



## El Escenario Posmoderno: Una Aproximación Analítica De La Cultura Del Consumo Actual.

### Posmodern Scene: An Analytical Approach Of Consumer Culture In The Present

*Artículo recibido: el 30 de abril de 2014.  
Artículo aceptado: el 29 de mayo de 2014.*

**Resumen:** Asistimos hoy al escenario de una sociedad y de una cultura que han sobrepasado todo límite de sus pretensiones y postulados, y que tenía como eje principal la idea clásica, expresada por Baudelaire, al concebir un tiempo de lo nuevo, la fugacidad como lo propio, y lo transitorio como su principio. El espectáculo en la modernidad ha sido, y es, uno de los sueños —reales— de nuestra sociedad. En éste, la imagen se convierte en el principio de todo fundamento y de aquí que nos interese mostrar los análisis al respecto. La hipótesis que nos proponemos sostener en este ensayo implica pensar que, en la sociedad posmoderna y sus modos de intercambio, se ha devaluado —en términos de carencia— lo simbólico en proporción al aumento de lo imaginario como función articuladora y constitutiva de la subjetividad y, por ende, del escenario público y político.

**Palabras clave:** posmodernidad, espectáculo, cultura, consumo.

**Dra. Andrea Naranjo Lama.**

*Facultad Tecnológica. Universidad de Santiago de Chile  
Profesor Asociado del Departamento de Publicidad e Imagen  
Correo electrónico: dra.naranjo@gmail.com*

**Abstract:** Today we see the scene of a society and a culture that have surpassed all limits of their claims and postulates, and had as main focus the classical idea, expressed by Baudelaire, to conceive of a time for the new, the fleeting and the same, and transitory as its beginning. The modernity spectacle has been, and is, one of the real-dreams of our society. In this, the image becomes the foundation and beginning of all that interests us here show the analysis on it. The hypothesis we propose in this paper support involves thinking that in postmodern society and its modes of exchange, has been devalued, in terms of lack-the symbolic in proportion to the increase of the imaginary as articulating and constitutive feature of subjectivity and therefore, the public and political scene.

**Keywords:** postmodernism, spectacle, culture, consumption.



\*Este artículo es parte de la reflexión teórica para desarrollar el Proyecto de Investigación: "Geografía discursiva/ideológica de un movimiento social: la manifestación de los universitarios durante los años 2011 y 2012 en Chile", código 031376BB, aprobado y financiado por la Dirección de Investigación en Ciencia y Tecnología DICYT, de la Universidad de Santiago de Chile, para el período académico 2013-2014. Este proyecto se lleva a cabo en el área de Investigación de la Carrera de Publicidad a cargo del Investigador responsable Dr. Jorge Brower B. La Dra. Naranjo es parte del equipo investigador.

## INTRODUCCIÓN

En este artículo nos proponemos describir y establecer, de manera general y desde diversos ángulos de análisis teórico el salto lógico y cualitativo que se ha generado en la cultura del vanishing point y de la simulación o, siguiendo a Simmel, desde la moda al simulacro de Baudrillard. Uno de los factores evidentes de dicha mutación es la liquidación del Otro como bien lo expresa el mismo Baudrillard. Esta temática la trataremos en conjunto con nuestra perspectiva psicoanalítica, pero no está demás advertir que debemos tener presente que en la Sociología también se pone de manifiesto este mismo fenómeno, a saber; de la devaluación de lo simbólico (Baudrillard, 2000:156-167). En este sentido, podemos ver cómo, en la actualidad, se juega la problemática de la cirugía de la alteridad, que se introduce con toda la carga psicoanalítica que podemos leer.

### **La sociedad y su espectáculo: el sobrevalor de la imagen y el rol de los medios de comunicación**

Uno de los antecedentes sociológicos del tratamiento de la cultura como supervaloración de la imagen y de la puesta en escena de toda una gama de subjetividades trastocadas, nos lo ofrece el análisis de Guy Debord (1931 a 1944) denominado *La sociedad del espectáculo*, libro publicado en 1967. Si bien este autor no tenía la

Al respecto: "Con la modernidad, entramos en la era de la producción del otro. Ya no se trata de matarlo, de devorarlo, de seducirlo, de rivalizar con él, de amarlo o de odiarlo; se trata fundamentalmente de producirlo. Ya no es un objeto de pasión, es un objeto de producción. (Baudrillard, 2000:156).

Por otro lado: "En el horizonte de la simulación, no sólo ha desaparecido el mundo sino que ya ni siquiera puede ser planteada la pregunta de su existencia." (Baudrillard, 2000:16). Además, "El espectáculo es el mal sueño de la sociedad moderna encadenada, que no expresa en última instancia más que el deseo de dormir." (Debord, 2000:29). En definitiva, como nos aporta el propio Baudrillard (2000), nos encontramos inmersos en una ilusión desencantada repleta de pantallas e imágenes.

pretensión de que el suyo fuera un texto posmoderno, sino más bien una denuncia y una crítica a la modernidad, se constituye en la actualidad en una de las raíces fundamentales para los análisis derivados del campo práctico y teórico de la Sociología. Dicho escrito es considerado uno de los retratos más agudos, despiadados y penetrantes de cuantos se han hecho hasta hoy. Debord ha sido el principal agente del movimiento cultural francés conocido como situacionismo, que planteó algunas de las problemáticas más radicales, tanto en el

terreno de la política como en el de la cultura, de las que se han sostenido después de la Segunda Guerra Mundial. El autor señala: "Nuestra época, sin duda alguna, prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser. Para ella lo único sagrado es la ilusión, mientras que lo profano es la verdad. Es más, lo sagrado se engrandece a sus ojos a medida que disminuye la verdad y aumenta la ilusión, tanto que el colmo de la ilusión es para ella el colmo de lo sagrado." (Debord, 2000: 37).

De este modo Debord comienza su libro, en el que se sostiene la tesis según la cual las sociedades en las que impera la condición capitalista o moderna, se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en representación, a la cual agregamos, le falta el original.

El espectáculo se presenta como la sociedad misma y a la vez, como una parte de la sociedad y como un instrumento de unificación de la masa.

En este sentido, Bourdieu (1997) plantea una tesis central. Esta tiene que ver con que los peligros políticos y éticos del uso cotidiano de la televisión resultan de que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de realidad, puede mostrar y hacer creer lo que muestra. Este poder es capaz de provocar fenómenos de movilización social, y así configurar una realidad virtual más real que lo real. De este modo, la televisión, que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea la realidad.

El espectáculo no es sólo una reunión de imágenes sino más bien una clase de relación social, relación que está mediatizada por las imágenes. En este sentido es que presentaremos luego lo que Lipovetsky (2000), siguiendo a Lasch, denomina el proceso de personalización en la cultura del narcisismo.

El espectáculo es resultado y proyecto del modo de producción existente. Esto concuerda con las tesis de Jameson (2001) y Lyotard, por una parte, y con las de

Baudrillard y Bataille (1980) por otra. El espectáculo constituye el modelo actual de vida socialmente dominante. El mercado, cada vez de manera más prominente, es reconocido como instancia legítima de validación subjetiva y masiva, ya que por ejemplo es a través de los diversos modos de medir y cuantificar la audiencia, la lectura, la taquilla, la lógica de lo comercial, que se impone la esencia de lo relevante y significativo en y hacia las distintas producciones culturales. Como nos aporta Debord: "El espectáculo como organización social establecida de la parálisis de la historia y de la memoria, del abandono de la historia erigido sobre la base del propio tiempo histórico, es la falsa conciencia del tiempo. ... Inmovilizada en el centro del falso movimiento de su mundo, la conciencia espectadora no contempla ya, en su existencia, transición alguna hacia su realización ni hacia su muerte". (2000:138-139). El autor insistirá en que la realidad surge del espectáculo y el espectáculo es real, generando una alienación recíproca como sustento de la sociedad actual.

En relación con este punto, Baudrillard, nos recuerda que no hay manera de corregir la situación, no hay que hacerse ilusiones al respecto: la imagen y en consecuencia el medio masivo de comunicación que es en su análisis la televisión, crea nuestra realidad (misma hipótesis de Bourdieu). Advertimos que, en relación con los análisis de Baudrillard (2000), se plantea que este expresa la fórmula del nihilismo contemporáneo, el nihilismo del valor mismo. La incertidumbre fundamental en esta maquinación de la Nada, en esta maquinaria paralela de la Nada es que sólo existe la ilusión de haberla superado mediante una fantasía de endeudamiento. Perfilada tras todos los sistemas de valores y las representaciones de un mundo objetivo. Si la Nada es la trama de todas las cosas, su eternidad está garantizada y de nada sirve preocuparse por ello, ni por la hegemonía aparente de un mundo objetivo. Pero la Nada no es precisamente un estado de cosas. Es el resultado de la ilusión dramática de las apariencias.

El destino secreto de los medios de comunicación de masas consiste en engañarnos con respecto a lo real, pero también en desengañarnos. No hay peor error que tomar lo real por lo real, y en este sentido la ilusión

mediática nos hace las veces de des-ilusión vital. En este contexto: “La televisión nos inculca la indiferencia, la distancia, el escepticismo, la apatía incondicional. A través del devenir imagen del mundo, anestesia la imaginación, provoca una abreacción de náuseas, y al mismo tiempo una descarga de adrenalina que lleva a la desilusión total. La televisión y los medios de comunicación harían que lo real se volviera disuasorio si no lo fuera ya. (Baudrillard, 1997a:97). En relación con la imagen ésta “... ya no puede imaginar lo real, ya que ella misma lo es. Ya no puede soñarlo, ya que ella es su realidad virtual. Es como si las cosas hubieran engullido su espejo y se hubieran convertido en transparentes para sí mismas, enteramente presentes para sí mismas, a plena luz, en tiempo real, en una transcripción despiadada” (Baudrillard, 2000:15).

### El sujeto y su des-sujeción

Es factible que nos preguntemos ahora, en este momento cuando la imagen se nos presenta de manera tan abrumadora, ¿en qué lugar ha quedado ubicado el sentido?, ¿qué ha pasado con el sentido, se ha desplazado o perdido?, ¿en qué lugar podemos encontrar la inscripción de dichas imágenes?, es decir, ¿dónde está el campo que dota a las imágenes de relación significativa?, como señala Barthes (1996).

Pues bien, podemos contestar en una primera aproximación, como pronto ampliaría Lacan en sus análisis de los registros del lenguaje, que la imagen se ha vuelto tan cruda que ha dejado de referirse a la dimensión simbólica. Con esto, lo que se ha venido denominando en psicoanálisis como el campo de dotación de sentido —el campo simbólico—, ha perdido todo eje con relación al sujeto —el sujeto que es precisamente sujetado a esta estructura legal y simbólica—. En consecuencia, el sujeto ha quedado en una posición a lo menos frágil, en virtud del mercado del intercambio imaginario e ilusorio de los objetos.

A partir de lo anterior es que, sin duda, podemos visualizar una mutación que se opera en la realidad, y que

se inaugura en la modernidad y su forma paradigmática de intercambio social, sexual, político, ético y económico, ya que siempre desde la alienación del sujeto —recordando a Marx— en el mercantilismo de producción y en la sociedad del consumo, como lo expresa Baudrillard, hemos vivido del esplendor del sujeto y de la miseria del objeto. El sujeto ha hecho la historia, ha totalizado el mundo. Como señala Baudrillard (1997b), sujeto individual, sujeto colectivo, sujeto de la conciencia o sujeto de lo inconsciente, el ideal de la metafísica es el de un mundo-sujeto, y en estos escenarios el objeto no era más que una peripecia en el camino real de la subjetividad.

Pero en el pensamiento de la seducción que se nos ofrece en la actualidad posmoderna, donde el objeto es quien seduce y el sujeto ya no desea sino en función de la seducción efectuada por el objeto, la posición del sujeto ha pasado a ser simplemente insostenible. El sujeto ya no puede interpretar su propia fragilidad o su propia muerte por la simple razón de que él mismo ha sido inventado por la historia de las Ciencias para defenderse de ellas, al mismo tiempo que las seducciones, las del destino, por ejemplo, provocarían su pérdida. Baudrillard agrega: “Nadie es capaz actualmente de asumirse a sí mismo como sujeto de poder, sujeto de saber, sujeto de la Historia.” (1997b:123).

En este sentido, podemos decir que la tan mentada fetichización de la mercancía, en la actualidad y en todas sus formas de expresión, no sólo en el arte, ha sobrepasado todo límite de la puesta en escena de la mercancía, y efectivamente ésta opera en niveles masivos como un tapón que viene a obturar el vacío, frente a un sujeto que ha renunciado a cualquier clase de resistencia sobre la primacía objetal imperante en el discurso de la posmodernidad.

En esta era, en que la emergencia de un modo de socialización y de individualización inédito rompe con todo lo instituido en los siglos XVII y XVIII, es que nos preguntamos por el sujeto. En una era que ha sido denominada del vacío (Lipovetsky, 2000), es donde el individualismo y lo que se ha llamado sociedad del narcisismo,

siguiendo las hipótesis de Lasch, aparece con una fuerza extraordinaria. En este sentido, lo que se presenta para Lasch, al igual que en Jameson, es una mutación histórica aún en curso considerando que " ... el universo de los objetos, de las imágenes, de la información y de los valores hedonistas, permisivos y psicologicistas que se le asocian, han generado una nueva forma de control de los comportamientos, a la vez que una diversificación incomparable de los modos de vida, una imprecisión sistemática de la esfera de la vida privada, de las creencias y los roles, dicho de otro modo, una nueva fase en la historia del individualismo occidental." (Lipovetsky, 2000:5).

Para no dejar de lado lo que inicia Lasch (1999), que es toda una serie de elaboraciones sobre la base de la cultura hedonista y el sujeto del placer total, diremos que su propuesta central es describir un estilo de vida decadente, una cultura del individualismo marcada por el pensamiento de la competencia que, en su declive, ha desplazado la lógica del individualismo hacia el extremo de una guerra de todos contra todos; aún más: ha desplazado la aspiración a la felicidad en el camino sin salida de la ocupación de uno mismo; ocupación narcisista.

Por otra parte, Lasch, como psicoanalista, nos recuerda que en general, tanto las teorías de la Psicología como las de la Sociología convergen en que el sujeto individual a nivel económico, social y psíquico se encuentra en una posición precaria. Esta posición no es reflejada por las teorías de la personalidad (Rogers, Skinner, Cattel, Maslow, Mitchell), porque si bien ellos tratan las patologías de la personalidad, no consideran lo social que bien es posible articular en psicoanálisis. Por otro lado, el concepto mismo de personalidad queda cuestionado y se torna cuestionable, en tanto totalidad, cuando lo que predomina en la sociedad es la desintegración. En este sentido, pensamos que una comprensión crítica de la subjetividad requiere la relación entre el sujeto y sus objetos, el lenguaje y la comunidad. Lipovetsky agrega: "A cada generación le gusta reconocerse y encontrar su identidad en una gran figura mitológica o legendaria que reinterpreta en función de los proble-

mas del momento: Edipo como emblema ejemplar... Hoy Narciso es, a los ojos de un importante número de investigadores, en especial americanos, el símbolo de nuestro tiempo (2000:49-78).

Se sostiene, en los diversos análisis que giran alrededor de la cuestión del narcisismo, que aparece un nuevo estadio del individualismo, precisamente el narcisismo, el cual 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. Después de la agitación política y cultural de los sesenta del siglo XX, sobreviene un abandono generalizado que de una manera ostensible se extiende sobre lo social, cuyo corolario es el reflujó de intereses puramente personales, independientemente de la crisis económica, social, política y ética a la cual asistimos cotidianamente, casi en el centro, pero desde lejos.

### **La atemporalidad histórica de nuestro escenario: la fragilidad del sujeto**

Lo anterior también indicará para nosotros que existe en este escenario un cambio real en la noción de temporalidad, que constituye un eje principal al momento de refelejar nuestro contexto. Considerando los antecedentes de la actualidad, el tiempo posmoderno es un tiempo siempre presente. En otras palabras, se vive sólo en el presente, sin la supuesta comprensión histórica del tiempo. Hay una pérdida de sentido de la continuidad histórica, que es característica y a su vez engendra para Lasch, la sociedad narcisita: "Hoy vivimos para nosotros mismos, sin preocuparnos por nuestras tradiciones y nuestra posteridad: el sentido histórico ha sido olvidado de la misma manera que los valores y las instituciones sociales." (Lipovetsky, 2000:51).

La autoconsciencia ha sustituido a la conciencia de clase; la conciencia narcisista sustituye la conciencia política, sustitución que no debe interpretarse como el eterno debate sobre la desviación de la lucha de clases. Esto no es lo esencial. Ante todo instrumento de

socialización, el narcisismo permite una radicalización del abandono de la esfera pública y por ello una adaptación funcional al aislamiento social, reproduciendo al mismo tiempo su estrategia. Para que el desierto social resulte viable, el Yo debe convertirse en la máxima preocupación y único protagonista de la escena hedonista. Como señala el propio Lipovetsky "... el narcisismo se constituye en una nueva tecnología de control flexible y autogestionado, socializa desocializando, pone a los individuos de acuerdo con un sistema social pulverizado, mientras glorifica el reino de la expansión del Ego puro." (2000:55).

La sociedad, según estos análisis, nos presenta un nuevo modo de organización estructural de la personalidad, a saber: la personalidad narcisista, donde el Otro no cuenta para nada, ni mucho menos determina. El Otro como polo de referencia anónima está abandonado, al igual que las instituciones y valores superiores. Se postula, entonces, un vacío existencial, una carencia afectiva, que se manifiesta en los trastornos —tan actuales, emergentes y de moda— denominados trastornos narcisistas de la personalidad: "Los desórdenes de tipo narcisista constituyen la mayor parte de los trastornos psíquicos tratados por los terapeutas, mientras que las neurosis clásicas del siglo XIX, histerias, fobias, obsesiones, sobre las que el psicoanálisis tomó cuerpo, ya no representan la forma predominante de los síntomas." (Lipovetsky, 2000:76).

Sólo nos resta especificar que de lo que se trata, en la cultura del narcisismo, es de un nuevo modo psíquico de gestionar la realidad. Realidad que se nos impone con toda su carga desestabilizante, en la cual la búsqueda de referentes resulta nula o vacía. Ante este escenario sólo le resta al individuo abandonarse a sí mismo; en otras palabras, volcarse a su cuidado, desestimando toda clase de relación social, formas de principios éticos y políticos.

En vista de esta desocialización y de la autogestión yoica, emerge la desubstancialización de las grandes figuras de la alteridad y de lo simbólico. El marasmo posmoderno es el resultado de la hipertrofia de una cultura cuyo objetivo es la negación de cualquier or-

den estable. Para Lipovetsky: "Mientras el capitalismo se desarrolló bajo la égida de la ética protestante, el orden tecno-económico y la cultura formaban un conjunto coherente, favorable a la acumulación del capital, al progreso, al orden social, pero a medida que el hedonismo se ha ido imponiendo como valor último y legitimación del capitalismo, éste ha perdido su carácter de totalidad orgánica, su consenso, su voluntad. La crisis de las sociedades modernas es ante todo cultural o espiritual." (2000: 85).

Por otra parte, la hipótesis central de Lipovetsky — quien rescata el planteamiento fundamental de Lasch y también las elaboraciones de Bell (1979)— es que en nuestro tiempo se ha generado lo que él denomina proceso de personalización, el que podemos definir como una mutación sociológica global que está en curso, y que se refiere a una combinación sinérgica de organizaciones y de significaciones, de acciones y valores, iniciada a partir de los años veinte, y que no cesa de ampliar sus efectos en la actualidad. Lipovetsky (2000) sostiene, tal y como nosotros hemos postulado, que sólo el psicoanálisis y algunas esferas artísticas se anticiparon a dicho fenómeno. Por otra parte, este proceso de personalización se encuentra caracterizado por una sobrevaloración del deseo, pero este deseo es puesto en el mercado, como hemos visto también con Baudrillard: ya no es el sujeto el que desea, sino que este deseo nace de los objetos y de su seducción.

Es precisamente el punto anterior el que nos permite decir que el Psicoanálisis estuvo antes lógicamente que la Sociología, en la explicación sobre el deseo. Como podemos recordar, es Freud (1995) y su definición del objeto de la pulsión, quien nos pone en antecedente de que no es que el deseo, el Wunsch, nazca del yo y se impulse hacia el exterior sino que más bien es la exterioridad, el campo del otro quien catectiza al yo y lo constituye como un objeto deseante, un sujeto de pulsión. De este modo, los análisis sociológicos que hoy en día se nos ofrecen tienen la particularidad de remarcar este hecho, muy bien conocido por el psicoanálisis, a saber: que el deseo y por ende la subjetividad se generan a partir del campo de la alteridad.

## El campo de la alteridad y del deseo

Siguiendo ese rumbo podemos sostener que, en la posmodernidad (el mundo marcado por la sobrevaloración de la imagen) a nadie ya le es denegado realizar (en el sentido del término anglosajón *realize*) que el deseo se genera y nace en la determinación exterior, de un exterior que nos con-forma como sujetos a su estructura, de la cual somos un efecto deseante. Freud denunciaba esta patética agonía subjetiva, anunciando que esta realidad inmanente de lo simbólico como campo constitutivo de la subjetividad en tiempo de entre guerras y consumo, es imposibilitada desde su propia configuración. En este campo es donde se viene a instalar lo imaginario como el mundo de los afectos, de las identificaciones, del amor, del odio, y es en este campo donde la realidad se nos aparece actualmente como no mediada por el sostén que el psicoanálisis propone como fundamental y a priori, ya que para Freud el campo de la garantía neurótica es explicado y vislumbrado en la función del Padre muerto, función que opera en el registro legal y simbólico.

Proponemos pensar que es precisamente esa garantía la que posibilita un límite —neuróticamente necesario— entre lo real y el sentido, entre el gozo y la razón, lo que justamente en el mundo de las imágenes queda subvertido. En esta perspectiva, la estrategia del objeto es haber suprimido la metáfora —paterna— que denuncia el límite del deseo, al prohibir el intercambio con el objeto primordial y ceder el paso al escenario del deseo de otros y múltiples objetos, en una precipitación del signo en material bruto, insensato. En otras palabras: "... la estrategia del objeto reside en confundirse con la cosa deseada" (Baudrillard, 1997b:132).

Así, el mundo de lo imaginario se presenta conteniendo lo real, ya no hay límite alguno para el sujeto, su deseo y el goce —si es que alguna vez el deseo le perteneció— que, enfrentado ante la seducción incesante del mercado y de sus objetos puestos en calidad de fetiches, queda en una posición absolutamente frágil y des-bordada. Para Lipovetsky, el consumo obliga al individuo a hacerse cargo de sí mismo, lo responsabiliza

alejándolo del mundo político y público; es un sistema de participación ineluctable que lo obliga a escoger y cambiar los elementos de su vida, con lo que la pérdida del sostén estructural simbólico es evidente: "La era del consumo desocializa a los individuos y correlativamente los socializa por la lógica de las necesidades y de la información, socialización sin contenido fuerte, socialización con movilidad." (Lipovetsky, 2000:111).

Además, nos encontramos con lo que sucede en el mercado posmoderno se refleja en la satisfacción total de la demanda y en este sentido, podemos pensar, desde el psicoanálisis para el cual el deseo es por definición incolmable, que: "... lo peor de todo es verse recompensado al nivel exacto de la demanda." (Baudrillard, 1997b:131), porque en este juego de supresión de toda mediación simbólica, el sujeto queda atrapado en el valor supremo del objeto que ya no encierra ningún valor más que el vacío. Es, por decirlo con Baudrillard, la estrategia fatal del objeto. Toda la ironía y la crueldad reside en esta forma de respuesta excesivamente objetiva, lo que deja al sujeto sin recursos e indefenso.

Frente y no en contra de nuestra alternativa, que es pensar en una subjetividad frágil y desvalida, Lipovetsky nos ofrece pensar en un mundo que superpobla de responsabilidad al individuo. Lo que desaparece es la libertad como ideal de la modernidad, pero en su lugar se nos presentan nuevos valores que apuntan al libre despliegue de la personalidad íntima, la legitimación del placer, el reconocimiento de las peticiones singulares, la modelación de las instituciones desde las aspiraciones de los individuos: "El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente (Lipovetsky, 2000:7).

La anexión cada vez más ostensible de las esferas de la vida social por el proceso de personalización y el retro-



ceso concomitante del proceso disciplinario, es lo que nos permite pensar, en el análisis de Lipovetsky, que se ha operado un cambio en lo que venía denominándose modernidad y que nos permite hablar de posmodernidad. En este sentido, la sociedad posmoderna nos indicaría un cambio de rumbo histórico de los objetivos y modalidades de la socialización:

El individualismo hedonista y personalizado se ha vuelto legítimo y ya no encuentra oposición, dicho de otro modo, la era de la revolución, del escándalo, de la esperanza futurista, inseparable del modernismo, ha concluído. La sociedad posmoderna es aquella en que reina la indiferencia de masa, donde domina el sentimiento de reiteración y estancamiento, en que la autonomía privada no se discute, donde lo nuevo se acoge como lo antiguo, donde se vanaliza la innovación, en la que el futuro no se asimila ya a un progreso ineluctable.[...] Sociedad posmoderna significa en este sentido retracción del tiempo social e individual...desencanto y monotonía de lo nuevo, cansancio de una sociedad que consiguió neutralizar en la apatía aquello en que se funda: el cambio (Lipovetsky, 2000:9).

Nos parece, por lo menos en cuanto a lo que hemos revisado, que esta definición o más bien in-definición de la sociedad como movimiento, ya sea político o ético, encuentra eco en la mayoría de los pensadores franceses de vanguardia, y el desencanto sobre el mundo, que bien fue descrito por Adorno, acontece hoy de una manera radical, y es posible de visualizar y de analizar en un sinfín de hechos de nuestra actualidad. A este respecto, no dejamos de citar uno de los éxitos de venta en Francia. Y remarcamos la palabra éxito, puesto que esta se encuentra ligada, en este contexto, a la obtención del crédito social del mercado, y es de este modo cómo el libro titulado *Sobre la televisión*, que presenta toda una crítica a la valoración del mercado, haya conseguido imponerse como un best-seller en Francia. La paradoja está en la acreditación del libro mismo, criticada por el propio Bourdieu (1997), su autor.

En dicho análisis crítico se nos muestra de una manera interesante de qué manera en la televisión, con-

siderada como uno de los medios privilegiados de comunicación de masas, la realidad es determinada por la imagen.

Para Baudrillard, la esfera de la realidad se ha tornado in-significante, en la medida en que lo real ya no se puede canjear por ningún signo:

La realidad se hace cada vez más técnica y efectiva, todo se realiza incondicionalmente, pero sin que pase a significar nada. [...] En cuanto al signo, pasa a la simulación y la especulación pura del universo virtual, el de la pantalla total, por el que planea la misma incertidumbre sobre la realidad y sobre la realidad virtual desde el momento en que se disocian. Lo real deja de tener fuerza de signo y el signo deja de tener fuerza de sentido (Baudrillard, 1999:13).

La anterior hipótesis de una realidad simulada y virtual es confirmada también por Lipovetsky y podemos decir que también por Jameson (2001), a saber, que en la apoteosis del consumo, cuestión que se extiende hasta la esfera privada, a la imagen y el devenir del ego, éste es llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización. Es lo que se nos presenta como un consumo de la propia existencia, a través de la proliferación de los mass media, del ocio, de las técnicas relacionales. El proceso de personalización genera el vacío en tecnicolor, la impresión existencial en y por la abundancia de modelos.

Podemos resumir, por el momento, que en una sociedad dominada y gobernada por los medios de comunicación de masa, el sujeto ha de resignarse a su impotencia. Los sociólogos posmodernos comienzan sus comentarios con la época clásica, con lo moderno y por último con la sociedad post-industrial o programada, o un estado gobernado por el valor de cambio. Una sociedad para la cual, como nos dice Barthes (1996), la palabra ya no tiene valor referencial, sólo tiene valor mercante, situación del sujeto. Podemos decir, asimismo, que los análisis en lo general vienen a confluír en la conclusión negativa de la dialéctica de Adorno, es decir, en la disolución del sujeto. Disolución del sujeto que



se presenta en la heterogeneidad y el debilitamiento de la autonomía, de la voluntad propia, el otro —el mercado— pasa a dirigir desde nuestros actos hasta nuestros deseos. El paso fundamental que se ha erigido en la sociedad posmoderna, rescatando la fórmula de Baudrillard en Simulacros y simulación es que hemos transitado desde signos que ocultan algo a signos que ocultan que no hay nada que ocultar.

Por otra parte, tenemos que las virtudes tradicionales y modernas de la era liberal se han transformado en puro consumo. Ya no interesan, por ejemplo, los signos de estatus tan bien salvaguardados por la burguesía, sino que los signos se han elevado a un fin en sí mismos; en otras palabras, a un hedonismo social e individual. En este sentido, podemos recordar a Goldman quien representa el desarrollo capitalista cuando a la fase liberal la sigue la fase de capitalismo avanzado donde el valor de cambio y la cosificación desplazan los valores éticos, políticos y estéticos. Desde este lugar, la fase monopolista es marcada por la desaparición del individuo, y de ahí su desenlace en la disolución posmoderna.

Nos interrogamos ahora sobre la clase de ganancia que se obtiene de dicha configuración estructural y social.

## CONCLUSIONES

Considerando lo ya descrito, es posible comprender que asistimos al momento histórico de la posmodernidad descrita como escenario virtual inmediato del sujeto. Tal escenario se sostiene en la cultura del hiperconsumo donde el objeto ha implantado una nueva realidad, que ya ha dejado de ser una ilusión y se ha vuelto más real que su propia imagen.

En segundo lugar y en consecuencia es posible señalar que es la modernidad, y sus condiciones de producción, la que ha sobretejido su propia estrategia fatal. La ilusión misma es lo real, sin mediación, sin representación, es pura pre-sentación. Porque la ilusión nos presenta un intercambio imposible, la idea de que no hay equivalente en lugar alguno y

Es decir, desde el psicoanálisis nos sentimos obligados a pensar en la clase de satisfacción que se juega en la actualidad y en la proliferación de diferentes discursos dominados por semejante constelación. A este respecto, no nos queda otra alternativa que pensar en lo que Lacan propone elaborando la noción conocida como goce. (Alemán, 2000).

Sin lugar a dudas, si hay algo que no podemos desear en el psicoanálisis es la noción y la dimensión de la pulsión. Cada cultura, cada sociedad, sea moderna o posmoderna, nos ofrece modos de visualizar la forma en cómo la pulsión se tramita; en otras palabras, cada cultura capitalista o postcapitalista administra la satisfacción de la pulsión, y en esto debemos centrar nuestra atención. Porque, tal y como lo apunta Alemán en Lacan en la razón posmoderna, si es verdad que el capitalismo ha extendido el campo de los objetos pulsionales y que el ordenador ocupa quizás el seno, no es menos cierto que tan artificial es el objeto técnico como el seno. "Para Freud no es que alguna vez el seno haya sido un objeto natural y ahora se goce artificialmente; el goce es ya un problema fronterizo entre el sentido y lo real, y por tanto, tributario del artificio." (Alemán, 2000: 27).

que no se puede canjear por nada, ésta es también la idea del simulacro: aquel que es copia sin original.

En este mundo de la primacía objetal, podemos encontrar una descripción sagaz en satisfacción subjetiva obtenida en el consumo, a saber; la sociedad que se encamina de la cultura del consumo conspicuo y elitista al consumo de masas contemporáneo, en el cual predomina el principio de pérdida y donde se nos muestra un don sin reciprocidad que es opuesto al principio de utilidad, es decir, donde se genera un gasto improductivo que intenta introducir en el orden de la economía la presencia irreductible de la actividad inútil, antieconómica, excedentaria, fuera de todo consumo productivo se asocia inevitablemente a la



apoteosis de la modernidad y su forma de consumo capitalista.

Hay en lo anterior, una propuesta operativa, ya que si las comunidades humanas admitieran como su esencia el despilfarro y el don, se podría, en forma calculada, evitar el desenlace usual al que empuja el excedente, a saber: la catástrofe bélica. Pasar de la economía restringida a la general supone, según nuestro análisis, un giro copernicano; al ceder mercancías sin contrapartidas, el don es considerado como una pérdida y destrucción parcial y, en este uso del excedente, las comunidades humanas pueden decidir y optar por un cambio de las estructuras.

La propuesta que comparto, es inducir sacrificios, destrucciones de bienes que no estén mediatizados por el funcionamiento del capital, para nosotros un imposible seductor. Se trata, en suma, de dar un paso más allá del diagnóstico freudiano, según el cual las pulsiones de cada cual y del conjunto tienen un eros —la fuerza creadora, frutiva y prefiguradora— y un tánatos —la fuerza aniquiladora—, tal y como lo han probado los movimientos sociales trágicos del fin de siglo y el espantoso espectáculo de la llamada Gran Guerra.

En lo que respecta a nuestro objetivo, rescataremos sólo una breve parte del análisis ofrecido por Bataille y otro para nuestras conclusiones, y que nos sirve para demostrar la inmanente relación entre sujeto y discurso. La tesis central de Bataille es que la economía, mediadora en el capitalismo de consumo de todas las relaciones sociales, no se puede entender en su concreción sin recurrir a nociones como gasto o pérdida. Hay, para Bataille, una intimidad fragmentada, una nueva experiencia interior que consiste en la lenta y lúcida asunción del principio de la pérdida, del despilfarro. Su tesis es que el presente muestra que en la sociedad, además de la producción, existe una actividad mucho más potente y encubierta que es la del despilfarro, es decir, el gasto suntuario e inútil. La correspondencia que Bataille establece entre esta tendencia de la cultura, en la sociedad de la acumulación y las experiencias individuales, es lo que para nosotros ofrece atractivo.

El principio de la pérdida que se opera en cualquier actividad humana no es enteramente reducible a unos procesos de producción y de conservación y el consumo debe ser dividido en dos partes distintas. La primera, reducible, está representada por el uso del mínimo necesario, para los individuos de una sociedad determinada, para la conservación de la vida y para la continuación de la actividad productiva: se trata, por lo tanto, sencillamente, de la condición fundamental de esta última. La segunda parte está representada por los gastos llamados improductivos: el lujo, los lutos, las guerras, los cultos, las construcciones de monumentos suntuarios, los juegos, los espectáculos, las artes, la actividad sexual perversa (es decir, actividad desviada de la finalidad genital), representan otras tantas actividades que, por lo menos en las condiciones primitivas tiene su fin en ellas mismas. Pero es necesario reservar el nombre de gasto a estas formas improductivas, con exclusión de todos los modos de consumo que sirven de medio a la producción (Marinas, 2001:208).

Lo interesante de esta afirmación es que se nos dice que en todas las formas de producción suntuaria se acentúa la pérdida, que debe ser lo más grande posible para que la actividad adquiera su verdadero sentido. Este principio de la pérdida, de gasto incondicional, nos pone de relieve el valor del objeto, fuera de todo valor monetario, asequible y racional. Esta realidad de la pérdida supone una forma de representación simbólica de la angustia y compromete la subjetividad por entero. De inmediato aparece el parentesco con la teoría psicoanalítica y la concatenación hacia la dimensión pulsional y estructurante de la angustia propuesta, ya en 1923, por Freud, la cual es generadora de un sinfín de patologías ligadas a la angustia.

De esta forma, concluimos que la sociedad actual, sumida en el despilfarro y en el excedente, es una sociedad que intenta re-presentar una dimensión —la del sentido— que ha quedado, por lo menos, mal parada en la sobreexaltación del objeto y su consumo desmesurado. Un mundo en el que, mediante la pérdida, es desde donde el sujeto intenta suturar su caída —ya no su proyecto— virtual, su imagen realzada sin referente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alemán, J. (2000): Lacan en la razón posmoderna. Málaga: Miguel Gómez.
- Barthes, R. (1996). Crítica y verdad. México: Siglo veintiuno.
- Bataille, G. (1982). La experiencia interior. Madrid: Taurus.
- Bataille, G. (1980). La parte maldita. Barcelona: Edhasa.
- Baudrillard, J. (1997a). La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos. Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, J. (1997b). Las estrategias fatales. Supremacía del objeto. Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, J. (1999). El intercambio imposible. Madrid: Cátedra.
- Baudrillard, J. (2000). El crimen perfecto. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (2002). Modernidad líquida. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bell, D. (1979). Les Contradictions Culturelles du Capitalisme. Paris: PUF.
- Berger, P., Luckmann T. (1968). La construcción social de la Realidad. Buenos Aires: Color Efe.
- Bourdieu, P. (1997). Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama.
- Elliot, A. (1996). Sujetos a nuestro propio y múltiple ser. Buenos Aires: Amorrortu.
- Debord, G. (2000). La sociedad del espectáculo. Madrid: Pre-textos.
- Freud, S. (1995). El Malestar en la cultura (1923). Obras Completas. Buenos Aires: Paidós.
- Freud, S. (1995). Pulsiones y destinos de pulsión. (1915). Obras Completas. Buenos Aires: Paidós.
- Hall, S. y Du Gay, P. (1996). Cuestiones de identidad cultural. Barcelona: Amorrortu.
- Jameson, F. (2001). Teoría de la posmodernidad. Madrid: Trotta.
- Lasch, C. (1999). La cultura del narcisismo. Barcelona: Andrés Bello.
- Lipovetsky, G. (2000). La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona: Anagrama.
- Marinas, J. (2001). La fábula del bazar. Orígenes de la cultura del consumo. Apunte de Bataille sobre el despilfarro. Madrid: Visor.
- Ossa, C. (1999). La pantalla delirante. Santiago de Chile: LOM.

