

Industria del miedo: estética y política de seguridad democrática en la sociedad consumidores

Fear Industry: Democratic
Security Aesthetics and Politics
in the Consumer Society

MIGUEL ÁNGEL RUIZ GARCÍA

Magíster en Filosofía por la Universidad de Antioquia; doctorando en Filosofía en la Universidad Pontificia Bolivariana. Profesor en la Facultad de Ciencias Humanas y Económicas de la Universidad Nacional de Colombia, Medellín. Integrante del grupo de investigación Producción, Circulación y Apropiación de las Ciencias y los Saberes, Procircas, categoría A, Colciencias. Medellín-Colombia. Correo electrónico: maruizg@unal.edu.co

Recibido:
3 de febrero de 2012
Aprobado:
18 de abril de 2012



Resumen

Este escrito toma en consideración la comercialización de los miedos humanos en la actual fase del capitalismo. Por industria del miedo se entiende no sólo la producción social del riesgo y la incertidumbre, sino también el aprovechamiento y la rentabilidad comercial y política que el mercado hace de la inseguridad existencial de los individuos. Para situar este postulado se propone como marco hermenéutico la diferenciación entre sociedad de productores y sociedad de consumidores, la cual permite captar la singularidad de las actuales dinámicas individualizadoras. Apuntado en esta diferenciación se muestra la conversión –la metamorfosis– del Estado social al Estado de la seguridad personal o, lo que es igual, el desmantelamiento de los seguros colectivos y el nacimiento de la privatización de la seguridad. Dado que el Estado endosa a los individuos la tarea de velar por su seguridad, el mercado de bienes de consumo encuentra aquí una tierra virgen para explorar y explotar. Existe una variedad de productos que prometen erradicar los miedos y la inseguridad de los individuos. Los remedios más populares y exitosos para calmar temporalmente el miedo y la inseguridad se dividen en dos clases: de un lado, las soluciones que ofrecen tanto las tiendas de consumo como los seguros privados de las entidades comerciales y financieras; de otro lado, los discursos y las prácticas de la seguridad democrática y la seguridad ciudadana. Ambos tipos de remedios apuntan a calmar los síntomas del miedo, pero poco interés manifiesta en la erradicación de sus raíces. Como prueba de la rentabilidad política y comercial de miedo se sugieren algunas reflexiones sobre la manera como la industria inmobiliaria diseña y publicita los espacios urbanos en función de una estética de la seguridad en la ciudad. El apoyo conceptual para este análisis proviene de los estudios que sobre los fenómenos y las dinámicas culturales contemporáneas han realizado Zygmunt Bauman, Ulrich Beck, Anthony Giddens y Robert Castel, entre otros.

Palabras clave:

Estética, consumo, política, seguridad democrática, sociología.

Abstract

This paper takes into account the commercialization of human fears in the current phase of Capitalism. By fear industry we understand not only the social production of risk and doubt, but also the commercial and political profit generated from the existential doubt of the individuals. To elaborate this postulate, a differentiation between the producer society and the consumer society is proposed as a hermeneutical frame, which allows grasping the singularity of the current individualizing dynamics. Along with this differentiation, the conversion –metamorphosis– of the Social State into the Personal Security State is shown, i.e., the dismantling of the collective safeties and the



birth of the privatization of security. Given that the State assigns the responsibility of taking care of themselves to the individuals, the market finds an unexplored mine to work. There are a huge variety of products which promise to eradicate the fears and doubts of the individuals. The most popular and successful solutions to temporary ease the fear and doubts are divided into two groups: on one hand, the solutions offered by the stores and the private insurances offered by the commercial and financial entities; on the other hand, the discourses and practices of Democratic and Civic Security. Both groups of solutions aim to ease the symptoms of fear, but never aim to eradicate the sources. As a proof of the political and commercial profitability of fear, this paper offers some views on the way the real estate industry designs and advertises urban spaces according to an aesthetic of security in the city. Our analysis is based on the researches done on contemporary cultural phenomena and dynamics by Zygmunt Bauman, Ulrich Beck, Anthony Giddens and Robert Castel, among others.

Key words:

Aesthetic, consumption, politics, democratic security, sociology.

Interrogar palabras es el destino de quien escribe.
(Saramago, 2009, p.160)

Un presupuesto elemental de la autonomía individual, entendida como la capacidad de participar reflexivamente en procesos de formación democrática de la voluntad, es la ausencia de miedo. [...] Un Estado de derecho democrático puede estar en peligro no sólo por acontecimientos del mundo exterior, por corrupción, concentración de poder o justicia de clase, también puede estarlo por la constitución interna de los propios individuos; porque si éstos desarrollan una cierta tendencia a la apatía y el desaliento, nacidos del miedo irracional, no podrán asumir las funciones de deliberación y control que la democracia prevé para ellos en su rol de ciudadanas y ciudadanos. El “miedo” es el mayor obstáculo desde el punto de vista intrapsíquico para cualquier forma de política democrática, porque impide que los individuos alcancen y ejerciten las capacidades que son irrenunciables para formar una voluntad común: si predominan los miedos irracionales no es posible desarrollar ni la capacidad de colocarse en la situación de vida de los demás ciudadanos y ciudadanas ni la facultad de revisar y eventualmente relegar los intereses propios.

(Honneth, 2009, pp. 159 y 173)

Introducción

Los estudiosos de las dinámicas y fenómenos sociales contemporáneos centran la atención en las prácticas, los ritos, los hábitos, las creencias, las representaciones y los imaginarios que configuran las biografías de los individuos y de las instituciones. Entre otros, Richard Sennett, Anthony Giddens, Ulrich Beck, Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky y Michel Maffesoli han puesto en primer plano esta manera de comprender las dinámicas de las sociedades contemporáneas. Entre unos y otros hay matices respecto al modo de entender la vida social, así como las formas y los dispositivos de composición y desarrollo de las trayectorias biográficas de las personas. No obstante la diversidad de matices en sus planteamientos, se reconoce un aire de familia tanto en el diseño de recursos metodológicos como en la dirección de la mirada en cuanto a los fenómenos que ocupan su interés. El parentesco analítico de estos estudiosos de la sociedad se reconoce en dos rasgos: primero: su interés compartido por tomarse en serio las experiencias que los individuos tienen de sí mismo y de la sociedad, interés que ha cristalizado en el énfasis que ponen en los procesos de individualización; el segundo centro de atención

está referido a la construcción de un marco conceptual que permite comprender el cruce de fuerzas y de factores desde los cuales se configuran y se reformatean las prácticas sociales y las instituciones. La articulación de ambos rasgos da lugar a dos nuevos y complejos campos de análisis: uno de ellos condensado en el concepto de “políticas de vida”, “arte de vivir” o “estética de la existencia”, que significa que son los individuos los que tienen la permanente tarea de lidiar con su biografía, es decir, de encontrar soluciones individuales a problemas ocasionados por la sociedad en la que viven. La forma edulcorada de las políticas de vida se manifiesta en el auge que actualmente están teniendo los discursos y narrativas sobre el arte de vivir o la denominada “estética de la existencia”, tanto en los textos de autoayuda y la superación personal, como en las prácticas corporales que tienen lugar en la industria cosmética y centros de acondicionamiento físico. El otro rasgo, está condensado en la noción de “sociedad de consumidores”, distinta en muchos sentidos a la categoría antecesora “Sociedad de consumo”, que adquirió su prestigio en la teoría social entre las décadas del setenta y noventa del siglo XX. La sociedad de consumidores es una sociedad de individuos.

El trasfondo o marco referencial de estos análisis ha conducido a un debate sobre el tipo de sociedad en la que vivimos. Esto quiere decir que las clásicas categorías que permitían entender el orden social y las dinámicas culturales, generalmente dirigidas al análisis del funcionamiento de las instituciones (el Estado, la familia, la escuela, el trabajo, la religión) están siendo objeto de revisión y de ajustes, pues con ellas no se acierta a comprender del todo las nuevas lógicas que configuran la vida social. En este sentido, nuevos ensayos condensados en conceptos y etiquetas se presentan como pretendientes en la comprensión e interpretación de lo que ocurre. Las categorías más acreditadas en los círculos académicos ponen de manifiesto el tránsito, a veces la convivencia y complementariedad, de dos tipos de sociedades: una, basada en el trabajo y la producción, se la identifica como sociedad diseñada con estructuras sólidas y duraderas en el tiempo, la cual ha requerido de agentes legisladores y moralizadores que justifican y sustentan el funcionamiento del orden social. La otra, una sociedad que está basada en los procesos, actividades y experiencias del consumo. Se trata de la sociedad de individuos que institucionaliza el consumo como fuente de realización, identidad, inclusión, reconocimiento, prestigio y estima social. Una ojeada a estos dos tipos de sociedad nos brinda un marco cognitivo para la interpretación de los fenómenos culturales en el presente y, en particular, para comprender la simbólica del miedo, sus usos comerciales y estéticos, así como su rentabilidad política en la sociedad de consumidores.

El desmantelamiento de la sociedad de productores

“Sociedad de productores” es un concepto que engloba la fase industrial del capitalismo, cuya fuente de la riqueza y del orden social era el trabajo humano organizado. El octogenario sociólogo francés Robert destacó la interna relación entre el desarrollo del capitalismo industrial y la formación de la sociedad salarial:

El empleo estable y protegido constituyó el basamento principal de la construcción de la solidaridad en la sociedad salarial. Es sobre la base de la pertenencia profesional donde se montaron los sistemas de protección para mutualizar la cobertura de los riesgos sociales. Para todos los asalariados, y cualquiera que fuese la posición que ocupan en la jerarquía socioprofesional, el *estatuto del empleo* forma la base de la economía de la solidaridad. La solidaridad es un componente de la ciudadanía social inscrita en el estatuto del empleo. (Castel, 2010, pp.125-126)

La sociedad de productores integra y valora a los individuos por su capacidad para trabajar. Tanto los vínculos sociales como la identidad de los individuos son producto de la organización colectiva de la producción. Conceptos como clase social, proletariado, burguesía, ricos y pobres, cultura de élite y cultura popular se asientan sobre la imagen de una división social del trabajo. El sistema de las vocaciones, las profesiones, la composición de los vínculos, las creencias religiosas y morales así como el estatuto de la ciudadanía dependen o se subordinan al sistema coordinado de la producción.

Para explicar el funcionamiento de la sociedad de productores se dijo que era una “jaula de hierro” (Weber), un panóptico (Bentham), una fábrica, una máquina, un aparato. Esta sociedad fue estudiada por quienes en ella vivieron: Kant, Hegel, Marx, Weber, Durkheim, entre otros. En diferido también ha sido reinterpretada por pensadores que vieron en la sociedad moderna el origen de profundos y decisivos cambios que aún no se han consumado: Foucault, Lyotard, Habermas, Vattimo, Bourdieu. Según haya sido la dirección de la mirada y su respectivo objeto de estudio, este tipo de sociedad se le ha reconocido de diversas maneras: capitalismo de producción (Marx), ilustración (Kant), episteme de la representación (Foucault), capitalismo industrial-fordismo (R. Sennett), primera modernidad (Giddens, Beck) modernidad sólida (Bauman), sociedad de la seguridad social (Castel).

Lo que domina en la comprensión de este orden social sólido es la confianza en el proyecto de la racionalidad (económica y política), la durabilidad de los

vínculos sociales así como la creencia de que las instituciones protegen, controlan y apoyan a los individuos en la elección y desarrollo de sus trayectorias biográficas. Como dice Bauman, la tarea de los creadores del orden social consistió en garantizar la seguridad y la protección según el diseño de puentes sólidos por los que se podía transitar: desde el punto de vista moral se diseña la ética del deber (Kant) o ética protestante (Weber); desde el punto de vista político se postula el ideal de ciudadanía republicana cuya base filosófica fue el contrato social. Como bien se encuentra documentado en la tradición de los escritos políticos y morales, las bases ideológicas de la sociedad en la modernidad sólida provinieron de la moral (tanto en su versión racionalista kantiana como en la versión empirista humana de los sentimientos) y del modelo jurídico-político del contrato político (Hobbes-Locke) o del contrato social (Rousseau). Estos andamiajes teóricos acompañaron la formación del Estado en el sentido moderno, cuya primordial tarea consistía en proteger a los individuos del infortunio, la precariedad y la inseguridad. En la conferencia *Confianza y temor en la ciudad*, presentada en el congreso *Fiducia e paura nella città* celebrado en Milán en marzo de 2004, Bauman (2009) propone la siguiente interpretación:

El Estado moderno debió enfrentarse desde el principio a la ingente labor de luchar contra el miedo. Tuvo que remendar la red de actividades asistenciales desgarrada por las revoluciones contemporáneas, y seguir reparándolas a medida que la continua modernización que promovía ese mismo Estado ejercía sobre ella un desgaste y una tensión sin fin. El desarrollo del Estado moderno condujo implacablemente a un Estado social cuyo núcleo era la protección en sentido estricto (es decir, la prevención colectiva para evitar el daño particular) y no la redistribución de la riqueza, como sostenía la creencia general. (p.10)

Como lo hizo saber Foucault en sus análisis históricos esta fase de la modernidad se caracterizó también por procesos de subjetivación –hoy decimos individualización– a través de la disciplina y los regímenes de entrenamiento, vigilancia y visibilidad. A este fin apuntaba la imagen de la organización social de la acción como un panóptico, en el cual los espacios por donde transcurre la vida de los individuos son entendidos como instituciones de encierro, entrenamiento disciplinario y vigilancia: la escuela, el cuartel, la fábrica, el hospital, el manicomio y la cárcel. La estructura sólida de estos centros es el correlato de la imagen social que los individuos tienen de la sociedad y de sus biografías. El concepto que acopia este conjunto de dispositivos que aseguran el orden, la seguridad, la protección es, según el análisis de Foucault, el de *biopolítica*. Quienes lo producen, cuidan y administran se comportan o bien como legisladores o bien como jardineros. Se trata de un entramado de técnicas, prácticas discursivas, discriminación de espacios y

de tiempos, que hacen posible no sólo el funcionamiento de las instituciones sino también la construcción de la subjetividad en todos los campos de la vida social.

Uno de los mecanismos que contribuyó a dotar de solidez el orden social de la primera modernidad fue el prejuicio de que el hombre era un menor de edad y que mediante el uso de su propia razón podía emanciparse de los grillos que lo atan a esta condición. El proceso mediante el cual el individuo se eleva por encima de su naturaleza recibió el nombre de cultura, Mayoría de edad o civilidad. A partir de Kant y Herder (siglo XVIII) y hasta Hegel (XIX) se entendió la cultura como un proceso de formación en el que el individuo asciende desde su particularidad e inmediatez natural (sus intereses, su naturaleza, sus instintos) mediante la actividad sobre sí mismo (la educación, el trabajo) hacia una generalidad concreta construida (Estado-Derecho- Moralidad-Eticidad). La secuencia familia, escuela y trabajo conformaba el trípode de las narrativas biográficas y de la ciudadanía *de jure*; sin embargo, el orden y la seguridad social dependía que el trípode contara con soportes sociales suministrados por el Estado, que a su vez administraba el capital. Fue así como la preocupación por la sanidad, la vivienda y la educación, la legislación laboral dependían de la agencia política del Estado, de ahí el nombre de “Estado de la seguridad social”. Dada la tentación, también permanente, del Estado de hacerle concesiones al capital en detrimento de la seguridad y el bienestar social de los individuos, se idearon mecanismos de solidaridad colectivos frente a la inseguridad y la vulnerabilidad, de los que ahora sólo hay leves recuerdos, como este que refiere Bauman (2009) en la citada conferencia:

[...] para luchar contra el miedo, el método que adoptó la modernidad sólida (*sociedad de productores*) tendió a sustituir los lazos naturales, irreparablemente dañados, por sus equivalentes artificiales, es decir, toda clase de asociaciones, sindicatos y agrupaciones a tiempo parcial aunque casi de dedicación continua, unificadas por actividades diarias comunes; la solidaridad ocupó el lugar de la pertenencia, erigiéndose en la principal defensa contra los avatares de una existencia cada vez más azarosa [cursiva por fuera del texto original]. (pp. 12-13)

Aunque no todos los individuos vivieran a gusto, era un modelo de sociedad imaginado que incluía las esperanzas y las utopías de los más vulnerables. Para los legisladores del orden este modelo significaba y garantizaba el equilibrio y la seguridad social.

Hay muchas pruebas empíricas del continuo desmantelamiento de estos dispositivos de protección, comenzando por la desregulación laboral, el incremento del desempleo, la privatización de la salud, el desmontaje de los sindicatos, la pér-

dida de confianza en las solidaridades asociativas y comunitarias. La constelación de fenómenos que ha producido el continuado desmontaje del Estado social ha suscitado las más variadas reacciones críticas de los analistas de la condición humana. Castel ha dado en el clavo al hablar de la *era de la desafiliación* o del *ascenso de las incertidumbres*, el sociólogo francés Bourdieu acuñó la expresión *sociedad de la precariedad*, el analista alemán Beck hizo famosa la etiqueta *sociedad del riesgo*; recientemente Lipovetsky ha optado por el rótulo *sociedad de la decepción* y Honneth por el de *sociedad del desprecio*. Una familia de conceptos que tratan de atrapar la fugacidad e intensidad de los acontecimientos que a diario instigan y atormentan la vida de los individuos, tanto la de quienes tienen la capacidad de surfear en las turbulentas aguas globales, como quienes intentan caminar en las arenas movedizas de la flexibilidad. En comparación con los fenómenos de aflicción de los individuos de la sociedad de productores, las incertidumbres de la sociedad de consumidores se intensifican ante la certeza de que la única alternativa viable es la invención de recursos individuales para enfrentar los miedos que, aunque compartidos colectivamente, cada individuo padece en solitario. Así pues, la confianza en los soportes que garantizan el equilibrio, la seguridad y la protección social se están debilitando.

Esta pérdida de confianza en lo institucional no hay que entenderla como capricho de los intelectuales o como una postura elegida de los individuos. Son las mismas instituciones las creadoras del malestar, la desafección, especialmente por la forma episódica y temporal como afilian a los individuos: contratación de servicios, desregulación laboral, en suma, privatización de las seguridades y protecciones básicas sociales son otros de los rostros que ha adquirido el celebrado capitalismo flexible. En este sentido, son las dinámicas sociales globales gobernadas por el mercado las que han ejercido presión sobre las instituciones, las creencias, las habilidades sociales, los hábitos, los ritos y las trayectorias vitales de los individuos, dando lugar a que éstas se recompongan según otros patrones y criterios de funcionamiento. Es preciso calibrar estos cambios de modo que los fenómenos singulares y locales que ocupan la atención sean apreciados como producto de encadenamientos más complejos en el orden político y económico.

A causa de estas transformaciones sociales y culturales, la discusión actual ha adquirido otros matices, hasta el punto de considerarse que estamos asistiendo a la emergencia de diferentes dispositivos tanto en el plano de los comportamientos y prácticas sociales como en el de la interpretación: Boaventura de Sousa habla de la *sociología de las ausencias* o *sociología de las emergencias*, Beck de la *sociedad del riesgo global*, Giddens de la *modernidad reflexiva*, Vargas Llosa de la *civilización del espectáculo*, Bauman de la *sociedad de espectadores*, de consumidores, de

la incertidumbre, del miedo y de los vínculos líquidos; Castel propone como instrumento de análisis el concepto de *sociedad de la inseguridad institucionalizada* o declive de la modernidad organizada; por su parte Verdú propone la noción de *capitalismo emocional*. Más recientemente Lipovetsky (2007) ha entronizado la categoría *Sociedad del hiperconsumo* como concepto clave para la comprensión de las dinámicas y de los fenómenos contemporáneos:

Es la hora en que todas las esferas de la vida social e individual se reorganizan, de un modo u otro, en conformidad con los principios del orden consumista (...) La sociedad del hiperconsumo es mucho más que la extensión infinita de la esfera de la economía política, designa el estadio en que lo no económico se reviste de la forma consumista que se globaliza [...] la figura del consumidor se advierte en todos los estratos de la vida social, se introduce en todas partes, en todos los dominios, sean económicos o extraeconómicos: se presenta como el espejo perfecto en el que se mira la nueva sociedad de individuos [...] todas las instituciones sociales están reformateadas, “revisadas y corregidas” por el turboconsumidor. [...] El tiempo de las revoluciones políticas ha concluido; ante nosotros tenemos el de la reestabilización de la cultura consumista y el de la reinención permanente del consumo y los estilos de vida. (pp.15, 120, 121, 127)

Se trata tan sólo de unas cuantas metáforas que se complementan y que son diseñadas como dispositivos para comprender el presente, a las que podrían agregarse otras. No obstante la diversidad, entre estas categorías hay un aire de familia. En cada una de ellas se reconocen unas lógicas de interacción en las que los individuos y las instituciones disponen no sólo de variados y nuevos vocabularios y discursos, sino también de nuevas condiciones “materiales” de actuación.

Ante este vasto panorama, la tarea a la que se enfrenta el pensamiento crítico es también variada y compleja. Como lo dice Beck (2002) se trata ahora de “proporcionar un nuevo marco para la reinención de la sociedad y la política [...] en el que se aborden las siguientes preguntas: ¿qué formas sociales nuevas e inesperadas están surgiendo? ¿Qué nuevas fuerzas sociales y políticas y qué nuevas líneas de conflicto emergen en el horizonte?” (p. 3). En cuanto que todo esfuerzo de la inteligencia consiste en diseñar mapas para orientarse en el mundo habitado, estas preguntas nos comprometen a todos. Una acertada respuesta necesita, como siempre se ha sabido, del ejercicio del juicio, esa especie de inteligencia práctica que combina imaginación, sensibilidad y voluntad.

En virtud de su fuerza explicativa hacemos uso de la noción sociedad de consumidores para reflexionar sobre la rentabilidad política y comercial del fenóme-

no del miedo. Entre muchas de las descripciones disponibles de la sociedad de consumidores nos orientamos por las señales que ha hecho Bauman. Aunque en un tono que no es apologético como el de Lipovetsky, Bauman ha dedicado las últimas tres décadas a pensar las consecuencias –políticas, morales y sociales– que el estilo de vida basado en el consumo tiene para la autorrealización y la convivencia entre los seres humanos. Una muestra de la desgarradora elegancia y la profundidad moral de sus apreciaciones críticas la hallamos en el libro *Mundo consumo*: “Vivimos en una sociedad global de consumidores y los patrones de comportamiento del consumidor afectan inevitablemente a todos los demás aspectos de nuestra vida, incluidos el trabajo y la vida familiar. Actualmente todos nos sentimos presionados a consumir más y, de paso, nos convertimos en mercancías de los mercados de consumo y de mano de obra” (2010, p. 89). Citando las palabras de Livingstone y Capbell, Bauman (2010a) añade:

El formato del artículo de consumo penetra en (y da nueva forma a) las dimensiones de la vida social hasta hace poco exentas de aquella lógica, hasta el punto de que la subjetividad misma pasa a ser una mercancía de compra y venta en el mercado en forma de belleza, limpieza, sinceridad y autonomía. Y como bien lo ha descrito Colin Cambell, la actividad del consumo “se ha convertido en una especie de plantilla o modelo para la manera en que los ciudadanos de las sociedades occidentales contemporáneas han acabado percibiendo todas sus actividades. Dado que el número de ámbitos de la sociedad contemporánea que han sido asimilados a un “modelo de consumidor” no ha dejado de crecer, tal vez no nos sorprenda que la metafísica subyacente del consumismo haya devenido, a través de este proceso, en una especie de filosofía por defecto para el conjunto de la vida moderna. (pp. 88-89)

Simbólica del miedo en la sociedad de consumidores

En reiteradas ocasiones, Bauman ha puesto el dedo en la llaga en su propósito de comprender las raíces sociales de los miedos experimentados individualmente. Ha dedicado numerosos escritos para narrar los factores que infligen miedo, angustia, frustración e impotencia de los actuales ciudadanos consumidores. Especialmente el libro *Miedo líquido* es una cartografía de los miedos que a diario nos asedian; un fenómeno cuyo retrato ha sido recreado en otros escritos: *Confianza y temor en la ciudad*; *Vivir con extranjeros*; *El tiempo apremia*; *44 cartas desde el mundo líquido*, entre otros. La tesis básica que orienta sus agudos análisis habla de

la siguiente manera: “El capital del miedo puede ser transformado en cualquier forma de rentabilidad, ya sea comercial o política, como así ocurre en la práctica” (2007, p. 186). Nos dejamos guiar por esta tesis para explorar el significado de la reciente marcha de los asuntos políticos, que adquirió notoriedad con el rótulo “Política de la seguridad democrática”.

La política de seguridad democrática, nombre con el que se acreditó el desarrollo y la ejecución del programa de gobierno del expresidente de la República de Colombia, Doctor Álvaro Uribe Vélez, ha sido objeto de innumerables controversias, evaluaciones y reconocimientos, tanto por la opinión pública ilustrada nacional e internacional como por las percepciones y los imaginarios del ciudadano colombiano en su vida cotidiana. Por respeto a cruzar el domino propio de los políticos de profesión, no es nuestro cometido calibrar la validez de los contenidos de la política de la seguridad democrática, ni tampoco señalar sus alcances o sus límites, sino más bien reflexionar sobre el trasfondo cultural que la ha hecho posible. Para ello, tomaremos como punto de partida elementos de las dinámicas características del mercado de consumo, el cual ha causado fenómenos que impactan la sensibilidad de los individuos, el funcionamiento de las instituciones y la composición de los vínculos humanos. Entre estos fenómenos pondremos atención en la precarización, la desregulación, la flexibilización en todos los órdenes de la vida social, cuyos efectos se aprecian en la manera como los individuos entienden sus biografías. Como rasgo singular de esta reflexión nos interesa mostrar la preeminencia que para los individuos tiene la seguridad y la protección en una sociedad de individuos gobernados por el miedo, la incertidumbre y la desprotección. Asimismo, interesa destacar que la política de seguridad democrática ha producido nuevos fenómenos que es preciso pensar de manera crítica: la visibilización de los desplazados, el incremento de las violencias domésticas y el surgimiento y reconocimiento sociocultural de la figura de la víctima. Este breve análisis que proponemos estará orientado sólo al análisis cultural.

El carácter ontológico del miedo

En unas páginas memorables de *Ser y Tiempo* (1998, pp. 164-166), Heidegger hizo saber que el miedo es un rasgo constitutivo y positivo de la existencia humana. Dicho carácter positivo estriba en que es un modo de la disposición afectiva, un modo originario de encontrarse siendo en el mundo, un modo de habitar. Sólo un ser preocupado por su existencia puede tener miedo. En el miedo el ser humano se percata de la finitud de su existencia. En el estar entregado a sí mismo, en el cuidado de su propia existencia el miedo le revela al ser humano su finitud

y sus límites. Entre el nacimiento y la muerte, es decir, en la intimidad del existir cotidiano, el miedo es el modo de manifestarse de la existencia. Según la opinión de Heidegger el miedo no es ni un sentimiento, ni un acto de la conciencia, ni un estado psicológico, ni mucho menos una sensación episódica. La característica fundamental del fenómeno del miedo es que abre a la existencia a su ser más propio en cuanto que permite el reconocimiento de su existencia compartida con otros en el mundo. El miedo está asociado al peligro y a lo amenazante y, dependiendo del grado de proximidad y factibilidad, puede generar susto, pavor, espanto, timidez, temor, ansiedad o estupor: “Todas estas modalidades del miedo como posibilidades del encontrar-se-afectivo, muestran que el ser humano, en cuanto estar-en-el-mundo, es ‘miedoso’” (Heidegger, 1998, p. 166).

Estas reflexiones fenomenológicas sobre el miedo las realizó Heidegger en el momento (1925-1927) en que la confianza en la luz de la razón empezó a declinar por efecto de la lógica misma de los acontecimientos (la Primera Guerra Mundial). Son como una voz que emerge de la desilusión y del fracaso de las promesas de la modernidad: la emancipación por la ciencia y el progreso técnico. Sin embargo, no es una voz catastrófica. En ella se confirma el cambio de percepción del estar humano en el mundo y el reconocimiento de que la existencia humana debe poder entenderse desde sí misma y para sí misma, pues los tradicionales marcos de interpretación que otorgaban suelo y arraigo han sido desmantelados: Dios, Razón, Estado, Progreso. Dado que los fundamentos que brindaban seguridad y confianza se han vuelto frágiles, la existencia insegura se expresa como un encontrarse cara a cara consigo misma. En la perspectiva fenomenológica de Heidegger, la centralidad del fenómeno del miedo significa una de las vías del esclarecimiento que la existencia hace de sí misma. Esto quiere decir, al mismo tiempo, que hacer aflorar los miedos y esforzarse por comprenderlos es una de las maneras, si no de evitarlos, al menos de controlarlos y de situar la vida humana en un plano inmanente. Es probable que Heidegger se hubiera percatado de las raíces sociales del miedo existencial, pero su objetivo filosófico era alérgico a las descripciones empíricas que la vida social le ofrecía, a pesar de ser evidentes para sus contemporáneos. Por fortuna otros pensadores han iniciado la tarea de comprender las raíces sociales del miedo justo allí donde Heidegger le dio paso al silencio.

Difusión y globalización de los miedos

Los miedos actuales no solo son diversos y variados sino también difusos y cambiantes. Circulan con rapidez por los canales culturales y los sistemas de informa-

ción y conforman una atmósfera que contagia las prácticas, los sentimientos, las creencias y los intercambios humanos. No solo son difusos, sino también difundidos, lo cual hace que muchos de ellos sean compartidos tanto a nivel local como global. Según los expertos, la dimensión planetaria del miedo tiene su origen en el acontecimiento terrorista del 11 de septiembre (S-11) de 2001. Antes también existieron acontecimientos temibles que conmocionaron los cimientos de la continuidad de la vida humana en la tierra y que encendieron las luces de alarma sobre el poder de destrucción de la inteligencia humana: Hiroshima y Nagasaki (1945), Chernobyl (1986). Pero el S-11 se revela como un acontecimiento inédito en términos políticos y culturales que da la bienvenida al siglo XXI. Desde entonces, la transnacionalización o globalización de los peligros y de las amenazas hace que, independiente de nuestra voluntad, reconozcamos que vivimos en un mundo de mutuas dependencias. Lo que este acontecimiento reveló es, de un lado, la fragilidad y vulnerabilidad de todos los sistemas de protección y de seguridad y de otro, la necesidad de diseñar dispositivos más inteligentes de seguridad que nos blinden frente a los riesgos. El tratamiento y cubrimiento mediático que se realizó del S-11 dejó enseñanzas: que ningún poder es estable en el tiempo, que la seguridad de nuestras vidas no está garantizada a largo plazo y que las amenazas son, al mismo tiempo, locales y globales. Más que la dimensión política, económica y militar, cabe señalar que el mencionado acontecimiento instituyó el miedo como una forma simbólica global que ha sido capitalizada y aprovechada tanto en el plano comercial como en el plano político. Aún sigue la incertidumbre respecto a si este acontecimiento fue o no una estrategia diseñada y premeditada por la misma inteligencia militar y política de los Estados Unidos. De lo que si tenemos certeza es que a partir de este momento el lenguaje político de la guerra tomo un nuevo aire que lo legitimó.

No es necesario detallar el inventario de fenómenos conocidos que desde entonces se difunden como amenazas (sospechas de atentados, diseminación de virus biológicos e informáticos, amenazas de crisis financieras, amenazas de despidos y reducción de personal, reforzamiento de las fronteras) ni tampoco detallar las posibles reacciones y estrategias ante el miedo. Más beneficioso es destacar su carácter difuso e incierto, así como su omnipresencia en nuestros hábitos y rutinas. Según el sociólogo polaco Bauman (2007a), los miedos

[...] pueden filtrarse por cualquier recoveco o rendija de nuestros hogares y de nuestro planeta. Pueden manar de la oscuridad de las calles o de los destellos de las pantallas de televisión; de nuestros dormitorios y de nuestras cocinas; de nuestros lugares de trabajo y del vagón del metro en el que nos desplazamos hasta ellos o en el que regresamos a nuestros hogares desde ellos; de las personas con las que nos encontramos y de aquellas que nos pasan inadvertidas; de algo que hemos ingerido

y de algo con lo que nuestros cuerpos hayan tenido contacto; de lo que llamamos “naturaleza” (proclive, como seguramente nunca antes en nuestro recuerdo, a devastar nuestros hogares y nuestros lugares de trabajo, y fuente de amenaza continua de destrucción de nuestros cuerpos por medio de la actual proliferación de terremotos, inundaciones, huracanes, deslizamientos de tierras, sequías u olas de calor); o de otras personas (propensas, como seguramente nunca antes en nuestro recuerdo, a devastar nuestros hogares y nuestros lugares de trabajo, y fuente de amenaza continua de destrucción de nuestros cuerpos por medio de la súbita abundancia actual de atrocidades terroristas, crímenes violentos, agresiones sexuales, alimentos envenenados y agua y aire contaminados). (p. 13)

En las investigaciones que sobre el miedo ha realizado, Bauman (2007a) distingue tres clases de peligros que se temen y frente a los cuales los seres humanos dirigen sus energías:

Los hay que amenazan al cuerpo y las propiedades de las personas. Otros tienen una naturaleza más general y amenazan la duración y fiabilidad del orden social del que depende la seguridad del medio de vida (la renta, el empleo) o la supervivencia (en el caso de la invalidez o de vejez). Y luego están aquellos peligros que amenazan el lugar de la persona en el mundo: su posición en la jerarquía social, su identidad (de clase, de género, étnica, religiosa) y, en líneas generales, su inmunidad a la degradación y a la exclusión sociales. (p. 12)

Estas tres clases de peligro no son nuevas. En la tradición de la filosofía moral se los conoce como las tres causas que producen aflicción entre los seres humanos por cuanto que a ellos corresponde tres clases de bienes que son la sustancia de la vida buena¹. Lo nuevo de las amenazas que causan miedo, ansiedad y angustia se puede condensar en los siguientes aspectos: son miedos fabricados socialmente y quien los experimenta se enfrenta a la tarea de resolverlos de manera individual; las clásicas instituciones (familia, escuela, trabajo, Estado), que protegían a los individuos frente a las amenazas y a los infortunios que causaban temor y sufrimiento, han ido disminuyendo el interés y la tarea de ayudar a los individuos. De manera que los miedos que prosperan y se intensifican en la actualidad no son el resultado del azar o de la mala fortuna sino que tienen raíces sociales y políticas y son el producto de cambios profundos en las dinámicas sociales. También es nueva la manera como los individuos los enfrentan: acondicionamiento del cuerpo en los gimnasios, la lectura de textos de autoayuda, la práctica de filoso-

1 Esta distinción paradigmática ha sido tratada por el Maestro Eckhart en *El Libro el consuelo divino* (1963, p. 19); Aristóteles (1998, 1095a-1095b, pp. 134-135) y Schopenhauer (1983, pp. 41-50).

fías orientales, la asistencia frecuente a los centros comerciales, supermercados y centros cosméticos, la adquisición de viviendas en urbanizaciones cerradas con dispositivos electrónicos de seguridad y vigilancia, entre otros.

En todo caso, la pareja mercado-marketing suministra remedios, promueve técnicas, alecciona y acicatea a los individuos para que encuentren en la farmacia consumista los tranquilizantes acordes a los miedos y las ansiedades o los remedios para los sufrimientos:

La economía de consumo depende de la producción de consumidores y los consumidores que hay que producir para el consumo de productos “contra el miedo” tienen que estar atemorizados y asustados, al tiempo que esperanzados de que los peligros que tanto temen puedan ser forzados a retirarse y de que ellos mismos sean capaces de obligarlos a tal cosa (con ayuda pagada de su bolsillo, claro está). (Bauman, 2007a, p.17)

El mercado está atento a controlar los síntomas, pero poca preocupación demuestra por curar las raíces de los miedos. Las soluciones elegidas por los temerosos consumidores son soluciones a la carta. Hay escasas probabilidades que los miedos compartidos propulsen el deseo de luchar hombro a hombro para crear solidaridades colectivas. En vista de tal incapacidad e impotencia, o quizá desinterés, la política, especialmente el tacto fino de los líderes carismáticos que saben de la hondura de la llaga, han encontrado en el miedo una preciosa mina para ser explorada, explotada y exportada como la materia prima a partir de la cual puede reconfigurarse el sentido de la política.

Del Estado de bienestar al Estado de la seguridad personal

Analistas de las dinámicas contemporáneas (Beck, Giddens, Castel, Lipovetsky, Sennett, Bauman) coinciden en identificar que las actuales sociedades se caracterizan por el riesgo, la inseguridad, la desprotección, la incertidumbre, la desregulación, la privatización, la flexibilidad y la ambivalencia y que estas sociedades se distinguen de la fase anterior de la sociedad moderna o primera modernidad porque en ellas los sistemas y dispositivos de protección y seguridad han sido desmantelados por el capitalismo de mercado. Esto significa cambios en la sociedad y en la composición de las biografías de las personas. En términos filosóficos se trata de la tensión entre los conceptos de primera y segunda modernidad o mo-

dernidad sólida y modernidad líquida. Desde el punto de vista de las prácticas sociales se trata del paso de la sociedad de productores a la sociedad de consumidores. En la perspectiva política tales cambios se expresan en el paso del moderno Estado social o de bienestar al Estado de la seguridad personal (Bauman, 2006; Castel, 2004). Por *Estado social* se entiende el conjunto de instituciones políticas y jurídicas que tienen la función de garantizarle a los ciudadanos las condiciones básicas para la realización de una existencia segura y decente: empleo, vivienda, educación, salud: “Un estado es “social” cuando fomenta el principio del seguro colectivo, aprobado de común acuerdo, contra los accidentes individuales y sus consecuencias” (Bauman, 2010b, p. 83). Por *Estado de la seguridad personal* se entiende la política de subsidiaridad o privatización de la seguridad: el Estado les endosa a los individuos la tarea de resolver por cuenta propia, es decir, de manera privada (según sus habilidades y recursos) el bienestar y la protección:

[...] para la mayoría de los que formamos parte de la sociedad de consumo, el Estado ha “transferido” la función de ocuparse de la subsistencia y el bienestar a los recursos y a las habilidades individuales. Disfrutar de la seguridad existencial, obtener y mantener un lugar digno en la sociedad humana y evitar la amenaza de la exclusión, son cosas que en la actualidad corren de cuenta de las capacidades y los recursos de cada individuo. (Bauman, 2010b, pp. 78 y 126)

Con el predominio de la economía sobre la política,

[...] las políticas basadas en la creación de seguros comunitarios frente al infortunio individual, que en el transcurso del pasado siglo conformaron colectivamente lo que se dio en llamar el Estado “social” (del “bienestar”) están siendo hoy retiradas, rebajadas por debajo del nivel necesario para validar y sustentar la confianza en la seguridad (...). A medida que la anterior red protectora de derechos sociales se debilita y se deja de confiar en que dure el tiempo necesario para que ofrezca un marco sólido para nuestros planes de futuro, regresa la pesadilla de la inseguridad y del miedo que el Estado social había propuesto eliminar para siempre; pero ahora nos vemos obligados a buscar remedios en otras partes. (Bauman, 2007a, pp.173 y 175)

Privatización y flexibilidad son algunas de las categorías que el credo liberal difunde como estrategias de solución individual respecto a las tareas desatendidas por el Estado. Así, “el Estado se ve obligado a desplazar el énfasis de la “protección” desde los peligros para la seguridad social hacia los peligros para la seguridad personal” (Bauman, 2007a, p. 13). Dado que el Estado no garantiza las condiciones para la seguridad social, el mercado se ha encargado de administrar soluciones a los nuevos consumidores y “los mercados, como es bien sabido, actúan en un

sentido muy distinto al de las intenciones del Estado social: el mercado prospera cuando se dan condiciones de inseguridad; saca provecho de los temores humanos y de la sensación de desamparo” (Bauman, 2007a, p.175). El Estado de la seguridad personal delega en el mercado la inventiva de diseñar soluciones que contrarresten el sentimiento de inseguridad y desprotección. Un rasgo distintivo de los individuos en las sociedades de mercado es que son considerados y tratados como consumidores, no ya como productores. Ser consumidor en una sociedad de consumidores significa que la seguridad no es una compensación lograda por la función que se cumple en la sociedad sino un producto que hay que comprar en efectivo o a crédito en el mercado. Nada garantiza que al final -realmente no hay un final- se obtenga una vida libre de infortunios. Así, la lucha por la seguridad se vuelve una batalla que hay que renovar y replantear todos los días y que cubre todos los dominios de la vida del individuo en la sociedad.

Rentabilidad comercial y política del miedo

Sobre la base de estos cambios sociales la fenomenología del miedo adquiere un interés renovado. Se trata ahora de la industria del miedo que ha sido capitalizada de dos maneras: una comercial y otra política. Bauman (2006) ha explorado la rentabilidad económica y política de la adición al miedo y de la obsesión por la seguridad de los ciudadanos actuales:

El capital del miedo a partir del cual se obtienen todos los beneficios políticos y económicos es en la práctica ilimitado [...] El mercado de consumo se alimenta del mismo capital del miedo que el Estado prometió erradicar cuando intentaba convertirse en un estado social [...] Nada vende como las medidas contra el miedo [...] cuando se trata de alimentarse de las preocupaciones y de canalizar los miedos humanos hacia los económicamente beneficiosos, la inventiva de los promotores del marketing no conoce límites. (pp.166 y 170)

Según las tres clases de miedo que se han descrito, el inventario de productos para curarlos —o más bien para mitigarlos— es variado y conocido. Están asociados con la promoción de alimentos, viviendas, sistemas de vigilancia y control, automóviles dotados *airbags*, sistemas de información, diseños urbanísticos, productos cosméticos, dietas, consejos de autoayuda, entre otros. Muchos de estos productos se venden precisamente porque el plus que ofrecen satisface la demanda de seguridad. La industria de la seguridad privada ha reactivado el consumo; “el miedo se ha convertido en el *perpetuum mobile* del mercado de consumo y, por tanto, de la economía actual” (2006, p.141).

Para hacer inteligible e ilustrar el tratamiento comercial de los miedos acogemos la metáfora de la farmacia que Bauman (2011) propuso:

En una sociedad consumista, cabe afirmar que todos los comercios y establecimientos de servicios son ante todo *farmacias*, independientemente de que se vendan o no fármacos a los clientes actuales o futuros [...] la obtención de tales *medicamentos* y su consumo son actos a los que se les atribuye la capacidad de aplazar molestias y dolores que, de otro modo, se encontrarían [...] Toda clase de molestia: no sólo la necesidad de llenar el armario o la nevera que sirve para nuestro consumo diario rutinario, o la reposición cíclica de artículos gastados, sino también el miedo de perder nuestro “valor de mercado” y quedar fuera de la “circulación social”: perder la autoestima, la popularidad, la compañía o incluso los amigos. Por habernos rezagados respecto de los temas o juegos en boga, y por haber desatendido o no haber adquirido las cosas de las que más se habla y que más interesan en nuestro entorno. (p. 80)

No solo hay un uso comercial del miedo sino que también hay unos usos políticos. La reactivación de las pasiones políticas tiene como trasfondo cultural la industria del miedo. En una época de desconfianza y apatía ante las instituciones políticas, los líderes políticos han reciclado el marketing de la seguridad, ya no social sino personal. En palabras de Bauman, “en una era en la que las grandes ideas han perdido credibilidad, el miedo a un enemigo fantasma es lo único que les queda a los políticos para mantener su poder” (Bauman, 2007a, p.192). También aquí se trata de un fenómeno global que tiene sus matices cuando se lo aprecia a escala local. Un ejemplo de la capitalización de los miedos y de la sensación de permanente vulnerabilidad la encontramos en el nacimiento de la política de seguridad democrática, eje de la campaña, el gobierno y la reelección del expresidente Álvaro Uribe Vélez, notable hijo de la globalización del miedo ocurrida en el año 2001.

La política de seguridad democrática como un remedio iatrogénico a la inseguridad personal

Con el auge mundial de la retórica de la inseguridad, se empieza a hacer un uso local de un problema global. El S-11 es el momento inaugural del afloramiento de los miedos en el sentido que adquieren carta de ciudadanía los miedos fabricados socialmente. Se globaliza el sentimiento de inseguridad y se comercializa la

impotencia ante la desprotección, no sólo como temor a ser víctima de un atentado terrorista –los casos de las Torres gemelas, el Metro de Madrid y de Londres, así lo atestiguan– sino la sensación y la conciencia de que vivimos en un mundo inseguro, incierto y desprotegido.

En el contexto colombiano, la campaña del entonces candidato presidencial estuvo precedida y alimentada por el incremento de las denominadas pescas milagrosas, los secuestros, la desregulación laboral, la privatización de la salud y los despidos masivos en las empresas. Estos fenómenos regionalizaron y democratizaron los miedos y, como se ha indicado, simultáneamente fueron y siguen siendo capitalizados de dos formas: una política y otra comercial. Desde el punto de vista comercial el auge de los seguros en todos los dominios de la vida: alimentación, vivienda, vecindario, sexualidad. Asimismo, el incremento de las cerraduras, los circuitos cerrados de televisión, los diseños urbanísticos de unidades cerradas. Desde el punto de vista de las preocupaciones individuales, el mercado y el consumo agenciaron y capitalizaron nuevos miedos: a la obesidad, a la vejez, a consumir productos vencidos, a la contaminación. En general se trata de modos concretos de la privatización de los miedos y de la seguridad que reactivaron el consumo cultural de productos, técnicas o tecnologías del yo. En suma, unas políticas de vida que han permitido reformatear la industria cultural y que han tenido efectos sobre las prácticas los hábitos, los ritos, las costumbres.

Desde el punto de vista social, la inseguridad y los miedos también han sido capitalizados, tanto a nivel global como a nivel local, por las agencias políticas. Ejemplos globales son el temor a los inmigrantes y a los refugiados en Europa; el miedo a los terroristas en Inglaterra y en Estados Unidos. La versión local la encontramos en la retórica antiterrorista que centró su atención en los narcotraficantes, la guerrilla y los paramilitares y, recientemente, en los grupos de limpieza social. Esta retórica cristaliza en la política de la seguridad democrática, que es la manera de nombrar la capitalización política del miedo y la inseguridad. Hay que recordar que el centro de la campaña electoral del Doctor Álvaro Uribe Vélez, contenida el slogan “Mano firme, corazón grande” no sólo abrió el debate sobre la seguridad democrática, sino que también le aseguró el éxito electoral y la reelección. Sobre la base del miedo y el sentimiento de inseguridad, los recursos de la Nación y los provenientes de organismos internacionales, se encaminaron a “brindar seguridad” a los “compatriotas de la amada patria”, en detrimento de la inversión en la seguridad social. La política de seguridad democrática es un modo inédito de administración política de los miedos, que cuenta con la aquiescencia de la mayoría de los ciudadanos. Esta política se materializó en incremento de la fuerza pública y se refrendó con el éxito de las operaciones militares que tanto

despliegue mediático tuvieron. También aquí se debe recordar que la traducción cultural de la política de seguridad democrática se desplegó en la forma turística “Vive Colombia Viaja por ella” y en la etiqueta comercial de productos nacionales conocida como “Colombia es mi pasión”. Es preciso enfatizar que la eficacia de estos símbolos de la preocupación por la seguridad personal sirven al mismo tiempo a dos señores: el capital y la política:

La seguridad personal se ha convertido en un atractivo muy importante, tal vez el más importante, que se ofrece al comprador en toda clase de estrategia de mercado. El orden público, reducido cada vez más a una simple promesa de seguridad personal, se ha convertido en un atractivo muy importante, tal vez el más importante, que se ofrece al votante en programas políticos y campañas electorales. El mostrar con todo lujo de detalles las amenazas a la seguridad personal se ha convertido en un recurso muy importante, tal vez el más importante, en la guerra que libran los medios de comunicación para aumentar el índice de espectadores (fomentando más el éxito de la utilización comercial y a la vez política del capital de miedo). (Bauman, 2009, p.44)

Actualmente la política de la seguridad democrática está entrando en una nueva fase. Estamos asistiendo a una regionalización de la seguridad cuyo nombre es el de la seguridad ciudadana. No es una cuestión de matices sino de cambios profundos en la cultura. De los 125 alcaldes elegidos en el Departamento de Antioquia para el periodo 2007-2011, alrededor de 70 habían incluido en sus programas de campaña electoral la preocupación por la seguridad ciudadana, lo cual indica que su éxito se puede medir por la sensibilidad que los ciudadanos tienen frente a este problema. Respecto de la seguridad democrática, que es militar y guerrillera y no social, tanto en el uso de instrumentos de control como en los dispositivos discursivos –el Ex-presidente Uribe Vélez y los altos mandos militares incluyeron en la jerga mediática de todos los días apelativos como “bandidos y terroristas”; otro hecho no menos importante fue que la retórica de la seguridad ciudadana le endosó a los ciudadanos, tanto individual como colectivamente- la tarea y la responsabilidad por la seguridad. Además de la creación de un sistema nacional de recompensas para que los ciudadanos denuncien a quienes atenten contra la seguridad, otra de las estrategias locales diseñada por la Oficina de paz –en el programa del Ex-gobernador Luis Alfredo Ramos- fue la implementación de planes de seguridad para que los ciudadanos se organicen y gestionen proyectos productivos, culturales y educativos que los blinden frente a las amenazas de los intrusos que perturban la convivencia: Atracadores, delincuentes, drogadictos, prostitutas, violadores de niños, es decir, la infraclass de los excluidos. Esta retórica esquiva por todos los medios la pregunta por las raíces sociales y políticas de

la inseguridad social y existencial, en razón de que adopta el prejuicio de que son los mismos individuos y no la precarización de las condiciones de una vida, los responsables de las patologías sociales. Para encontrar apoyo en la ciudadanía, fue necesario que el Estado aleccionara a través de los medios de comunicación una filosofía de vida basada en la discriminación, estigmatización criminalización. Quizá a esto se deba el empleo generalizado del concepto Bacrim², símbolo del tránsito de la violencia política a la violencia voluble que se experimenta en las ciudades sin fines políticos.

La interpretación institucional de esta constelación de fenómenos, que es la que habitualmente escanean los medios de comunicación, no repara en que aquí se visibiliza uno de los daños colaterales del capitalismo: la metamorfosis de la “infraclase”, que es la que paradójicamente experimenta los efectos de la inseguridad. De nuevo es Bauman (2007b) el que ofrece un retrato fidedigno:

Existe una nueva categoría de población, antes ausente del mapa mental de las divisiones sociales, que puede considerarse víctima colectiva del “daño colateral múltiple” del consumismo. En los últimos años, esta categoría ha sido definida como “infraclase” [...] El término “clase baja” evocaba la imagen de una clase que ocupaba el último peldaño de una escalera que podría ascender (con suerte y con esfuerzo) para escapar de su inferioridad. Sin embargo, el término “infraclase” remite a una imagen completamente diferente de la sociedad: presupone una sociedad que no es nada hospitalaria ni accesible para todos, una sociedad que, tal como nos lo recuerda Carl Schmitt, considera que el rasgo que define su soberanía es la prerrogativa de descartar y excluir, de dejar de lado una categoría de gente a quien se aplica la ley negándole o retirándole su aplicación. La “infraclase” evoca la imagen de un conglomerado de personas que han sido declaradas fuera de los límites en relación con todas las clases y con la propia jerarquía de clases, con pocas posibilidades y ninguna necesidad de readmisión: gente sin papel asignado, que no aportan nada a la vida de los demás y, en principio, sin posibilidad de redención. (pp. 165-166)

El discurso de la seguridad ciudadana está dando lugar a un reciclaje del viejo tema de las clases sociales. A un lado están los que pueden dotarse de los medios

2 El periodista Michael Reed (2011) advirtió la inadecuación del concepto Bacrim para etiquetar la composición voluble y flexible de grupos armados organizados que no persiguen fines políticos: “Los grupos armados organizados que todos están llamando bacrim no tienen una estructura jerárquica clásica ni todos comparten orígenes ni formas estructurantes comunes. Además, una de sus cualidades más prominentes es su naturaleza voluble y su necesidad de evolucionar. Las bacrim no son un ‘enemigo’ uniforme”.

de una vida segura; al otro, los que tienen que construirla en un combate diario con las fuerzas del mal. Las estrategias del Estado, que se han filtrado en las creencias y en las representaciones colectivas, también son variadas. Los gobiernos poco interés tienen en reeducar a los que consideran miembros de la “clase peligrosa”: a los viciosos, prostitutas, desocupados, drogadictos, violadores, población de barrios marginales que se los estigmatiza, se los discrimina, se los encierra o se los elimina, mejor dicho, se los pone fuera de circulación, con las consabidas técnicas de limpieza social. En fin, unas técnicas de criminalización que van cristalizando en creencias e imaginarios que son socialmente refrendados por la conciencia y el saber común.

En otros casos, se diseña una política pública para la movilidad social; en Medellín se discutió el proyecto de ley de los taxis rosa para proteger a las mujeres; como política nacional se aumentan las cárceles de máxima seguridad, se popularizan la vivienda de interés social, se discute la dosis personal y la pena de muerte para los violadores o abusadores sexuales, se sanciona la ley antitabaco. Estas y otras políticas de la seguridad ciudadana se ponen en función de la administración de los miedos o, mejor dicho, son los miedos experimentados y sentidos a diario, la base simbólica de las iniciativas políticas relacionadas con la seguridad pública y doméstica. A este respecto una de las plataformas políticas de la senadora Gilma Jiménez ha sido su propuesta de ley contra abusadores sexuales (Ley 2006 de 2010), así como la nueva radicación de un proyecto de ley para hacer visibles los rostros de violadores y agresores sexuales en los medios de comunicación propuesto por la senadora Alexandra Moreno Piraquive (anunciada el 7 de junio de 2012 en el Informativo del Congreso de la República de Colombia). Dos ejemplos evidentes de la rentabilidad política del miedo y de la sensibilidad ciudadana en estas materias.

Se trata, pues, de la capitalización de los miedos, una por vía del mercado y del consumo y la otra a través de una reinversión de la política. Tanto el mercado como las agencias políticas acentúan primero la sensación de inseguridad y luego ofrecen respuestas: en un caso el remedio es el consumo, en el otro son los dispositivos de seguridad estatales (la seguridad democrática) o locales (la seguridad ciudadana). Sin embargo, aunque para hacer aflorar los miedos se requiere de la industria cultural, no sabemos por qué la comprensión de las raíces sociales y políticas de esos miedos se nos escapan y quedan ocultas. O tal vez si lo sabemos, pero el miedo impide decirlo. Quizá sea la pérdida de las pequeñas y efímeras seguridades, quizá sea el temor de que al decirlo, aceche el enmudecimiento permanente, lo que influye en que nos refugiamos en las soluciones estéticas que el mercado de consumo está dispuesto, de buen gusto, a suministrarnos. Una de

estas soluciones se refiere al diseño urbanístico de las ciudades, que incluye la publicidad de proyectos inmobiliarios que prometen seguridad.

Observación sobre la estética de la seguridad en la ciudad

Puede parecer abstracta, forzada o ilógica la conexión entre el miedo y la capitalización política y comercial de la seguridad, pero hay una prueba de su cristalización en las ciudades contemporáneas. Nos referimos a la forma como la industria de la seguridad ha encarnado en las maneras de diseñar y habitar el espacio de la ciudad. La ciudad es el espacio donde confluyen las presiones de la globalización o, mejor, el territorio donde tiene su asiento la extraterritorialidad del capital. El diseño de las ciudades cada vez está más encaminado a los flujos del capital y los urbanitas organizan, modelan o configuran sus biografías según los patrones y el estilo consumista que la ciudad agencia. Movilidad de los urbanitas y movilidad del capital son criaturas gemelas del mercado. Ciudades para para la movilidad y lugares para el entretenimiento son dos aspiraciones que diseñadores y arquitectos no dejan de imaginar y de proponer en las respectivas localidades administrativas. Existe en la actualidad la tendencia a imaginar la ciudad del futuro como gran centro financiero empresarial y como un gran parque para el consumo, el turismo y el entretenimiento. Así ha quedado plasmado en el *Plan Director Medellín, Valle de Aburrá, Bio 2030*, aprobado por la administración del Alcalde Luis Alfonso Salazar en diciembre de 2011. Diseñar la ciudad según estos criterios exige una permanente labor de limpieza y desplazamiento de todo aquello que distorsiona, ensucia o desentona con la belleza y el paisaje que los urbanitas desean. No sólo el continuado esfuerzo por reubicar en las afueras de la ciudad, a través de programas de vivienda de interés social, a quienes manchan el lienzo de la ciudad dibujada, sino también la dotación cada vez mayor de sistemas inteligentes de cámaras y detección de intrusos o ciudadanos mal educados en las normas de la movilidad y del transporte.

Si comparamos con la forma de la ciudad conocida y vivida hasta hace poco, nos percatamos de la metamorfosis de la ciudad industrial, diseñada para el trabajo, con sus grandes centros de producción, a la ciudad de los centros comerciales, parques recreativos, en suma, en asilos donde refugiar el hambre consumista. Tal como están siendo diseñadas las ciudades todas las vías de transporte conducen a dichos centros. Otro de los cambios que han tenido lugar en este tránsito se refiere a la metamorfosis del espacio público, que ha dejado de ser el lugar por excelencia donde se negociaban las quejas y los bienes comunes, o al menos donde

se ponían a prueba las habilidades sociales para negociar el destino compartido; el requisito ahora para acceder a dicho espacio es la capacidad de elección de los productos que allí se exhiben, entre otros, el de mayor valor, es el mismo individuo dotado de los soportes económicos para brillar en él. El centro comercial es un espacio semi-público despolitizado de su función negociadora, lo que puede significar también que la capacidad de negociar se ha trasmutado en la capacidad de compra de artículos de consumo.

No vamos a remarcar las abundantes bondades de la ciudad y la fascinación que ejercen los “templos del consumo” (así bautizó José Saramago a los centros comerciales en la novela *La caverna*) en los urbanitas. Más bien sugerimos poner la atención en el trasfondo cultural que la acompaña, especialmente en lo atinente al fenómeno del miedo y a la industria de la seguridad. En este aspecto ha sido la mirada perspicaz de Bauman la que ha desvelado una dinámica ambivalente de la ciudad, expresada en la iluminadora frase que da título a uno de sus escritos: *Confianza y temor en la ciudad*.

La propensión al miedo y la obsesión por la seguridad se corresponden con la conversión de las ciudades en vertederos y campos de batalla. Las ciudades son vertederos de problemas de origen mundial, en este sentido las agencias políticas enfrentan la tarea de lidiar con los daños colaterales que la globalización produce: para los daños ambientales, la congestión vehicular asociada con el incremento del transporte privado y el incremento de la accidentalidad vial se diseñan medidas como el “Pico y placa” y el sistema inteligente de las “fotomultas”; para el desempleo que ocasiona la desregulación y la flexibilización se instituyen reformas laborales y medidas como el desalojo de vendedores ambulantes en el espacio público y el control de la piratería. Estos dispositivos favorecen la libre circulación del capital, de manera que quienes tienen que financiarla o cargar con sus consecuencias son los mismos individuos.

Además de ser vertederos de problemas globales, las ciudades son también campos de batalla. El fenómeno de la inseguridad urbana es la expresión de las luchas locales de los urbanitas. Desde el punto de vista de la ocupación del territorio este fenómeno ha dado lugar a la comercialización de proyectos urbanísticos centrados en la seguridad, cuya concreción se plasma -según el estrato social de sus aspirantes- en la oferta de viviendas en condominios, parcelaciones, urbanizaciones cerradas, dentro de la ciudad o fuera de la ciudad. Lo que estos proyectos ofrecen o prometen es la seguridad tanto para los bienes como la protección mental y corporal de sus habitantes. Este atractivo es ambivalente, pues al mismo tiempo que está hecho a la medida de los temerosos urbanitas que tie-

nen la capacidad económica de hacerse a estos espacios, también traza una línea fronteriza que excluye a quienes no cuentan con los soportes económicos, generalmente crediticios, para protegerse. La denominada vivienda de interés social es una solución débil que intenta brindar seguridad a este segundo grupo. Hay una muestra de que las urbanizaciones de interés social construidas en las afueras del centro administrativo y comercial de la ciudad han evidenciado que el remedio ha producido más inseguridad que la que prometían resolver. Véase como ejemplo el caso del Barrio La Aurora y la Villa Panamericana, proyectos de reubicación de los habitantes de algunas zonas de Medellín.

El éxito y la acogida de los proyectos urbanísticos basados en la seguridad no sería tal si no contara con el aditivo estético del confort y el bienestar, como efectivamente se observa en la publicidad que se suministra para promoverlos, la cual incluye la imagen de un mundo aislado, con todos los servicios disponibles para el consumo diario: senderos ecológicos, centros de acondicionamiento físico, pequeñas tiendas, paisajes frescos e imponentes desde los que mirar sin temor el caos de la ciudad, además de los dispositivos de seguridad: agentes de vigilancia en las porterías, circuitos cerrados de televisión. La señal que resalta en los anuncios inmobiliarios es el alejamiento para mantener a raya a intrusos, merodeadores o malhechores que puedan romper con la tranquilidad privada de los pobladores de estos lugares. La conjunción de estos dos fenómenos -seguridad y espacios embellecidos- ha dado lugar a una filosofía de vida que, como acertadamente lo ha hecho saber Teresa Caldeira refiriéndose a São Paulo -y que Bauman (2009) ha retomado para cartografiar los miedos en las ciudades contemporáneas- se concreta en una *estética de la seguridad*:

Una nueva estética de la seguridad preside todo tipo de construcciones, e impone una lógica sin precedentes basada en el vigilancia y el aislamiento [...] Quien se lo puede permitir adquiere un piso en una urbanización. Es como si fuera una ermita situada materialmente en el interior de la ciudad, aunque social y espiritualmente fuera de ella. Existen urbanizaciones cerradas que pretenden ser mundos aparte. La publicidad promete que en ellas es posible llevar una “vida total”, lo que supondría la posibilidad de abandonar el ambiente de la ciudad cada vez más deteriorado. Una de las características más destacadas de la urbanización es su aislamiento y lejanía de la ciudad [...] por aislamiento se entiende su separación de las personas juzgadas inferiores desde el punto de vista social, y, como no se cansan de repetir los contratistas y los agentes inmobiliarios, la clave es la seguridad, lo que significa vallas y muros alrededor del edificio, guardias jurados que vigilen las entradas a todas horas y un despliegue de instalaciones y servicios para prohibir el paso de los demás [...] Los que residen en urbanizaciones se separan con una valla del

caos y la dureza que convierte a la vida urbana en desconcertante, desagradable y vagamente amenazadora, y se recluyen en un oasis de calma y seguridad. (p. 29)

Referencias

- Alcaldía de Medellín. (2011). *Bio 2030. Plan Director Medellín, Valle de Aburrá*. Medellín: Mesa Editores.
- Aristóteles. (1998). *Ética nicomáquea*. Madrid: Gredos.
- Bauman, Z. (2006). *Europa. Una aventura inacabada*. Madrid: Losada.
- (2007a). *Miedo líquido*. Barcelona: Paidós.
- (2007b). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (2009). *Confianza y temor en la ciudad. Vivir con extranjeros*. Barcelona: Arcadia.
- (2010a). *Mundo consumo*. Barcelona: Paidós.
- (2010b). *El tiempo apremia. Conversaciones con Citlali Roviroso-Madrazo*. Barcelona: Arcadia.
- (2011). *44 cartas desde el mundo líquido*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo XXI.
- Castel, R. (2004). *La inseguridad Social. ¿Qué es estar protegido?* Buenos Aires: Manantial.
- (2010). *El ascenso de las incertidumbres. Trabajo, protecciones, estatuto del individuo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Eckhart. (1963). *El libro del consuelo divino*. Madrid: Gredos.
- Heidegger, M. (1998). *Ser y tiempo*. Santiago de Chile: Ed. Universitaria.
- Honneth, A. (2009). *Patologías de la razón. Historia y actualidad de la teoría crítica*. Madrid: Katz.
- (2011). *La sociedad del desprecio*. Madrid: Trotta.
- Lipovetsky, G. (2003). *Metamorfosis de la cultura liberal*. Barcelona: Anagrama.
- (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.
- (2008). *La sociedad de la decepción*. Barcelona: Anagrama.
- Maffesoli, M. (2005). *La transfiguración de lo político*. México: Herder.
- Reed, M. (2011, 18 de abril). Bacrim: trampa conceptual. *El Colombiano*.
- Santos, B. (2005). *El milenio huérfano. Ensayos para una nueva cultura política*. Madrid: Trotta.
- Saramago, J. (2009). *El cuaderno*. Madrid: Alfaguara.
- Schopenhauer, A. (1983). *El arte del buen vivir*. Madrid: Edaf.
- Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama.
- (2003). *El respeto*. Barcelona: Anagrama.
- Vargas, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Madrid: Alfaguara.
- Verdú, V. (2004). *El estilo del mundo*. Barcelona: Anagrama.