismo irresponsable en las sociedades democráticas?; es decir, ¿cuál es el modelo propuesto para que las instituciones políticas y económicas sean más justas, más inteligentes, y sobre todo más eficaces? Desde mi punto de vista, el retroceso del individualismo irresponsable no sólo depende del actuar congruente de las instituciones económicas y políticas, ni únicamente de la actitud responsable de las personas. El problema, a mi parecer, tiene que ver con las profundas contradicciones por las que atraviesa la sociedad capitalista, tales como las crisis económicas, el agotamiento de los recursos naturales, la falta de credibilidad hacia la clase política, el terrorismo, etcétera. La sociedad capitalista ha impulsado la estimulación de los deseos mediante el éxtasis consumista; la importancia narcisista del yo; la codicia sin límites de los individuos centrados en recibir gratificaciones instantáneas y sin esfuerzo alguno; el ansia por vivir

⁹⁷ *Ibíd.*, p. 56.

experiencias efusivas en el presente y la inacción de los individuos con respecto al mundo que los rodea.

Bajo esta premisa, la problematización del individualismo requiere de ser analizada como un asunto estructural del sistema capitalista; como una cuestión que no tiene que ver sólo con la tesis de la paradoja descrita por Gilles Lipovetsky, en la cual convergen a la par el desarrollo gradual de un individualismo irresponsable y responsable en la sociedad, sino con las contradicciones estructurales que el propio capitalismo genera.

4.2. La expansión del individualismo en la cultura-mundo

El auge del individualismo responsable e irresponsable se desdobra en un nuevo ciclo de la modernidad, a saber, la cultura-mundo.

Por cultura-mundo, Gilles Lipovetsky entiende una cultura basada en el tecnocapitalismo planetario, el auge de industrias culturales, el exceso consumista y la espectacularidad de los medios de comunicación e informativos y de las redes informáticas, así como en la hipertrofia de una oferta de productos. En otras palabras, nace una hipercultura universal que reconfigura el mundo en el que vivimos, tanto como las relaciones de proximidad entre los individuos.

En nuestros días, la cultura-mundo es inseparable de la industria comercial. Según el sociólogo francés, tras un universo global ya no es posible que se opongan cultura popular y cultura ilustrada, «barbarie» y «civilización». De acuerdo con Lipovetsky, ya no estamos en un mundo en el que la cultura como sistema coherente y articulado explicaba ese mundo en su totalidad. Ahora existe el mundo de la producción cultural y de la economía política de la cultura; el mundo de la cultura renovada basada en las redes informáticas, la moda y el mercado.

La “cultura-mundo se identifica con un ideal ético y liberal; con un universal humanista que se niega a considerar inferiores a otros pueblos y para el que el amor a la humanidad está por encima del amor al terruño”.⁹⁸ La cultura-mundo se caracteriza por la eliminación de un centro de referencia. Cultura-mundo significa un mundo sin fronteras; una realidad planetaria hipermoderna que se convierte en modelo único y universal. La cultura-mundo se encuentra en todas partes y se organiza alrededor de la producción de la cultura comercial, conquistando así la vida social y los estilos de vida.

Cultura-mundo, para Lipovetsky, es la cultura de la tecnociencia, del mercado, de los medios de comunicación, del hiperconsumo, del

⁹⁸ Lipovetsky, Gilles, *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010, p. 9.

hiperindividualismo, que va acompañada de nuevos problemas y repercusiones globales, tales como el deterioro ecológico, las crisis económicas, la pobreza del antes llamado Tercer Mundo, el terrorismo, la pérdida de identidad, el desmoronamiento de creencias y valores, los trastornos de personalidad, el desequilibrio existencial y la medicalización de la existencia, entre otros factores.

La importancia de hablar de una cultura globalizadora corresponde a los cambios por los que atraviesan la sociedad de mercado y la sociedad hipercapitalista de nuestros días. El mundo, en ese sentido, desde la reflexión lipovetskyana, se vuelve cultura y la cultura se vuelve mundo; por ello, la pertinencia teórica de hablar de cultura-mundo.

La cultura-mundo designa la comercialización integral de la cultura; el auge de las nuevas tecnologías; la expansión de la comunicación; la renovación constante de las imágenes visuales que se presentan en las pantallas; la multiplicación e intercambio de información en la web-mundo, que aglutina de manera creciente la multiplicación hasta el infinito de la tecnociencia. Nuestra era se sumerge en el tremendo universo hipermediático y en el bombardeo ininterrumpido de cientos de imágenes que remodelan nuestra forma de vivir, las cuales se consolidan a partir de una lógica del espectáculo que reinventa nuevas formas de comportamiento con respecto al mundo que nos rodea.

La presencia de una cultura planetaria comercial se ajusta a la revolución tecnológica y mediática que se ha producido en los últimos años. La cultura que se impone es la extensión del hipercapitalismo y del hiperindividualismo, que estructura de manera radical la manera en que los individuos se conciben a sí mismos y al mundo exterior.

Es evidente que nuestro momento ultramoderno coincide con una cultura organizada cada vez más de manera globalizada y mercantil. Lo que ocurre es que con el advenimiento del *boom* tecnológico, la producción de símbolos comerciales y el auge de valores publicitarios, se ha propiciado el

desenvolvimiento de una cultura que ya no puede disociarse de la comercialización, del mercado y de las relaciones de consumo.⁹⁹

El nuevo régimen cultural de escala planetaria reivindica la hipermodernización del mundo; es decir, revitaliza la lógica del individualismo, del consumismo y de la comercialización en el porvenir de ese mundo.

La cultura-mundo, vista por el lente de Lipovetsky, reconoce el proceso de transición de una modernidad limitada y ceñida de prohibiciones de corte tradicional, hacia una modernidad flexible y sin ataduras que estimula el deseo narcisista y la satisfacción insaciable -propia de nuestros tiempos- de las innovaciones constantes que van surgiendo en todas las áreas de la vida.

Lo que se impone en nuestra era hipercapitalista es la producción de una cultura de mercado que redefine la vida social en su conjunto y que da más fuerza a la dinámica de la ideología individualista. El mercado, en consecuencia, coloniza todos los aspectos de la existencia; nada escapa a la lógica de mercado.

Todo lo anterior implica que Gilles Lipovetsky vincule hipercultura con la reconfiguración de un mundo que ya no concibe oposiciones categóricas relativas a la cultura. Ya no estamos en un momento histórico que distinga entre alta cultura y subcultura; más bien, presenciamos el cruce de la cultura tecnocientífica con la cultura estética, con la cultura mediática, con la cultura ecologista, con la cultura histórica, con la cultura musical, con la cultura juvenil, etcétera.

⁹⁹ Cabe señalar que la aproximación teórica que hace Lipovetsky con respecto al análisis de la cultura planetaria, deriva de su propuesta en torno al desarrollo de la cultura a través del esquema histórico de tres grandes épocas de las relaciones de la cultura con el todo social. Estos tres momentos históricos son: el momento religioso-tradicional de la cultura (que coincide con el modelo puro de las llamadas sociedades primitivas; en éste las formas culturales, las formas de sentir y de pensar se transmiten de generación en generación); el momento revolucionario de la cultura (identificado con el advenimiento de las democracias modernas, cuyos valores de igualdad, libertad y laicidad son forjadores de la dinámica de secularización de la cultura, levantando así un mundo racional libre de supersticiones y particularismos culturales), y el momento globalizado de la cultura (que se vincula con la aparición de una época globalizada que, en los últimos treinta años, coincide con un nuevo régimen cultural hipermoderno e hiperconsumista). *Ibid.*, pp. 12-15.

La modernidad globalizada en la que habitamos confluye con la hipertrofia y la sobreabundancia de una infinidad de productos comerciales que diversifican las experiencias culturales y la emoción consumista por reafirmar la personalidad. La cultura global, según el pensador francés, difunde por todas partes la individuación de las personas, al mismo tiempo que la desterritorialización, la pluralización, la heterogeneización y la subjetivación.

Hoy, más que nunca, la variedad de objetos publicitarios que se venden y el bombardeo de imágenes e información nos conectan globalmente. Para Lipovetsky, esta situación no implica que la hiperindividuación tenga que ver con el cierre o ensimismamiento personal, sino con el empalme de una realidad que desdibuja fronteras y que se ha vuelto mundial. Ahora las distancias se acortan y todos estamos conectados con todos.

La cultura-mundo aparece como el nuevo umbral histórico que diluye lo próximo y lo lejano. La cultura-mundo es así el nuevo espacio compartido que engendra los sentimientos de proximidad e identificación mutua, en un único mundo que borra los antagonismos e impulsa el carácter universal de pertenencia.

La cultura-mundo de la que nos habla Lipovetsky va en el mismo sentido que el término «cosmopolitismo» del que nos habla Ulrich Beck. Para el pensador alemán, la realidad cosmopolita es una cuestión esencial del siglo XXI, que se sustenta en lo que Beck llama «choque de las culturas del riesgo o *crash of risk cultures*». Según Beck:

Al adquirir conciencia de la dinámica de la sociedad del riesgo mundial todos vivimos en directa vecindad con todos, o sea, en un mundo en el que queramos o no, no es posible segregar al otro. Así pues lo cosmopolita se encuentra por de pronto en esta obligación universal de incluir al culturalmente otro.

El cosmopolitismo se refiere a una forma específica de tratar socialmente la alteridad cultural, contraria, por ejemplo a la exclusión jerárquica, que encontramos en el pensamiento y actos racistas del pasado y del presente; el *universalismo*, que afirma la disolución de las diferencias; el nacionalismo, que las unifica y al mismo tiempo separa unas de otras (en enfrentamientos nacionales); o el multiculturalismo, que se entiende y practica como monoculturalismo plural (generalmente en el marco de la nación). El *cosmopolitismo* se

diferencia de estas formas porque, hace de la inclusión de los otros una realidad y/o una máxima.¹⁰⁰

La tesis de Ulrich Beck parte de que la “era de la cosmopolitización representa un mundo que compartimos todos para bien o para mal; un mundo que no tiene más un «afuera», una «salida» u otra «opción»”.¹⁰¹ La dinámica de la realidad cosmopolita se centra en ubicarnos alrededor de la sociedad del riesgo, la cual no consiste únicamente, según Beck, en determinar qué futuro se tendrá que vivir -partiendo de un mundo lleno de riesgos-, sino en asumir que los individuos viviremos en un mundo en el que el futuro es inseguro y peligroso y el cual nos afecta por igual a toda la especie humana. El mundo no puede ya controlar los peligros que la modernidad genera y que se expanden de manera global. En consecuencia, Ulrich Beck insiste en que la sociología debe abrir el espacio reflexivo para pensar y concientizar a los individuos en torno a una realidad social que se deslocaliza, volviéndose universal y cosmopolita.

De esta manera, cultura-mundo y cosmopolitismo aparecen como herramientas heurísticas y metodológicas para comprender la modernidad que comienza a partir de la segunda mitad del siglo XX y hasta la presente época.

Regresando a la interpretación de las ideas de Gilles Lipovetsky, la cultura-mundo aparece como una faceta irresistible del avance tecnocientífico que somete los valores culturales a la eficacia y a la uniformización globalitaria.

La cultura-mundo contribuye no sólo a que los valores culturales se subordinen a la demanda del mercado; también despliega en el mundo hipermoderno la desorientación, la inseguridad y la desestabilización. Según el sociólogo francés, esta precariedad de las formas de vida y de la existencia individual, al margen de la desorientación, es completamente nueva. Las recientes convulsiones producidas por las crisis económicas y políticas, así como la sobreabundancia de información, han propiciado que el mundo se torne

¹⁰⁰ Beck, Ulrich, *La sociedad del riesgo mundial. En busca de la seguridad pérdida*, Barcelona, Paidós, 2008, p. 88.

¹⁰¹ Beck, Ulrich, *La redefinición del proyecto sociológico: el desafío cosmopolita*, Revista Sociológica, 2012, número 77: pp. 269- 280.

confuso y frágil. Es bajo este contexto que aparecen el miedo, el riesgo, el hiperindividualismo y la incertidumbre de los tiempos ultramodernos.

Tras el fin del bloque comunista, nuestra época dista mucho de ser pacífica, armoniosa y próspera. Desde mediados del siglo XX, la explosión de la inseguridad, el estrés, la ansiedad, el riesgo, el peligro, la migración, la hambruna, la precariedad laboral, la delincuencia, el terrorismo, las crisis económicas, el desmoronamiento de los vínculos sociales, las amenazas nucleares, los escándalos financieros, la obsesión narcisista por el cuidado del cuerpo, la medicalización de la existencia, la sociedad bajo vigilancia, los desastres ecológicos, etcétera, representan para Lipovetsky el nuevo orden caótico mundial caracterizado por el apogeo de la desestabilización y la desorganización hipermodernas.

La poderosa tendencia por unificar el mundo ha dado pie a que el caos progresivo del capitalismo y el resquebrajamiento económico hayan vuelto vulnerable y frágil a la realidad hipermoderna.

Hoy vivimos en el desconcierto, la desconfianza, la incredulidad y el escepticismo en la mayoría de los aspectos de la vida. La Iglesia católica, por ejemplo, pierde la capacidad de congregar a miles de personas y de regular las creencias comunes. Los partidos políticos dejan de tener credibilidad pública. La familia deja de ser el lugar seguro y confortable para los individuos hipermodernos. La educación pasa de ser parte esencial de la formación individual a ser un gran negocio económico para los empresarios. Las relaciones amorosas se viven con riesgo. Ya no hay líderes sociales que promuevan el cambio y despierten la confianza de las multitudes. Ya no existen referentes de acción social; incluso las redes virtuales de comunicación tecnológica se han vuelto un medio para la producción de pornografía, de secuestros, de estafas y de robo constante. Nuestro momento hipermoderno conjuga la confusión y caos.

En el capitalismo globalizado la inseguridad, la angustia, y la incertidumbre son los sentimientos comunes que hay en todo el mundo. Vivimos, según el autor, en la desorientación general y en el desorden organizador del espacio-tiempo que se ha mundializado. Esta gran desorientación propicia que

el fenómeno social del individualismo se acentúe a través del repliegue de los individuos hacia el interior. La solidaridad y la fraternidad se desmoronan, dando paso a la violencia, la delincuencia, la criminalidad y un profundo malestar cultural. En nuestra época, cuanto más tiene el individuo más insatisfecho se siente; y termina por preguntarse si puede tener más para sentirse mejor en un mundo en donde la hipertrofia de la vida va en aumento.

Hoy el individuo hipermoderno tiene más cosas materiales y un exacerbado acceso a la información que nuestros antepasados jamás hubieran imaginado; sin embargo, a pesar de que la ciencia y la tecnología hacen más confortable el mundo, el individuo ultramoderno no deja de presentar vacío a lo largo de su vida y una constante incapacidad de sentir. El hecho de que el mundo capitalista reorganice la vida a partir de la democratización al acceso de los bienes materiales, no implica que la calidad de vida de los individuos indique una mejoría; por el contrario, la búsqueda de aspiraciones y de satisfacciones innumerables los sumerge en una profunda desorientación individual que se difunde en cualquier parte del mundo. El optimismo por alcanzar la felicidad parece un proyecto individual cada vez más distante.

Podemos decir, entonces, que la era hipermoderna es sinónimo de caos, incertidumbre, desarrollo inédito de una cultura comercial a nivel planetario, individualismo y desorientación. Estamos en un momento en el que, según Lipovetsky, la cultura se alza como la apuesta mayor de la vida económica.

Desde la óptica lipovetskyana, nuestra realidad hipermoderna consolida de manera estrecha el matrimonio entre el capitalismo de consumo y la cultura individualista. El hedonismo cultural de masas se apoya en el crecimiento de una cultura orientada cada vez más al mercado; en una cultura comercial que desestructura la personalidad y provoca conflictos psicológicos.

Hasta este momento de la investigación, cabría preguntarse qué tanto podríamos afirmar que la cultura-mundo sea un triunfo o bien, recalcar, de manera un tanto dramática, el que es más una desgracia contra la identidad nacional, la lengua, la historia particular de cada país, las costumbres propias de cada país o la manera de regirse de los estados nacionales. La

homogeneización del planeta rompe con los particularismos e implanta un sistema económico y político que nos dice cómo dirigirnos y la manera de resolver los conflictos humanos, ecológicos, económicos, políticos, sociales, educativos, etcétera.

La homogeneización del planeta ocasiona que la expansión de una economía de mercado genere nuevos conflictos identitarios, divergencias políticas y sobre todo una fuerte pujanza hacia la dinámica de individuación de las personas; es decir el sentimiento de vacío y de angustia permite que el individuo contemporáneo se aisle de los demás. El mundo que se ha vuelto global representa la confusión, el desorden, el conflicto y la posibilidad de que los individuos se refugien cada vez más en una coraza íntima que permite escapar de los peligros del mundo globalizado. Mientras más universal se vuelve nuestro mundo, paradójicamente más se moviliza el hiperindividualismo.

Cuando la vida se torna global y el sentimiento de vacío aumenta, la explosión tecnológica actúa como una forma de embriaguez para escapar del mundo. El individuo hipermoderno, a través de internet y de las redes sociales tales como *Facebook*, *Twitter*, *Blogspot*, *Tumblr*, *Instagram*, entre muchas más, vive inmerso en el embelesamiento de la personalidad narcisista. Es decir, pese a que las redes sociales se crearon para conectar a las personas que se encontraban lejos y, al mismo tiempo, funcionaban como puentes de conexión informativa en torno al mundo, en la actualidad somos testigos de una desintegración de los referentes sociales, de la desestabilización del individuo, de la producción de información-basura en cantidades estratosféricas y de la inacción de las personas en lo relativo a cuestiones políticas y sociales. Con la expansión tecnológica, asistimos a una nueva etapa en donde la desorientación es el eje rector de la dinámica hiperindividualista de la cultura-mundo.

Nuestro momento actual supone un replegamiento íntimo que establece mayor seguridad y confianza en el ámbito privado. Frente a los albores de la tecnociencia y del intercambio de información que se da en los medios de comunicación y en las redes sociales día con día, la intimidad es el mejor refugio para el individuo narcisista. En la realidad ultramoderna:

El desconcierto hipermoderno crece al mismo tiempo que la hipertrofia del universo tecno-mediático-comercial, el desplome de los organigramas colectivos y la individuación de la existencia, que deja a los individuos a merced de su libre iniciativa.¹⁰²

Debido a la invasión del mercado en casi todos los aspectos de la vida y al universo dominado por la tecnificación acelerada, el mundo hipermoderno se organiza, según Gilles Lipovetsky, alrededor de cuatro polos estructuradores que configuran el acontecer social de los nuevos tiempos, a saber: hipercapitalismo, hipertecnificación, hiperindividualismo e hiperconsumo. Estas lógicas, desde la óptica de Lipovetsky, explican el triunfo de una cultura sin fronteras cuyo objetivo es crear una sociedad universal de consumidores. Expliquemos en qué consisten estas cuatro lógicas que rigen la vida social.

El primer polo estructurador de la vida en sociedad es el hipercapitalismo o cultura global, como lo nombra el sociólogo francés. Desde los años ochenta el hipercapitalismo se caracteriza por la desaparición de las trabas proteccionistas de los estados nacionales, así como los límites administrativos de éstos. Con el desmantelamiento de la Unión Soviética, la filosofía liberal se ha difundido gradualmente por todo el mundo. El objetivo del liberalismo es expandir el mercado y multiplicar el capital financiero a escala planetaria. Huelga decir que, se mire como se mire, “hoy domina el sistema integrado por el capitalismo global: el hipercapitalismo”.¹⁰³ No obstante, la desreglamentación de los mercados financieros ha engendrado una nueva era global vinculada al caos, la inseguridad, el desequilibrio y la desorientación creciente.

El capitalismo global que se alzó en favor de la reducción de la pobreza, del desarrollo económico y del progreso de la humanidad, sólo ha traído precariedad laboral, crisis económicas, incertidumbre, ambición política, injusticia, hambre, miedo, fracaso personal y riesgo. Vivimos en un mundo que sigue siendo desigual, en el que los ricos siguen siendo más ricos y los pobres cada vez más pobres. El hipercapitalismo genera inestabilidad y perturbación en la mayoría de los aspectos de la vida.

¹⁰² Lipovetsky, Gilles, *La cultura-mundo*, *óp. cit.*, p. 34.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 36.

Lipovetsky considera que el librecambio planetario ha logrado imponerse sin que exista ningún tipo de fuerza ideológica o social que le haga contrapeso. El empuje del mercado hipercapitalista se ha apoderado de la cultura, de la educación, de los modos de pensar, de la manera de actuar; es decir, de casi todas las actividades de la vida en sociedad. La ampliación del modelo de mercado se ha vuelto omnipotente.

E incluso, el éxito y el triunfo de la vida se miden a partir de la interiorización del modelo del mercado. La cultura de los negocios ha impuesto el espíritu de la eficacia, la competencia y la fortuna económica. Como decía el gran pensador alemán, Georg Simmel, en nuestra época reconocemos que “el dinero es el Dios de nuestro tiempo”.¹⁰⁴ Sin duda, la intención del individuo contemporáneo de contar con una economía monetaria estable, provoca los sentimientos de seguridad y confianza; y sobre todo, pregona un estilo de vida basado en la grandeza del dinero, en la frivolidad de la maximización de los intereses subjetivos y en la gloria del cálculo individualista. El sistema hipercapitalista funciona como el espíritu de nuestra época; ilustra la pujanza de la globalización liberal. Hoy, ya nada reemplaza la ideología del mercado y de la competencia.

Para Gilles Lipovetsky, la cultura-mundo del mercado se desarrolla victoriosamente sin ningún modelo creíble que confronte al sistema liberal hipercapitalista, ni tampoco existe ninguna teoría general -fuera de la marxista- que se oponga a la fuerza del capitalismo y que nos permita pensar en un mundo distinto a la dictadura del mercado.

La protesta radical de movimientos que se manifiestan contra la mundialización de la existencia no representa una alternativa revolucionaria y real capaz de terminar con el hipercapitalismo de mercado y con la mercadotecnia de consumo.

Evidentemente, para el pensador francés, dado que no se puede abolir al capitalismo y a la economía de mercado, la solución radica en la transformación

¹⁰⁴ Simmel, Georg, *Cultura Líquida y dinero. Fragmentos simmelianos de la modernidad*, Barcelona, Anthropos, 2010, p. 12.

cultural y en la creación de instituciones más justas y congruentes. Considero nuevamente que el autor se equivoca al entender que la mundialización lleva implícito la dominación de los países ricos sobre los países pobres. En ese sentido, a mi parecer, es inconcebible pensar tan sólo en la transformación cultural y la puesta en escena de instituciones más justas que pongan fin a la principal contradicción de sistema capitalista, a saber, el monopolio económico.

El segundo polo estructurador de la hipermodernidad es la cultura hipertecnológica o la hipertecnificación de la realidad. El mero incremento del universo tecnocientífico en nuestros días reconfigura la manera de observar y comprender el mundo que nos rodea.

La técnica ha invadido todo el mundo; se encuentra en todas partes; es el máximo remedio para mejorar la vida. Se ha vuelto el elemento estructurador que impregna todas las dimensiones de la vida social: “ya nada escapa a la técnica, a la que hay que adaptarse continuamente y que se impone como estilo de vida, modo de pensar, conjunto de símbolos”.¹⁰⁵ La fe en la técnica nutre la idea de progreso inevitable y mejora de la humanidad. Nuestro mundo ultramoderno es inseparable del optimismo hipertecnológico y de la ideología tecnocientífica.

La modernidad es leal al avance científico y a la esperanza en un futuro glorioso, cuya promesa es la mejora de la calidad de vida, la eterna juventud, la cura de enfermedades, el bienestar físico, e incluso la inmortalidad. El espiral de la tecnología se ha convertido en el nuevo credo religioso de los tiempos modernos.

El avance de la nanotecnología, por ejemplo, permite trabajar y manipular pequeñas estructuras moleculares y de átomos para diseñar y crear aparatos novedosos que puedan tener impacto en la medicina, la tecnología, la construcción de aplicaciones informáticas, la robótica, la innovación de anticuerpos sintéticos, la destrucción de células cancerígenas, la transformación genética de las plantas, etcétera. La nanotecnología es el gran avance

¹⁰⁵ Lipovetsky, Gilles, *La cultura-mundo*, óp. cit., p. 47.

tecnológico de los últimos tiempos, pues a través de la invención y del control de pequeñas estructuras micrométricas, se puede manipular la materia para la creación de aparatos poco costosos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas.

Sin embargo, desde 1945, la desconfianza hacia la técnica crece a causa de la proliferación de peligros y catástrofes que se han desatado en el mundo y que amenazan los recursos naturales, la fauna, la flora y la especie humana.

En la actualidad, el desgaste del progreso y la sospecha que engendra la técnica es lo que caracteriza a la «sociedad del riesgo» y a la «modernidad reflexiva»,¹⁰⁶ de la que nos habla Ulrich Beck.

Para el pensador alemán, en nuestra época ya no es posible hablar de riesgo como connotación de coraje y aventura propio de la Edad Media, hoy implica la posible destrucción de la vida en la Tierra. En la Edad Media los riesgos y peligros que enfrentaban los individuos estaban relacionados con las percepciones de los sentidos; es decir, se ubicaban en los daños causados a la nariz, los ojos, etcétera. La connotación de aventura y de riesgo se expresa claramente en una de las novelas más representativas de la modernidad: *Don Quijote de la Mancha*, en la cual se retrata el riesgo como una cuestión heroica que implica la partida hacia un mundo desconocido e inesperado. Los riesgos que se vivían en la Edad Media eran de carácter personal; los riesgos de la modernidad reflexiva, en la que vivimos, son globales.

En 1986 Beck publica su primera obra titulada, *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad (Risikogesellschaft)*; en ésta, nos describe que los riesgos son fruto del progreso industrial ocasionado por la maquinaria técnica de la modernidad reflexiva.

¹⁰⁶ Para Ulrich Beck, «modernidad reflexiva» no se refiere, pues, a la primera modernidad del siglo XIX y principios del siglo XX; la modernidad de la sociedad industrial y el Estado nacional, sino al despliegue de nuevos riesgos que comienza en la segunda mitad del siglo XX, con la aparición, por primera vez en la historia, de crisis ecológicas, el desmantelamiento de las seguridades del Estado del bienestar, etc. Beck, Ulrich, *La sociedad del riesgo mundial, óp. cit.*, p. 24.

En uno de sus libros más recientes, a saber, *La sociedad del riesgo mundial. En busca de la seguridad perdida*, publicado en el 2007, Ulrich Beck recalca que el riesgo que se percibía en la Edad Media tenía que ver con la muerte, las enfermedades, las hambrunas y las epidemias, las cuales amenazaban a los individuos de una manera mucho mayor de lo que se podría observar hoy en día. La idea de riesgo se relaciona tácitamente con la decisión, la inseguridad y el proceso de modernización. Los riesgos son producto del éxito de la modernidad; de ninguna manera derivan de sus fracasos. Beck subraya con una frase quizá bastante apocalíptica lo que acarrea el progreso de la modernización reflexiva: “cuando el riesgo entra en juego, Dios tiene que abandonar la posición de conductor del mundo”.¹⁰⁷

Beck es un pensador crítico que pone de relieve el paradójico juego entre el desarrollo de la ciencia y la tecnología, así como la resurrección del miedo ante las amenazas y peligros que produce la sociedad del riesgo. La dinámica de la sociedad del riesgo no consiste, según Beck, en determinar en qué futuro se tendrá que vivir, partiendo de un mundo lleno de riesgos inexistentes, sino en asumir que los individuos viviremos en un mundo en el que el futuro es inseguro y peligroso. El mundo no puede ya controlar los peligros que la modernidad genera; y en ese sentido se derrumba ante las victorias de la misma. El cambio climático, por ejemplo, es consecuencia de la industrialización; la economía global crece de manera exacerbada, lo que significa que la emisión de gases de países industrializados aumenta constantemente. En síntesis, el éxito de la modernidad se forja en la expansión de riesgos a escala planetaria.

Hay que añadir que pese al desencanto hacia el progreso de la ciencia que se vive en la presente época, Gilles Lipovetsky sostiene que “no dejamos de esperar y creer en los «milagros de la ciencia» para combatir las enfermedades, vivir más tiempo y con mejor salud: mejorar la condición humana por la aplicación técnica del saber científico siempre tiene sentido”.¹⁰⁸ Para el pensador francés, la relación con el progreso tecnocientífico en nuestra era hipermoderna

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 20.

¹⁰⁸ Lipovetsky, Gilles, *La cultura-mundo, óp. cit.*, p. 51.

más que ser catastrófica, como señala Beck, se vuelve ambivalente, es decir, oscila entre la esperanza y el desencanto, el progreso y el fracaso. Para Lipovetsky, es verdad que el horizonte de la tecnociencia se ha vuelto problemático e inseguro, pero aún aparece como la promesa que moviliza a los individuos en torno a la construcción de un mundo mejor.

El tercer polo de la cultura-mundo es el hiperindividualismo o la nueva era histórica del individualismo. El individualismo que se despliega en nuestros días tiene que ver con la acentuación del individuo libre, igual y autónomo. Nuestra era coloca al individuo como valor central de nuestra cultura. El individuo se alza como el principio del orden pluralista y el referente último del orden democrático. Para Lipovetsky, “el individualismo aparece como el código genético de las sociedades democráticas modernas. Los derechos humanos son su versión institucional”.¹⁰⁹

Desde el enfoque lipovetskyano, estamos en la andadura de la segunda revolución individualista, en la que los valores hedonistas, el consumo y la afluencia de los medios de comunicación han logrado desintegrar los antiguos órdenes colectivos, a saber, la familia, la Iglesia, la moralidad y los partidos políticos propios de la sociedad del deber (revolución individualista de primer orden). De ahí que el neoindividualismo que presenciamos sea de tipo opcional, desregulado, descompartimentado, eufórico y liberado de las antiguas ataduras moralistas (revolución individualista de segundo orden). La «vida a la carta» se ha convertido en la epístola representativa de los nuevos tiempos ultramodernos. El *homo individualis* instituye el nuevo hiperindividualismo desregulado, opcional y “a la carta”, centrado en la autorrealización personal que:

Abre una nueva relación con el cuerpo: obsesión por la salud, culto al deporte, forma física, delgadez, tratamientos de belleza, cirugía estética..., manifestaciones de una cultura de marcada tendencia narcisista.¹¹⁰

¹⁰⁹ *Ibid.*, p. 52.

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 53.

Es evidente, según el pensador de la hipermodernidad, que las manifestaciones de la cultura narcisista, tales como el intenso cuidado a la salud o el culto a la belleza, se desarrollan de diferente manera en todas partes del mundo, pero la dinámica de individuación y la autonomización de la existencia están cada vez más enfocados a la búsqueda del bienestar subjetivo y a la satisfacción consumista de los deseos personales.

Desde la mirada lipovetskyana, la nueva cultura narcisista centrada en la autorrealización personal no ha hecho más que abrir el telón de la desorientación y la confusión de los individuos. Ante la falta de ideologías y de los grandes proyectos políticos que estructuraban el mundo, crece el escepticismo y la desconfianza hacia la cosa pública, juzgada como ineficaz. Al mismo tiempo, aumenta la sospecha hacia los otros; hoy cada vez más los individuos evitan el contacto social con las personas ajenas a su círculo cercano de amigos o familiares.

El hiperindividualismo coincide con la pérdida de orientación en el ámbito público y con el desmoronamiento del poder político. En la actualidad, la decepción política se experimenta en el poco impacto que tienen los líderes públicos para administrar el curso de las cosas. El ciudadano hipermoderno no confía en los representantes públicos, lo que trae como consecuencia un vacío de credibilidad que engendra los sentimientos de incertidumbre, angustia, confusión y sobre todo, encapsulamiento individual.

La cultura individualista al colocar al individuo como referente absoluto y último de la consagración ideológica de los derechos humanos e introduce al mismo tiempo la fragilidad y la desorientación. Los individuos, liberados de todo marco rígido, disciplinario y colectivo, tropiezan con la intranquilidad y la desestabilización de su existencia, lo que deriva en un estado paranoico con respecto al mundo exterior y en una sensación acentuada de aislamiento social. En nuestro mundo hipermoderno el sentimiento de soledad revela el profundo encierro del individuo consigo mismo; el encarcelamiento tecnológico que experimenta frente a la pantalla, así como el desamparo y la desilusión de

multiplicidad vivencias que no logran compensar el profundo vacío que sufre a lo largo de su vida.

El cuarto y último polo de la cultura planetaria es el hiperconsumo o la forma hipertrofiada del consumo comercial.

A partir de la década de los setenta y hasta la fecha, los productos que consume el individuo hipermoderno tienen que ver más con la expresión de la identidad individual, que con la funcionalidad o la satisfacción de necesidades.

En la actualidad, se consume un producto porque está ligado a la personalidad y a la construcción del sí mismo. Ha quedado atrás el consumo limitado a la satisfacción de las necesidades familiares o colectivas. Ya nadie consume un producto por el uso o las ventajas que genera, sino para reafirmar la individualidad.

En el universo de hiperconsumo, el turboconsumidor es imprevisible; consume por doquier marcas y estilos de vida. Es el momento del consumo desenfrenado y de los estímulos hedonistas.

La época de hiperconsumo satisface momentáneamente los deseos infinitos del yo; sin embargo, pese a la creciente apertura del espacio de las elecciones, el consumidor se encuentra atrapado en la hipervariación de miles de artículos que lanza el mercado, lo cual tiene como consecuencia la desorientación del turboconsumidor, las compras compulsivas, el endeudamiento crediticio, las conductas adictivas a los videojuegos, el comportamiento individualista, los trastornos alimenticios, etcétera.

La argumentación lipovetskyana sostiene que vivimos en una cultura-mundo hiperconsumista promotora de una cultura de marcas, así como en una cultura de estrellas de la pantalla, basada en el último grito de la moda y en la imagen publicitaria de los famosos: “ya no consumimos sólo productos, películas, viajes, música, deportes; consumimos también la celebridad como forma de singularizar-personalizar el mundo comercial impersonal”.¹¹¹

¹¹¹ Lipovetsky, Gilles, Hervé, Juvin, *El Occidente globalizado. Un debate sobre la cultura planetaria*, Barcelona, Anagrama, 2011, p. 43.

En un mundo invadido por la desregulación capitalista y la desorientación, el consumo representa la puerta a la felicidad. No hay duda de que los individuos solucionan sus problemas a través del consumo, pero el consumir más y más no produce mayor satisfacción personal, ni mayor felicidad.

Podemos concluir que a la luz de una cultura-mundo sin precedentes, vemos consolidarse, según el pensador francés, un «nuevo malestar en la cultura» que no sólo tiene que ver con la intensificación de las relaciones comerciales a gran escala; también con la erosión de las fronteras geográficas y con la propagación de un «capitalismo desorganizado» que estructura la nueva realidad hipermoderna.

Partiendo de Lipovetsky, la época ultramoderna se convierte en un castillo consumista, en el cual, día con día se incrementa el número de individuos solitarios, cuya paradoja recae en la responsabilidad y la irresponsabilidad de sus actos. Empero, según Lipovetsky, no estamos ante un proceso nihilista de la sociedad, ni tampoco en un nivel cero de valores comunes. No cabe duda de que los antiguos valores del sacrificio en pos de la familia, la Iglesia, la patria y la historia se hayan desvanecido, pero eso no implica que la sociedad naufrague en el nihilismo generalizado. Es claro que para Gilles Lipovetsky, no todos los referentes colectivos han desaparecido; aún existen los ideales de justicia, igualdad y libertad que dan sentido de pertenencia a la humanidad.

La naturaleza del neoindividualismo, según el pensador de la hipermodernidad, radica en la desarticulación y la desorientación por la que atraviesa el mundo en nuestros días.

Siguiendo al autor, es verdad que la primacía de los intereses individuales se refleja a través de la frase «después de mí, el diluvio», pero ello no significa que el individualismo irresponsable tome el timón del barco e impida que el individualismo responsable se materialice. No hay razón, en este sentido, para pensar que la sociedad se hunde en el nihilismo o en el deslizamiento de un individualismo desenfrenado.

La hipermodernidad es la nueva realidad social que se manifiesta en el estrés planetario, el hiperconsumo, el culto a la tecnociencia, la euforia del goce

emocional en el presente, la voracidad de los eventos depresivos y la cuestión paradójica del individualismo responsable e irresponsable que ocasiona la cultura-mundo.

En conclusión, todos estamos en continua vecindad con todos, como alude Beck; todos vivimos en una cultura-mundo que desdibuja fronteras nacionales y que engendra la compulsión obsesiva por el yo ante los riesgos y peligros que desata el mundo global, como lo señala Lipovetsky.

Conclusiones

A lo largo de esta investigación hemos recorrido el pensamiento de un autor tan controversial como lo es Gilles Lipovetsky. La claridad que presentan sus escritos se aleja de una propuesta teórica que nos explique a la sociedad en su conjunto; más bien, su discurso nos induce a pensar nuestro momento actual desde la coyuntura crítica y reflexiva. Los estudios de Gilles Lipovetsky se enfocan en ese sentido al análisis histórico-cultural de la realidad. Su abstracción teórica del devenir hipermoderno lo coloca como uno de los pensadores más influyentes en la actualidad.

Este trabajo de investigación constituyó un intento por clarificar el camino que ha seguido el individualismo democrático a partir de la problematización teórica que realiza el pensador francés.

Una de las conclusiones que podemos extraer es que el triunfo del individualismo democrático, tal como lo señala Gilles Lipovetsky, ha sido posible gracias al despliegue de la segunda revolución individualista y de la expansión del proceso de personalización que ha venido gestándose desde la posguerra.

Lipovetsky sostiene que vivimos en una segunda revolución individualista que ha abandonado los valores rigoristas, autoritarios y disciplinarios propios de la sociedad del deber e insiste en la reiteración hedonista y vacía de la importancia inexorable del yo. Nuestra sociedad hipermoderna se centra más en la búsqueda del placer subjetivo y en el reinado de la personalidad, que en alcanzar logros colectivos. Sin embargo, Lipovetsky considera que el desarrollo de la segunda revolución individualista, que recae en la realización personal y en el éxito de metas puramente individuales, no deriva en un proceso nihilista ni trágico del devenir social, ya que aún existen ciertos comportamientos que atestiguan que el tejido social no se ha roto por completo; un ejemplo de esto es el fenómeno del voluntariado, al presentarse acontecimientos que amenazan la integridad humana. No obstante, el triunfo del yo sí posibilita la apatía y la indiferencia de los individuos con respecto a los asuntos públicos.

El proceso de personalización y la segunda revolución individualista son los imperativos categóricos de nuestra época. El neonarcisismo en nuestras sociedades contemporáneas se ve impulsado por el desdoblamiento de un individualismo psicológico, desregulado, flexible y opcional.

Las grandes problemáticas de las sociedades modernas han sido consecuencia de la ruptura entre los líderes políticos y la sociedad; de las contradicciones estructurales del capitalismo y de la decepción, por parte de los individuos, hacia los ideales revolucionarios.

Hoy en día existe un déficit de confianza social hacia nuestros gobernantes y qué decir de la sospecha a las instituciones públicas, como la policía, el ejército, la seguridad social, las instituciones educativas, etcétera, dado que se han mostrado a favor únicamente de los intereses de la élite de poder a la cual representan. Ante una realidad que no es confiable y que se torna insegura, los individuos insisten en “disfrutar hoy”; en “volcarse al interior”, como ya lo aludía Richard Sennett.

Lo que caracteriza nuestra realidad ultramoderna es la creencia desbordada de que el futuro no tiene sentido, ya que éste es lejano e incierto, por lo que el individuo busca vivir experiencias únicas que satisfagan sus deseos inmediatos, en lo cual encuentra una sensación de alivio, en vez de esperar a una futura dicha improbable.

El sistema capitalista extiende de manera contundente el torbellino narcisista de la satisfacción del yo; enfatiza el consumo de masas, el derroche monetario en productos de moda, la ostentación del lujo, la seducción que esclaviza, la preocupación excesiva por controlar el peso, el inspección obsesiva por la salud, la preservación de la juventud, la erosión de los lazos sociales, la apatía reflexiva de los ciudadanos contemporáneos, etcétera. Nuestra sociedad cosmopolita es la sociedad del consumo; es la sociedad de la «modernización reflexiva», como señala Ulrich Beck.

El neonarcisismo, la seducción, el consumo y la preocupación por los intereses inmediatos del yo son los componentes del vaivén del

hiperindividualismo contemporáneo, lo que trae como consecuencia que la vida del individuo se llene de vacío.

Pero además, a esto hay que agregar que la patología de la época actual, a saber, el neonarcisismo, ha convertido al individuo en un ser fragilizado, temeroso, inseguro y desestabilizado.

La atenuación del proceso de individuación y la propagación gradual, como diría Lasch, de una «guerra de todos contra todos», ha dado pie a que el individuo moderno tenga la necesidad de tener algo en que creer y automotivarse; sin embargo en esa búsqueda incesante, ha caído bajo el yugo de las marcas, el éxito, la frivolidad de las mercancías, el vacío de la vida, la incapacidad de sentir y la preocupación suicida por el yo.

Es importante puntualizar que el individuo ultramoderno se contenta con olvidar y gozar de la inmediatez del presente. En la sociedad actual el individuo hipermoderno se organiza según los principios de un aislamiento opcional “a la carta”, cuya paradoja radica en la construcción ambivalente de la propia personalidad y la profunda incapacidad de sentir, lo que posibilita que el vacío sea su referente absoluto.

Desde mi parecer, la mirada lipovetskyana se centra ininterrumpidamente en destacar en todos los casos y en específico el despliegue del individualismo en las sociedades democráticas como un proceso paradójico. La paradoja constituye parte esencial de la narrativa de los textos particularmente ensayísticos del pensador francés. Lo que resulta problemático en el hecho de recurrir una y otra vez al análisis paradójico societal, es que se pierde de vista el problema crucial de nuestras sociedades hipermodernas, a saber, las contradicciones del capitalismo galopante. El individualismo, como objeto de investigación de esta tesis, es sin lugar a duda producto de las fracturas estructurales de la sociedad capitalista y centrarlo en una cuestión paradójica está lejos de resolver la incógnita de su desarrollo vertiginoso.

Lipovetsky no sataniza los tiempos democrático-liberales en los que vivimos; no se atormenta por el vaivén del individualismo irresponsable en la sociedad hipermoderna; por el contrario siempre deja ver cierto optimismo que

recae en la transformación cultural de la sociedad democrática en su conjunto. Para Lipovetsky, la transformación cultural nada tiene que ver con el nacimiento de un «superhombre» o de un hombre que organice su vida fuera de la era democrática; más bien, hablar de una transformación cultural en términos lipovetskyanos adquiere sentido en la revalorización de las prioridades y objetivos de la vida fuera de los goces instantáneos del hedonismo consumista de la sociedad hipermoderna. La apuesta de Gilles Lipovetsky se enfoca en que la transformación cultural nos conducirá hacia un estadio nuevo de la sociedad, que él ha denominado «democracia posconsumista».

Valga agregar que, para Gilles Lipovetsky, este nuevo estadio histórico social posconsumista no tiene más esperanzas en el comunismo ni en la existencia de un superhombre, sino en la aparición de nuevos objetivos que la sociedad del poshiperconsumo abrirá. Desde Lipovetsky, se necesitará echar mano de nuevos proyectos políticos y sociales que brinden a los ciudadanos marcos de referencia intelectuales para que el consumo hedonista de mercancías no sea la meta última de la vida.

Para Gilles Lipovetsky, no sirven de gran cosa las lamentaciones de los críticos de la sociedad hipermoderna o la angustia permanente de los estudiosos que ven en el consumo y en el individualismo la catástrofe de la humanidad. Se requiere, desde la óptica lipovetskyana, la inmediata transformación cultural de la sociedad, sin salir por ello del horizonte democrático. La cuestión problemática de la postura optimista del autor recae en resaltar que el sistema democrático-capitalista se desenvuelve a favor de la ordenanza de los marcos potencialmente individuales, por lo que el individualismo irresponsable, desde mi punto de vista, no disminuirá: mientras más se endurezcan las leyes en favor de la protección individual, más se motivará que la fiebre hiperindividualista se desarrolle. El “desierto de lo social” del que nos hablaba Baudrillard se hace cada vez más grande.

Así pues, la convicción teórica del filósofo francés niega la denuncia apocalíptica de las sociedades democráticas actuales y explica la realidad social

desde la tesis de la paradoja, minimizando las profundas contradicciones estructurales de la sociedad capitalista.

Por otro lado -y esto es quizá una cuestión sumamente sugerente que vale la pena mencionar-, sucede que en recientes planteamientos para contextualizar nuestra época, se identifican diferentes nociones teóricas tales como «cultura-mundo» desde la postura de Gilles Lipovetsky; «cosmopolitización» desde la propuesta de Ulrich Beck y sobre todo, el tan sonado término «globalización», que se ha puesto de moda en los últimos tiempos. Es preciso señalar que todas estas nociones teóricas, desde mi punto de vista, son herramientas metodológicas para desentrañar la realidad social; no obstante, considero que existe una resistencia teórica por parte de los pensadores contemporáneos hacia la utilización del término «imperialismo», ya que los conceptos anteriores omiten que el mundo moderno, sigue siendo desigual y en donde la concentración del capital y el reparto del mundo se da entre las naciones más ricas. La cultura y los valores de éstas tienen mayor impacto en la capacidad de modelar la realidad social mundial, lo que a su vez incrementa esta desigualdad.

Tanto «cultura-mundo» como «cosmopolitización» y «globalización», diríamos parafraseando a Lenin, son definiciones justas pero incompletas, pues no vinculan que el capitalismo haya transitado hacia una etapa económica y social más elevada. Es decir, lo fundamental es identificar que el imperialismo es la fase moderna del capitalismo. Ante esta situación, no se puede analizar nuestro contexto de manera reduccionista, al sólo plantear el desdibujamiento de las fronteras nacionales y señalar únicamente que nos encontramos en constante vecindad con los otros; o bien demostrar la expansión del mercado a nivel planetario, puesto que corremos el riesgo de perder de vista el desarrollo gradual del capitalismo y sus profundas contradicciones.

Si bien la obra de Gilles Lipovetsky tiene aspectos que juzgo pierden de vista cuestiones tan importantes, como el aspecto económico y la desigualdad en el mundo, ésta debiese seguir estudiándose a la luz de los profundos análisis culturales que él explicita a lo largo de su discurso; ejemplo de esto son sus

investigaciones referentes a la moda y al lujo, los cuales brindan importantes contribuciones al campo de la sociología. En cuanto al fenómeno social del individualismo, el aporte que considero más significativo, a pesar de que el discurso lipovetskyano se centre en la tesis de la paradoja del individualismo responsable versus individualismo irresponsable, es la propuesta teórica de una primera revolución individualista y de una segunda revolución individualista, pues ella nos ofrece una nueva herramienta metodológica para analizar socialmente dicho fenómeno y así encontrar solución a la problemática que éste genera en la actualidad.

Bibliografía

- Bajtín, Mijaíl, *Estética de la creación verbal*, México, Siglo XXI, 2009.
- Baudrillard, Jean, *Pantalla total*, Barcelona, Anagrama, 2000.
- Bauman, Zigmunt, *Vida líquida*, Madrid, Paidós, 2006.
- Durkheim, Émile, *El suicidio*, México, Premiá, 1990.
- , *Lecciones de Sociología: Física de las costumbres y del Derecho y otros escritos sobre el individualismo, los intelectuales y la democracia*, Buenos Aires, 2003.
- Girola, Lidia, *Anomia e Individualismo. Del diagnóstico de la modernidad de Durkheim al pensamiento contemporáneo*, México, Antropos, 2005.
- Gubern, Román, *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*, Barcelona, Anagrama, 1996.
- Gutiérrez, Vázquez, Juan, Pablo, *Autoridad moral y autonomía. Una relectura del pensamiento sociológico de Émile Durkheim*, México, Universidad Iberoamericana/Colección Teoría Social, 2008.
- Beck, Ulrich, *La sociedad del riesgo mundial. En busca de la seguridad perdida*, Barcelona, Paidós, 2008.
- , *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Paidós, 2006.
- , *La redefinición del proyecto sociológico: el desafío cosmopolita*, Revista Sociológica, 2012, número 77: pp. 269- 280.
- , Beck-Gernsheim, Elisabeth, *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, Barcelona, Paidós, 2003
- Lasch, Christopher, *La cultura del narcisismo*, Barcelona, Andres Bello, 1991.
- Lenin, Ilich, Vladímir, *El imperialismo, fase superior del capitalismo*, Pekin, Ediciones en lenguas extranjeras, 1975.
- Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 2012.
- , *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*, Barcelona, Anagrama, 2012.

- , *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*, Barcelona, Anagrama, 2011.
- , *La cultura mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010.
- , *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*, Barcelona, Anagrama, 2011.
- , *Los Tiempos hipermodernos*, Barcelona, Anagrama, 2008.
- , Serroy, Jean, *La pantalla global, Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona, Anagrama, 2009.
- , *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2011.
- , *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*, Barcelona, Anagrama, 2004.
- , Hervé, Juvin, *El Occidente globalizado. Un debate sobre la cultura planetaria*, Barcelona, Anagrama, 2011.
- , *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010.
- , *La sociedad de la decepción*, Barcelona, Anagrama, 2011.
- , *La tercera mujer*, Barcelona, Anagrama, 2012.
- Maffesoli, Michel, *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*, México, Siglo XXI, 2004.
- Ovidio, *Metamorfosis*, Madrid, Alianza, 1995, pp. 131-136.
- Sennett, Richard, *El declive del hombre público*, Barcelona, Anagrama, 2011.
- , *Narcisismo y cultura moderna*, Barcelona, Kairós, 1980.
- Simmel, Georg, *Cultura Líquida y dinero. Fragmentos simmelianos de la modernidad*, Barcelona, Anthropos, 2010.
- Tocqueville, Alexis, *La democracia en América*, México, FCE, 2012.
- Van Dijk, Teun A., *La ciencia del texto*, México, Paidós, 1996.
- Vargas, Llosa, Mario, *La civilización del espectáculo*, México, Alfaguara, 2013.
- Virilio, Paul, *La velocidad de la liberación*, Buenos Aires, Manantial, 1997.