

CAURIENSIA, Vol. III (2008) 393-431, ISSN: 1886-4945

## LA VICTORIA DE LA POSTMODERNIDAD O “EL HOMBRE LLENO DE NADA”

BERNARDO PÉREZ ANDREO

*Instituto Teológico de Murcia O.F.M.*

### RESUMEN

La postmodernidad es la misma modernidad en la que los pilares han sido tambaleados y derruidos con el fin de que no fuesen utilizados por las víctimas de la historia para encumbrarse a su cima y trasmutar el orden de explotación y dominio. Sujeto, razón absoluta y concepto teleológico de la historia van a ser sistemáticamente *desconstruidos* con el fin de hacer ver ideológicamente su nulidad. El sujeto se tornará *homo consumptor*, el individuo consumidor de su propio consumo. La razón absoluta será *desconstruida* de manera inmisericorde. La historia será negada, finalizada, borrada, ya no hay ninguna necesidad de generar utopías y alternativas. Pero creemos que es necesario que haya salidas a esta situación postmoderna, hay que repensar o *re-escribir* la postmodernidad para levantar su principal hipoteca: las víctimas.

*Palabras Clave:* Crítica de la postmodernidad, Globalización, Metamodernidad, Postmodernidad, Transmodernidad.

### ABSTRACT

The Postmodernity is the same modernity in which the props have collapsed in order that they were not used by the victims of the history to be elevated to his top and to change the order of exploitation and domain. Subject, absolute reason and teleological concept of the history are going to be systematically *deconstructed* in order to show his nullity. The subject turns into *homo consumptor*, the individual consuming his own consumption. The absolute reason will be absolutely *deconstructed*. The history will be denied, finished, erased, already there is no need to generate utopias and alternatives. But we believe that it is necessary to propose exits to this situation, it is necessary to rethink or rewrite the Postmodernity to raise his principal mortgage: the victims.

*Key words:* Critique of the Postmodernity, Globalization, Metamodernity, Postmodernity, Transmodernity.

Creemos que la postmodernidad no es sino una dimensión de un proceso más amplio que abarca todos los ámbitos de la realidad mundial: la globalización. Dentro de este término incluimos los aspectos referentes a la economía, la ideología y los procesos sociales; dejamos para “postmodernidad”, lo que hace referencia al arte, la filosofía y la política. Uno de los pensadores que más y mejor han reflexionado, a nuestro parecer sobre esto, Zygmunt Bauman, expone de forma clara las implicaciones éticas de este proceso irreversible que llamamos globalización:

“«Globalización significa que todos dependemos unos de otros. Las distancias importan poco ahora. Lo que suceda en un lugar puede tener consecuencias mundiales [...]. Lo que hacemos (o nos abstenemos de hacer) puede influir en las condiciones de vida (o de muerte) de gente que vive en lugares que nunca visitaremos y de generaciones que no conoceremos jamás. [...] No se puede hacer nada para dar marcha atrás a la globalización. Uno puede estar «a favor» o «en contra» de esta nueva interdependencia mundial. Pero sí hay muchas cosas que dependen de nuestro consentimiento o resistencia a la equívoca forma que hasta la fecha ha adoptado la globalización. Hace sólo medio siglo, Karl Jaspers podía aún separar limpiamente la «culpa moral» (el remordimiento que sentimos cuando hacemos daño a otros seres humanos, bien por lo que hemos hecho o por lo que hemos dejado de hacer) de la «culpa metafísica» (la culpa que sentimos cuando se hace daño a un ser humano, aunque dicho daño no esté en absoluto relacionado con nuestra acción) [...].

Cuando un ser humano sufre indignidad, pobreza o dolor, no podemos tener certeza de nuestra inocencia moral. No podemos declarar que no lo sabíamos, ni estar seguros de que no hay nada que cambiar en nuestra conducta para impedir o por lo menos aliviar la suerte del que sufre”<sup>1</sup>.

La globalización es un proceso imparabile, no podemos oponernos a ella, es bueno que se produzca esta integración de los hombres, los pueblos, las culturas y las civilizaciones, el problema radica en el cómo de la globalización y no en el qué de la misma. De la misma manera que Habermas habla del inacabado proyecto de la modernidad, podríamos hablar de una globalización no acabada, construida únicamente desde una perspectiva economicista en versión capitalista, pero no desde una vertiente humana. La globalización implica que el hombre es radicalmente *culpable* de todo lo que sucede en el mundo entero. Antes, podíamos refugiarnos en la excusa del “no lo sabía; qué puedo yo hacer”, pero hoy esto ya no es posible, hemos quedado a la intemperie, ya no podemos escu-

1 Z. BAUMAN, “El desafío ético de la globalización”, en *El País*, 20 de Julio de 2001.

darnos en nuestra ignorancia o nuestra *inutilidad*. La culpabilidad metafísica de la que habla Jaspers se ha tornado culpabilidad moral. No hay forma de saber que no somos responsables, siempre hay algo en nuestra conducta o acciones que puede cambiarse para aliviar el sufrimiento de los excluidos de la globalización. Hoy se ha hecho verdad global la frase de Márkel, el hermano del stárets Zosima: "cada uno de nosotros es culpable de todo ante todos, y yo más que nadie"<sup>2</sup>. Esto es lo que más podemos admirar de la globalización postmoderna: nos pone ante los ojos el sufrimiento de todos nuestros hermanos, sufrimiento ante el que no podemos pasar de largo como en la parábola evangélica, hemos de *hacernos prójimos* de los que sufren, y la mejor manera es acabar con el sistema que provoca el sufrimiento y generar la esperanza de que *otro mundo es posible*. Esta será la buena noticia para los 4.500 millones de pobres de la tierra de los que es el Reino de Dios, según el propio Jesús de Nazaret.

Tres pasos vamos a dar, que coinciden con los tres elementos de la modernidad con los que acaba la postmodernidad: la razón debilitada y reducida a técnica reproductiva del consumismo global; el sujeto transformado en *homo consumptor*; y la historia hecha pedazos en mil historias que no portan sentido al hombre y su vida. A continuación intentaremos analizar dos propuestas alternativas como vías de salida de la postmodernidad.

## I. LA MODERNIDAD LÍQUIDA

La postmodernidad no puede ser entendida como una época autónoma, el *post* ya nos indica una relación, aunque sea de tipo causal-temporal. Hemos de percatarnos que nadie ha dado una definición de estos tiempos que ya no son meramente modernos, sin hacer referencia a su relación con ellos. Cualquier calificativo de los tiempos actuales debe incluir, forzosamente, el término "modernidad", ello debido a la unidad de cuestiones fundamentales que atraviesan las dos épocas, entre ellas, la problemática de la racionalidad, una o múltiple; la cuestión del sentido histórico y social; la legitimación de los relatos históricos o meta-relatos; la emancipación, el individualismo y la solidaridad; el sujeto, el progreso y la secularización... estos y otros más son los temas que unen a ambas épocas.

Algunos han querido ver lo postmoderno reducido a uno de los ámbitos en los que se desarrolla, sea el arte, la técnica o el saber. Así es el caso de Lyotard, quien entiende lo postmoderno como lo moderno que extrae los contenidos

2 F. M. DOSTOIEVSKI, *Los hermanos Karamázov*, Madrid, Cátedra, 1992, 457.

reprimidos por la modernidad en la obra de arte y en los saberes. A la pregunta ¿qué es lo postmoderno?, responde:

“El postmodernismo así entendido no es el fin del modernismo sino su estado naciente, y este estado es constante. [...] Lo postmoderno sería aquello que aleja lo impresentable en lo moderno y en la representación misma; aquello que se niega a la consolación de las formas bellas, al consenso de un gusto que permitiría experimentar en común la nostalgia de lo imposible”<sup>3</sup>.

La postmodernidad ha sacado a la luz aquellos elementos cohibidos en la modernidad, la fealdad de las formas y la patentización de la imposibilidad nostálgica de la utopía. Esto siempre estuvo inscrito en la modernidad, pero como en un palimpsesto en el que se hubiera reescrito el mismo relato una y otra vez, con el fin de llegar a su madurez pero con la impotencia de no alcanzarlo nunca, de ahí el *malestar en la postmodernidad*<sup>4</sup>. Aunque quizás estas palabras no cuadren en el discurso de Lyotard, las hemos tomado con el fin de *re-escribir* su sentido. Nosotros pensamos que la reescritura constante que hace la postmodernidad de la modernidad tiene un fin predeterminado de minar las bases mismas de la modernidad para que no se pueda establecer ningún discurso coherente contra la única *escritura* permitida: el discurso único neoliberal. La intención es diluir la modernidad, volverla líquida<sup>5</sup>, romper los lazos sociales, nacionales e ideológicos; de esta manera se obtiene una sociedad transparente en la que la razón humana solo puede ser una mera reproducción técnica del mercado de consumo, con lo cual la “condición postmoderna” es la “condición del saber en las sociedades más desarrolladas”<sup>6</sup>, es decir, la condición del saber reducir todo a términos de dominio del mercado.

## 1. LA DIALÉCTICA DISOLUTIVA DE LA MODERNIDAD

En los últimos cuarenta años se ha producido un movimiento que, iniciado en las artes a partir del Pop Art, se ha extendido a todos los ámbitos de la realidad. Este movimiento lleva a cabo una sistemática ruptura de los elementos que han constituido la modernidad y que la han caracterizado hasta el siglo XX<sup>7</sup>.

3 J. -F. LYOTARD, *La posmodernidad (explicada a los niños)*, Barcelona, Gedisa, 2003, 23,25.

4 Cf., J. -F. LYOTARD, “Reescribir la modernidad”, en *Revista de Occidente*, 66 (1986).

5 Z. BAUMAN, *Modernidad líquida*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006.

6 J.-F. LYOTARD, *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*, Madrid, Cátedra, 2000, 9.

7 El documento fundacional del movimiento pop es la carta de Richard Hamilton del 16 enero de 1957 en la que escribe que el arte pop es “Popular (destinado a un público de masas), Transitorio (solución a corto plazo), Prescindible (fácil de olvidar), de Bajo Costo, de Producción Masiva, Joven (destinado a la Juventud), Ingenioso, Sexy, Artificioso, Atractivo, Gran Negocio...”, citado en D. BELL, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza, 1982, 79 nota 26.

Como hemos dicho, lo postmoderno no es algo novedoso sino que ha nacido de la misma entraña de la modernidad, como su hijo, pero un hijo que le ha vencido, como Zeus venció a su padre Cronos, tras salvarse de ser devorado, con la ayuda astuta de su madre.

El momento postmoderno destruye o desconstruye todo lo que la modernidad ha llevado a cabo sin dejar nada sobre lo que sustentarse, por tanto, únicamente queda el vértigo de un vacío absoluto. Wellmer nos ilumina con un finísimo argumento:

“El momento postmoderno es una especie de explosión de la *episteme* moderna en el que la razón y su sujeto —como detentador de la «unidad» y la «totalidad»— vuelan en pedazos. Si se mira con más detenimiento, ciertamente se trata de un movimiento de destrucción —o desconstrucción— del cogito, de la racionalidad totalizadora”<sup>8</sup>.

Cogito moderno y su *episteme* son, sistemáticamente desconstruidos desde dentro. La imagen adecuada no es tanto la del hijo que nace y se rebela contra sus padres, como la del *alien* que sale de las entrañas mismas de la modernidad, destruyéndola<sup>9</sup>. La misma razón moderna ha sido utilizada para la destrucción de las grandes creaciones de la modernidad. Ya no va a ser posible la construcción de la realidad social mediante la razón absoluta, ella misma se declarará impotente para cumplir con su mandato. A la vez, el sujeto moderno quedará desprovisto de su herramienta, con lo cual dejará de ser el Prometeo vencedor del mundo y de los dioses. La técnica y el fuego se tornarán apariencias sin consistencia real para ser utilizadas.

La intención durante la postmodernidad por parte de las fuerzas fácticas que la han provocado desde el poder financiero que gobierna la globalización, ha sido que nadie pueda apelar a la razón ni al sujeto creador para proponer algo diferente al proyecto global que se ha generado. Si no hay razón que piense y cree una realidad alternativa, no habrá posibilidad para la misma, y la historia tenderá a repetirse inexorablemente. La lógica política, social e histórica que funciona en la modernidad ha dado como resultado Auschwitz, pero antes también *la destrucción de las indias* y hoy las matanzas en la zona de los Grandes Lagos en África por el control del coltán. Es una lógica histórica que niega la humanidad de los hombres concretos en aras del Hombre Nuevo

8 A. WELLMER, *Sobre la dialéctica de modernidad y postmodernidad. La crítica de la razón después de Adorno*, Madrid, A. Machado Libros, 2004, 51.

9 Nos referimos a la película de Ridley Scott, *Alien, el octavo pasajero*, de 1979. En ella, una nave espacial recibe un mensaje de socorro, a su llegada encuentra todos los pasajeros muertos en la nave auxiliada y unos extraños huevos de los que sale un ser que ataca a la tripulación, se introduce dentro de los tripulantes matándolos desde dentro. Algo así ha realizado la postmodernidad con la modernidad.

u Hombre Verdadero fruto del progreso, el desarrollo y la técnica actual. Esta misma lógica –léase razón– es la que, para extenderse en los momentos finales de la modernidad, ha debido liquidar los elementos que la empujaron, de modo que las víctimas de la historia quedaran sin las herramientas que posibilitarían su restitución histórica, el nacimiento de alternativas reales al sistema. Bauman entiende que la modernidad se ha hecho consciente de sí misma en la postmodernidad y ello le ha llevado a la patentización de lo que estaba ocultando el proceso moderno:

“La postmodernidad se puede concebir como una modernidad consciente de su verdadera naturaleza: *modernidad para sí*. Los rasgos más notables de la condición postmoderna –pluralismo institucionalizado, variedad, contingencia y ambivalencia– han sido producidos por la sociedad moderna en cantidades cada vez mayores; [...] la condición postmoderna se puede describir, por un lado, como una modernidad emancipada de una conciencia falsa; por otro, como un nuevo tipo de condición social marcada por la abierta institucionalización de las características que la modernidad –en sus proyectos y prácticas directivas– se propuso eliminar y, al no conseguirlo, intentó ocultar”<sup>10</sup>.

Lo que para Bauman es *una emancipación de una falsa conciencia*, para nosotros es la conciencia plena de una verdadera necesidad. Los elementos que cita como *residuos* del proceso moderno, residuos no queridos y reprimidos pero latentes, son, en realidad, la condición necesaria del triunfo actual del mismo proceso que lleva cinco siglos –en realidad veinticinco– sin dejar de producirse lenta pero inexorablemente, como Hegel sabía muy bien. El Espíritu absoluto, Europa, o la Modernidad, todos ellos términos sinónimos, se están desarrollando desde el inicio de los grandes imperios que coinciden con el auge de Grecia y Roma.

No es casualidad que durante los años setentas y ochentas naciera en los medios académicos oficiales europeos y americanos un proyecto filosófico, social y político que se dedica a una crítica sistemática de los fundamentos de la modernidad con el fin manifiesto de re-escribir la historia, de repensar la modernidad, de desconstruir la filosofía. Vattimo, Lyotard... son algunos nombres, pero el intento es un órdago muy poderoso lanzado desde una supuesta izquierda al proyecto crítico formulado desde la misma izquierda. Estos autores, que venían del mundo progresista universitario, hacen la cama perfectamente al orden neoliberal que se está gestando al proporcionarles las armas necesarias para desacreditar las críticas alternativas a la construcción racional de la sociedad postmoderna que nace en los ochenta.

10 Z. BAUMAN, *Intimations of Postmodernity*, Londres/New York, Routledge, 1992, 187-188.

Lemas tales como que la historia se ha roto en mil historias y los grandes relatos han muerto; como que el hombre es una *invención* moderna, como que la razón absoluta no puede dar *razón* del pluralismo radical, han venido como anillo al dedo para los ideólogos de la globalización. Sólo han tenido que decir: "veis como no es posible cambiar la historia, simplemente, la historia no existe, por tanto, dejadnos a nosotros organizarla y vosotros dedicaos a vivir de las sobras que os dejemos". Los intelectuales estipendiados por el sistema han trabajado, queriéndolo o no, para él. La misma posibilidad de las alternativas ha quedado sin padres que la guíen y ha tenido necesidad de encontrar en las fuentes críticas de la modernidad sus raíces.

La disolución de la modernidad se ha producido en todos los niveles necesarios para que el proceso de fondo se mantuviera incólume. Lo que no ha cambiado ha sido el proceso de apropiación de la riqueza mundial por parte de algunos pocos mientras la inmensa mayoría sigue en la miseria o la pobreza. Las víctimas se multiplican mientras los *beneficiarios* siguen siendo los mismos: una minoría del cinco por ciento mundial. Veamos ahora cómo ha sido necesario romper la estructura social moderna, que en sí tenía tintes proféticos de ruptura del orden que se había manifestado en las décadas siguientes a la segunda guerra mundial. La desaparición de estas posibilidades vino de la mano de la aparición de una nueva conciencia social, de una transparencia de lo social iniciada por los *mass media*, y hoy culminada con internet y la sociedad de la información y el mercado global.

## 2. LA TRANSPARENCIA SOCIAL

La disolución de la modernidad ha venido de la mano de una cierta transparencia social. Las opacidades de la modernidad se han diluido y nos encontramos ante la imposibilidad de la vida sin *publicidad*<sup>11</sup>. Esta idea fue propuesta por Vattimo y ha venido a resultar definitoria de una época y un modo de ser<sup>12</sup>. Según Vattimo, el advenimiento de la postmodernidad tiene que ver con una cierta imposibilidad de hablar de la historia. La historia como tal ha dejado de existir, el discurso se ha roto, o mejor, se ha despedazado, y los miles de trozos desgajados conforman la pluralidad de voces que crean una nueva época. Los metarrelatos han dejado de tener efectividad, solo quedan microrrelatos que no

11 Según el diccionario de la Academia francesa en su primera aparición de la palabra en 1694, la publicidad "dícese de un crimen cometido a la vista de todos", citado en D. QUESSADA, *La era del siervo señor. La filosofía, la publicidad y el control de la opinión*, Barcelona, Tusquets, 2006, 29. Esta primera definición nos puede poner en la pista de una posible *genealogía* de la publicidad que, en todo caso, no es el lugar de abordar. Quede para otra ocasión.

12 G. VATTIMO, *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1996.

pueden otorgar sentido al hombre pero que le permiten *ir tirando* en un mundo que ya no tiene un cielo protector. Junto al fin de la historia en tanto que único relato posible que otorga sentido, Vattimo remarca otro elemento fundamental para el nacimiento de la postmodernidad, “se trata del advenimiento de la sociedad de la comunicación”<sup>13</sup>.

El nacimiento de la sociedad postmoderna está relacionado directamente con el surgimiento de los *mass media*, pero estos no consiguen que la sociedad sea más transparente y rompa las opacidades, sino que estas quedan veladas por una cortina en la que se dibuja la realidad, como en la escena final del *Show de Truman*, donde el personaje que ha vivido una ficción como realidad, se acerca a la línea del horizonte y descubre que era una cortina pintada, tras ella se encuentra la *verdadera* realidad.

La inundación diaria de los medios de comunicación ha permitido que llegara a darse la disolución de los grandes relatos. Las lógicas del sentido modernas han sido destronadas y en su lugar se han colocado las múltiples y variadas posibilidades de ver el mundo, o lo que es lo mismo, el mundo se ha hecho plural, porque si el mundo moderno es el que nació del sujeto moderno y este sujeto se ha pluralizado, su mundo, igualmente se ha hecho plural. En lugar de darse la situación hegeliana por excelencia, un Gran Hermano orweliano, es decir, la perfecta autoconciencia de toda la humanidad por simultaneidad de lo que acontece (la historia y el hombre), lo que se ha producido ha sido una multiplicidad autorreproducida. Los *mass media*, en su pluralidad, nos muestran la misma imagen una y otra vez, no cambia nada, nada es diferente, únicamente hay más repeticiones de lo mismo. Con ello se genera la idea en el hombre postmoderno de que la realidad es plural y, peor aún, de que él es libre. Pero ni lo uno ni lo otro.

La libertad de la sociedad postmoderna, reside en la aceptación de la pluralidad de imágenes, mil veces copiadas, de lo mismo. La reproducción técnica perfecta ha permitido el mayor *comunismo* en el más salvaje capitalismo. Ahora sí que somos todos iguales, todos vemos los mismos programas, aunque estos sean emitidos por cadenas con distinto nombre; todos consumimos los mismos productos; todos tenemos las mismas ideas sobre cosas parecidas. El mundo postmoderno no se ha hecho más libre, más emancipado, por el contrario, lo que sí es más libre es la capacidad que tiene el capital de correr. La sociedad transparente ha perdido el sentido de la realidad al multiplicar las imágenes del mundo, y esto no nos ha hecho más libres sino más manipulables. No estamos de acuerdo con Vattimo cuando afirma que la pérdida de la realidad “quizá no

13 *Ib.*, 77.

sea una gran pérdida"<sup>14</sup>. Sí es una gran pérdida cuando de ello depende que el hombre sea verdaderamente hombre y no un mero consumidor de las imágenes creadas por el mundo *fantasmático* de los *mas media*, como muy bien nos propone en un texto adyacente al anterior:

“Por una especie de lógica interna, el mundo de los objetos medidos y manipulados por la ciencia-técnica (el mundo de lo *real* según la metafísica) se ha convertido en el mundo de las mercancías, de las imágenes, en el mundo fantasmático de los *mass media*”<sup>15</sup>.

En la sociedad postmoderna se ha producido un trueque. En él, la razón científica moderna, productora de la realidad del sujeto pensante, ha perdido su capacidad para producir una realidad más allá de la mera mercantilización de los productos. Todo se ha tornado objeto de consumo, es decir, mercancía, y esta una imagen, un *logo* que nos vende una forma de vida y una imagen del mundo. Los publicistas lo saben muy bien, la intención no es vender un producto, la intención es conseguir nuestro capital –físico, financiero o humano–, para ello se nos debe hacer vivir de una determinada manera que nos lleva a un tipo de consumo y unos determinados modelos vitales, es lo que se resume en el *logo* de una marca<sup>16</sup>.

La sociedad se ha transparentizado en los *logos* que las marcas nos venden para obtener nuestros *recursos humanos*, y esta situación de transparencia social ha vuelto a remitizar la vida social. La modernidad nació con un proyecto desmitizador debajo del brazo que llevó a la *ilustración* de todas las oscuridades, el hombre debía hacer uso de su razón y con ella crear su propia realidad. No podía permitirse creer mitos y concepciones del mundo dogmáticas, eso pertenecía a épocas pasadas, ya sean míticas o metafísicas, según Comte. Ahora se trataba de ser científicos y crear nuestra propia realidad. Pero la postmodernidad rompió con el proceso desmitizador<sup>17</sup> y recuperó la necesidad de los mitos, los recuperó como historias, como una pluralidad de historias. Cada cual puede tener su historia verdadera, su mito fundador, y todos ellos son igualmente válidos.

Esta remitización de la postmodernidad no pasó desapercibida para los *mass media* ni para sus grandes gurúes, los publicistas. Las grandes corporaciones industriales pronto comprendieron que la sociedad necesitaba mitos en

14 *Ib.*, 83.

15 *Ib.*, 83.

16 Cf. N. KLEIN, *No Logo, El poder de las marcas*, Barcelona, Paidós, 2001.

17 Dice Vattimo que “el momento de la desmitificación de la desmitificación puede considerarse como el momento en que justa y propiamente se pasa de lo moderno a lo postmoderno”, Cf., GIANNI VATTIMO, “La sociedad”, *o. c.*, 131.

los que creer y que dieran sentido al ser humano. El hombre no puede vivir sin sentido, por mucho que no lo quiera creer Vattimo, y ese sentido lo buscará en la verdad o en su apariencia, como es el caso de las marcas. Éstas, han dado con la clave para vender mejor y obtener las mayores ganancias: vender una imagen del mundo, una forma de vida, una *realidad* y su sentido. Dado que la imagen es la realidad en la postmodernidad, vender una imagen es crear una realidad. El hombre postmoderno ha sido creado a imagen y semejanza de las marcas de las grandes corporaciones industriales. La postmodernidad tiene una gran relación con el mercado capitalista de consumo.

### 3. POSTMODERNIDAD: *MASS MEDIA* Y MERCADO

La sociedad postmoderna, si aún se puede llamar sociedad a un conjunto de individuos a los que une una realidad virtual, se caracteriza por la extensión de la mercantilización a todas las relaciones humanas. Todo en este conglomerado se torna valor mercantil. El colmo de este proceso está representado por la salida a bolsa de los derechos de contaminación que tienen los países firmantes del protocolo de Kioto. Las empresas que adquieren derechos de contaminación, medidos en toneladas cúbicas, pueden, libremente según las leyes del mercado, venderlos a terceros y obtener un beneficio. El proceso ha llegado al *sumum* una vez que esos derechos cotizan en bolsa, o lo que es lo mismo, el derecho a contaminar y destruir el planeta también reporta beneficios al sistema. Como decimos, el colmo<sup>18</sup>.

La virtualidad de las relaciones sociales está determinada por el nacimiento de la red de redes o internet. Este hecho ha cambiado muchas cosas en la sociedad, hasta el punto que la postmodernidad ha sido definida como *sociedad de la información* o *sociedad red*<sup>19</sup>. Una sociedad marcada por el nacimiento

18 Cf. *El País, Negocios*, Domingo 18 de Junio de 2006. En este artículo se nos informa que el primer año en que ha funcionado el mercado europeo de CO<sub>2</sub>, 2005, se han intercambiado 300 millones de derechos (cada uno de una tonelada) valorados en más de 6000 millones de euros. Las expectativas para 2010 son de más de 200.000 millones de euros, teniendo en cuenta que entra la segunda fase del protocolo y que la mayoría de países no cumple con los límites y deberá adquirir más derechos de contaminación. España ya ha negociado la compra de 50 millones de toneladas a países que no lo van a necesitar. Se entiende que los países subdesarrollados que han firmado el protocolo de Kioto y tiene unos derechos de emisión pueden venderlos y obtener un beneficio, pero aquí se plantea el núcleo perverso del capitalismo: el mismo protocolo de Kioto que se ha establecido para hacer viable la vida en el planeta tierra en el futuro, supuestamente, se revela ahora como lo que es en realidad, un instrumento de los desarrollados para asegurar que ellos sí van a seguir desarrollándose y, por tanto, contaminando, mientras que los subdesarrollados, empujados por la necesidad o por la codicia de los gobernantes sin escrúpulos, verán constreñido su desarrollo. Si estos países quisieran contaminar ya no podrían al haber vendido sus derechos, si lo hicieran serían gravemente sancionados.

19 M. CASTELLS, *La era de la información: economía sociedad y cultura. I La sociedad red*, Madrid, Alianza, 1999.

recientemente de una herramienta potentísima para bien o para mal. Todos hemos comprobado los efectos positivos de la red de redes nacida a partir del proyecto del ejército americano para unir sus ordenadores en caso de ataque nuclear de la URSS, ARPANET. La velocidad a la que corre la información, la ingente cantidad de la misma y la variedad, permiten a quien disponga de las capacidades adecuadas, obtener un pensamiento holístico y global como nunca se había conseguido. Pero, por lo mismo, también permiten un mayor control de los seres humanos y una mayor capacidad de desintegración social.

Uno de los ejemplos que más caracterizan la red es el ofrecimiento de la intimidad personal veinticuatro horas al día mediante las webcam instaladas en los hogares. Algunos han llegado a instalar el *ojo* emisor en lugares tan inverosímiles como el fondo del wáter para hacer público y notorio lo que es *más humano*<sup>20</sup>. La libertad de la red llega a extremos insospechados de mal gusto, pero también de perversión y utilización.

La postmodernidad tiene su característica social principal en la utilización de los medios de comunicación como controladores sociales del discurso narrativo e ideológico. Con ello se consigue reconducir a los individuos hacia una consideración de lo social como una pléyade de discursos y de posibilidades en las que ellos son *escogedores*. Se crea la ilusión de la libertad de elección. Se identifica libertad con libertad de elección y a continuación se crea la ilusión de las distintas posibilidades realmente diferentes. Puedes elegir entre ver esta cadena o aquellas otras, hay cientos; puedes elegir entre veranear en este sitio o en aquel; puedes elegir entre comprar este producto o aquel. La perversión de esta ilusión radica en el cierre del discurso real, al crear innúmeras posibilidades lo que se produce es desorientación y pérdida de realidad. En verdad, todas las cadenas emiten lo mismo, únicamente cambia la gama de colores que se intensifica, como vemos en este país, un canal potencia la gama del rojo, otro del azul, otro los grises, otro los verdes, así se identifican con sus amos económicos. En verdad, todos los productos son el mismo producto, y todas las posibilidades la única posibilidad de ser un objeto consumidor y consumido.

Esto se ha logrado mediante la desaparición gradual del lugar físico del mercado y la tendencia a la identificación de la mercancía con su imagen, dándose lugar a "una *simbiosis* entre el mercado y los *media*"<sup>21</sup>. Las fronteras entre lo uno y lo otro quedan difuminadas y se pretende crear una imagen de mercado

20 Hay que notar que el nacimiento del ser humano, evolutivamente, coincide con la problematización de las heces. El animal se caracteriza por no tener ningún problema con el lugar y el como de la deposición. Sin embargo, el hombre es el animal que problematiza sus deposiciones, en el fondo porque expresan algo íntimo. La postmodernidad empieza a desandar el camino cuando lo que debe ser íntimo sale a la luz pública; al contrario, lo que debe ser público se esconde.

21 F. JAMESON, *Teoría de la postmodernidad*, Madrid, 2001, Trotta, 214.

que unifica el producto, el medio y la empresa. Ya no hay límites en la venta, el mercado se ha hecho omnipresente. Lo vemos claramente cuando nos venden, incluso en las noticias, la publicidad de algún producto. Se inserta como un subtítulo o se da un flash de pocos segundos. Incluso se utiliza la publicidad indirecta mediante el uso de los productos en la misma producción televisiva, por ejemplo cuando en una serie los personajes consumen tal producto en su desayuno o visten tal ropa.

Los productos se difunden a través del espacio y del tiempo de los segmentos de entretenimiento de los *media*, como parte de su contenido, llegando a no estar muy claro donde ha concluido el espacio televisivo y donde comienza el anuncio; la confusión entre publicidad y discurso narrativo, entre mercado y sociedad, entre hombre y producto, ha llegado a ser total, más aún con la llegada de la tecnología de la red. Según Jameson debemos plantear otro tipo de consumo:

“Por tanto, debemos plantear otro tipo de consumo: el consumo del propio proceso de consumo, por encima y más allá de su contenido y de los productos comerciales inmediatos. Es necesario hablar de cómo la maquinaria ofrece una especie de prima tecnológica de placer que, por decirlo así, se recrea simbólicamente y es devorada de modo ritual en cada sesión de consumo mediático oficial”<sup>22</sup>.

Hemos llegado al *sumum* del proceso, cuando el proceso de consumo se consume a sí mismo. El individuo no consume productos sino que consume consumo, llega a identificarse con el producto, la marca, la imagen, la historia y la realidad creada a su alrededor. Este individuo ya no es un ser humano sino un apéndice del proceso de mercantilización global por la imagen social desconstruida. Esto se ha logrado con la publicidad que pasó de ser una mera información de las virtudes del producto a ser una verdadera narración creadora de sentido. Los procesos narrativos de la postmodernidad se han convertido en mercancías. Las marcas publicitarias asocian a su producto una forma de vida y de ser.

Al principio, el papel de la publicidad consistía en *informar* sobre el producto, pero pronto pasó a construir una imagen relacionada con la versión de los productos que se fabricaban bajo una marca determinada. La primera tarea para la creación de una marca consiste en encontrar nombres adecuados para artículos genéricos, como el yogurt, los cereales, el jabón. Todos los de cierta edad hemos crecido comiendo *danone* aunque fuera un yogurt de otra marca, porque el que consiguió identificar el producto con su marca, creó la realidad

22 *Ib.*, 215.

del producto. Este proceso lleva hasta la fetichización máxima de la mercancía<sup>23</sup> que es la otorgación de vida al producto hasta el punto que las relaciones sociales se tornan relaciones entre mercancías:

“Cuando los nombres y las características de los productos se afirmaron, la publicidad los dotó de medios para hablar directamente a los posibles consumidores. Había surgido la «personalidad» de las empresas, con su nombre exclusivo, su envase especial y su publicidad”<sup>24</sup>.

Klein nos ha explicado bien el proceso: las empresas cobran personalidad y los productos vida a través del proceso de creación de imagen corporativa. Jameson añade que la narratividad de la publicidad crea la misma realidad eliminando la posibilidad real de elegir y sumergiendo al hombre en una prerrealidad informe. Concluimos nosotros que la racionalidad moderna se ha tornado técnica de reproducción del ser consumidor. El sujeto ya no crea nada, *elige* ser pieza de consumo. El uso de la razón en la globalización postmoderna sigue siendo el mismo uso que se daba en la modernidad: el control y el dominio. Ahora ha sido necesario que esa razón se relativice y se haga más técnica de reproducción que pensamiento constructivo de la realidad. Si la razón moderna fue un instrumento de creación de la realidad social, la postmoderna es la herramienta de la disolución social<sup>25</sup>, pero el objetivo es el mismo: mantener el dominio sobre los recursos humanos, económicos y ecológicos del planeta.

23 Carlos Marx, del que nos separan tantas cosas, pero profeta en algún sentido, vio muy claro cómo la mercancía termina cobrando vida en el capitalismo, hasta que sustituye al propio ser humano en el proceso de fetichización. En un texto que hoy podría firmar cualquier analista social dice Marx: “[entre los productores] las relaciones sociales que se establecen entre sus trabajos privados *aparecen* como lo que son; es decir, no como relaciones directamente sociales de las personas en sus trabajos, sino como *relaciones materiales* entre personas y *relaciones sociales entre cosas*”, Cf. C. MARX, *El capital. Crítica de la economía política I*, México, FCE, 1999, 38.

24 N. KLEIN, “No Logo”, *o. c.*, 34. Desde otra perspectiva tenemos unas mismas conclusiones en D. Quessada, donde nos clarifica el discurso ideológico que encubre la publicidad: “[...] la publicidad constituye de hecho el triunfo radical y violento de la Ideología. Es una formación ideológica que enmascara la lucha de clases [...] El discurso publicitario vende la ideología de la democracia en la medida en que ésta se asocia irremediamente con el establecimiento de un consenso de la opinión” (D. QUESSADA, “La era”, *o. c.*, 81-82).

25 Entre las propuestas más interesantes, pero que no podemos atender aquí por falta de espacio, habría que citar P. L. BERGER y T. LUCKMANN, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 2003, donde hacen estos autores una presentación de la teoría del conocimiento en perspectiva sociológica que está en línea con la más crasa modernidad, entendiendo “la realidad humana como una realidad construida socialmente” (230). En otro extremo tenemos a Neus Campillo que entiende la modernidad “com a auge d’allò social” y la postmodernidad “com a dissolució d’allò social”, Cf., N. CAMPILLO, *El descrèdit de la modernitat*, València, Universitat de València, 2001, 101-118.

## II. HOMO CONSUMPTOR

Una de las consecuencias de la disolución social postmoderna en el ámbito, principalmente, de las relaciones económicas, es el nacimiento de un nuevo hombre: el *homo consumptor*, el individuo consumidor de su propio consumo, *destructor*, consumidor, de sí mismo y de su entorno. Ya no hay posibilidad de creación social, ni de constitución del propio mundo, las herramientas han sido cercenadas. Ahora todo es técnica, una técnica muy sencilla para que cualquiera la pueda utilizar aunque no tenga la más mínima idea de las bases científicas que lo hacen posible. Estoy pensando, por ejemplo, en la revolución informática. Cuando en los ochenta nos formábamos en los centros de secundaria en informática, las máquinas que nos proporcionaban eran sumamente primitivas –¡32 kilobits de memoria!– y no permitían hacer nada que no se le ordenara –de ahí lo de ordenadores– mediante comandos que lo hacían, para ello era necesario tener unos ciertos conocimientos matemáticos. Hoy no es necesario tener ningún tipo de conocimiento previo, todo es muy *intuitivo*, sobre todo tras la aparición del sistema Windows que lo ha hecho todo tan fácil, y del *mouse* que permite rapidez en el trabajo.

La razón científica que permite conocer la realidad y construirla, queda subyugada a un número muy reducido de medios de control. Los científicos mismos han sido atomizados en grupos de trabajo parciales que estudian ámbitos muy reducidos de la realidad. Nadie tiene un dominio amplio suficiente sino que éste queda en manos de las grandes corporaciones industriales y sus centros de investigación científica relacionados con ciertas universidades. Ningún científico controla nada más allá de sus experimentos concretos de un ámbito muy delimitado de realidad. Son las grandes compañías las que controlan, como el control que están consiguiendo con las patentes de los genes de plantas y animales por parte de las compañías fitosanitarias. Ya no son posibles un Newton, un Einstein o un Heisenberg. Ahora son las corporaciones las que lo *hacen todo por nosotros*.

El hombre consumidor es el hombre consumido por su propio consumo, hasta el punto de que ya no es hombre sino un individuo que forma una pieza dentro del proceso de producción postmoderna. Este proceso comienza con la creación de un marasmo y la conclusión en el vacío, la nada, el nihilismo absoluto que niega la historia, no ya atomizada sino reconstituida, como los productos lácteos en polvo a los que hay que añadir el agua para que se reconstituyan, para que vuelvan a ser lo que nunca han sido. El hombre postmoderno ha sido desustanciado para ser reconstituido según las necesidades de las corporaciones multinacionales y sus grupos mediáticos.

## 1. EL MARASMO POSTMODERNO

El hombre postmoderno tiene su origen, como no podía ser de otra forma, en el arte de las vanguardias. La relación directa entre la cultura de la imagen y el nacimiento de la postmodernidad ya lo hemos tratado *supra*, y concluimos que la unión de imagen y producto dio como resultado el nacimiento de la racionalidad postmoderna. Ahora vemos cómo esa nueva imagen dará lugar a un nuevo hombre. Nueva imagen, es decir, apariencia diferente que suplanta la realidad moderna por una ficción de la misma. Esto lo podemos ver cotejando la obra de Andy Warhol, el artista pop más representativo y el que más identificó arte y mercado. Warhol comenzó su carrera artística como ilustrador comercial de moda para calzados y diseñador de escaparates. Una de sus obras más conocidas tiene como nombre *zapatos de polvo de diamante*, en ella podemos analizar el giro postmoderno del arte.

Si comparamos estos zapatos warholianos con los de Van Gogh podemos ver el salto o cambio producido. El par de zapatos de Van Gogh reflejan un mundo agrícola, de pobreza y de fatigas de las faenas campesinas, "un mundo reducido a su estado más frágil, primitivo y marginal"<sup>26</sup>. Ese par de zapatos de labriego son capaces de explicar un mundo y proponer una idea, incluso una utopía. Y son capaces porque pertenecen a un mundo con sentido, porque son parte de una realidad dada. Tienen la capacidad de evocar, de recordar, son capaces de simbolizar, son símbolos, casi sacramento de una realidad superior. En cambio, los zapatos de polvo de diamante no reflejan nada porque no pertenecen a nada. Están ahí y nada más, ante ellos nos encontramos frente "al nacimiento de un nuevo tipo de insipidez o falta de profundidad, un nuevo tipo de superficialidad en el sentido más literal, quizás el supremo rasgo formal de todos los postmodernismos"<sup>27</sup>.

El arte postmoderno no está referido a ninguna realidad, no tiene ningún tipo de profundidad, su superficialidad es un tipo de insipidez, de falta de sabor o incluso de sabiduría –*sapientia, sapere*–. No es por casualidad, la obra postmoderna paradigmática, la de Warhol, gira fundamentalmente en torno a la mercantilización que resalta específicamente del fetichismo de la mercancía. El arte, que es un reflejo de la autoconcepción de una época, un espejo de la ontología reinante, manifiesta al hombre que lo realiza. El hombre del arte postmoderno es el *homo clausus*. El hombre "desocializado, liberado del principio imperioso de seguir las prescripciones colectivas, existiendo para sí

26 F. C. JAMESON, *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós, 1991, 24.

27 *Ib.*, 29. Daniel Bell sentencia "el quid del arte pop es que no hay tensión en sus pinturas, sino solo parodia", D. BELL, "Las contradicciones", *o. c.*, 79.

mismo e igual a los otros, que «trabaja» o «desconstruye» las formas”<sup>28</sup>. Este trabajo individualista de desconstrucción de las formas, deriva en una clausura de la misma humanidad; el hombre deja de ser *el mundo de los hombres*, para convertirse en una aureola de vacío absoluto. El mundo que nace de este *homo clausus* es el mundo cerrado, el universo vacío, la nada que todo lo cubre y que no permite que pueda existir una estructura de sentido común. No hay posibilidad de estrategias alternativas, el hombre moderno, capaz de crear, ha sido reducido a una mónada sin puertas ni ventanas, comunicada por una red virtual que le suministra los inputs y los memes<sup>29</sup> necesarios para servir como consumidor consumido en la rueda del consumo.

La transformación cultural que provocó esta situación en la sociedad moderna se debe, sobre todo, al ascenso del consumo masivo, o sea, a la difusión de los que antaño eran considerados lujos a las clases media y baja de la sociedad. En este proceso, los lujos del pasado son constantemente redefinidos como necesidades, de modo que llega a parecer increíble que un objeto ordinario pueda haber sido considerado alguna vez fuera del alcance de un hombre ordinario. Daniel Bell explica el proceso que genera al hombre moderno, léase postmoderno:

“El consumo masivo, que comenzó en el decenio de 1920, fue posible por las revoluciones en la tecnología, principalmente la aplicación de la energía eléctrica a las tareas domésticas (lavadoras, frigoríficos, aspiradores, etcétera), y por tres invenciones sociales: la producción masiva de una línea de montaje, que hizo posible el automóvil barato; el desarrollo del marketing, que racionalizó el arte de identificar diferentes tipos de grupos de compradores y de estimular los apetitos del consumidor; y la difusión de la compra a plazos, la cual, más que cualquier otro mecanismo social, quebró el viejo temor protestante a la deuda. Las revoluciones concomitantes en el transporte y las comunicaciones pusieron las bases para una sociedad nacional y el comienzo de una cultura común. En conjunto, el consumo masivo supuso la aceptación, en la esfera decisiva del estilo de vida, de la idea del cambio social y transformación personal, y dio legitimidad a quienes innovaban y abrían caminos, en la cultura como en la producción”<sup>30</sup>.

Como vemos, el consumo masivo fue el impulsor del cambio social, cultural y político. El nuevo individuo consumidor necesita de una infraestructura muy clara para poder existir. Sin cadena de producción, técnica publicitaria y el crédito,

28 G. LIPOVETSKY, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 2002, 96 nota.

29 Nos referimos al término que acuñó Dawkins para referirse a los valores culturales que la sociedad transmite de unas generaciones a otras, de la misma manera que los genes transmiten la información biológica. Cf., R. DAWKINS, *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*, Barcelona, Salvat, 1993, 215-234.

30 D. BELL, “Las contradicciones”, *o. c.*, 73. Unas páginas más atrás sitúa lo que entiende como la fundamental *contradicción cultural* del capitalismo: el hedonismo, Cf., 33.

hubiera sido imposible el nacimiento de la postmodernidad, sencillamente porque su *creador* no habría aparecido. El hombre postmoderno es la condición necesaria de la sociedad postmoderna. La postmodernidad supone la extensión del lujo a las clases populares, la democratización del hedonismo burgués<sup>31</sup>. Nos encontramos ante la revolución del consumo en los países occidentales, que se extenderá desde EE.UU hasta Europa gracias al Plan Marshal y Japón. En la actualidad han aumentado las islas de consumismo en el mundo (Taiwan, Hong-Kong, Bali...) rodeados por inmensos océanos de miseria. Esta revolución del consumo supone la realización plena del objetivo de la postmodernidad, es decir, el control de la sociedad mediante la atomización y la desocialización. Ahora, la sociedad queda sometida a aquellos que controlan los mecanismos de consumo, de modo que:

“[...] la vida cotidiana y el individuo ya no tienen un peso propio, han sido incorporados al proceso de la moda y de la obsolescencia acelerada: la realización definitiva del individuo coincide con su desubstancialización, con la emergencia de individuos aislados y vacilantes, vacíos y reciclables ante la continua variación de los modelos”<sup>32</sup>.

El fin del marasmo postmoderno es la creación del individuo aislado, un hombre totalmente desubstancializado, que ya no es lo que debe ser sino que se somete al mismo proceso productivo que cualquier otro producto de consumo. El hombre es creado a imagen y semejanza de la sociedad de consumo, es producido para consumir unos determinados productos. El hombre también sufre el proceso de obsolescencia programada. Se han dado cuenta que es más fácil y económico programar a los hombres para consumir unos determinados productos que modificar las técnicas de producción. Es más fácil producir el hombre necesario que cambiar todo el sistema.

La era del consumo postmoderno desocializa los individuos para, a continuación, socializarlos por la lógica de las necesidades de producción y venta. Los individuos, como las máquinas, son reprogramados para que cumplan con las características convenientes, a saber, docilidad, alto nivel de consumo y versatilidad en la adquisición de capacidades concretas para la mejor adaptación a los nuevos modelos de consumo.

## 2. EL ÉXTASIS DE LA SOCIALIZACIÓN

El sujeto postmoderno no existe porque se ha *extasiado* de sí mismo, ha quedado fuera del ámbito de la creación y ha perdido las posibilidades de ser

31 Cf. G. LIPOVETSKY, "La era", *o. c.*, 105.

32 *Ib.*, 107.

más allá de las condiciones del mercado global. Estas condiciones están reguladas por los *media*, todo lo que existe se reduce a lo que se ve en televisión, la medida del hombre la dan los *reality shows*, esos programas de televisión donde se quiere reflejar *la vida misma*. Los individuos son llevados a contar las intimidades más burdas de su vida y sus relaciones. El sujeto se extasia y queda completamente fuera de sí; nada hay ya de interioridad o profundidad, todo es patente, totalmente transparente. Los espacios para la intimidad se diluyen y el mito de la *casa de cristal* se convierte en realidad.

A esta situación le ha llamado Baudrillard “hiperrealismo de simulación”<sup>33</sup>. El universo doméstico ha sido convertido en el universo total y las grandes estructuras humanas reducidas al ámbito de lo pequeño, concreto, local. El cuerpo humano, el medio natural y el mismo tiempo tienden a desaparecer de la mano de los *media* y la publicidad. El espacio público es monopolizado de modo que no es un espectáculo en el sentido tradicional, sino que se torna el lugar donde vivir por excelencia. Mientras, el espacio privado deja de ser *un secreto* para convertirse en el espectáculo por excelencia. Lo que tenemos como resultado es una *obscenidad* global “donde los procesos más íntimos de nuestra vida se convierten en el terreno virtual del que se alimentan los medios de comunicación”<sup>34</sup>.

La ruptura de los órdenes privado y público, es más, la confusión de ambos, nos lleva a la pérdida de la alienación del sujeto. En la modernidad el sujeto era alienado en la misma diferenciación de espacios –virtudes públicas, vicios privados–, pero en la postmodernidad, la confusión de espacios lleva a la desaparición de la alienación y la consiguiente futilidad de una lucha por romperla. Lo que realmente se da es la obscenidad que empieza cuando no hay espectáculo, cuando todo se vuelve transparente y visible de inmediato, cuando todo queda expuesto a la luz de la comunicación y la información, de modo que “ya no formamos parte del drama de la alienación; vivimos en el éxtasis de la comunicación”<sup>35</sup>. Este éxtasis obsceno de información y comunicación lleva a la *pornografización* del ámbito social. Todo es pornografía, no solo sexual, que en internet ocupa el cincuenta por ciento de los webs, sino también informacional, comunicativa y social. No es la obscenidad tradicional de lo oculto, reprimido o prohibido; se trata de la obscenidad de lo visible, de lo que se ha hecho transparente y no puede contener secreto alguno.

33 J. BAUDRILLARD, “El éxtasis de la comunicación”, en HAL FOSTER (Ed.), *La postmodernidad*, Barcelona, Kairós, 2002, 190.

34 *Ib.*, 193.

35 *Ib.*

El hombre *obsceno* postmoderno queda sometido a los estímulos informacionales que le suscitan los *media*, y no es capaz ni de salir de la situación estímulo ni de responder a ella cabalmente, con ello queda expuesto a una ruptura de su ser íntimo y de lo más propio de esta intimidad: los afectos. Nada hay que enraíce al hombre postmoderno, puesto que todos y cada uno de los afectos que configuran su ser han sido arrancados para colocar en su lugar las más burdas pasiones. Es un caso que cualquiera puede comprobar, cada vez cuesta más que las personas se sienten serenamente a contemplar, apreciar el arte, la naturaleza, o reflexionar concienzudamente. Los que tenemos responsabilidades docentes somos muy conscientes de esta situación. No se da por casualidad sino debido a que el espíritu humano está siendo sustituido paulatinamente por una maraña de pulsiones que no pueden ser manejadas por unos seres humanos a los que se ha quitado el objetivo y la guía vital. De lo que se trata es de satisfacer los deseos lo más rápidamente y lo más intensamente posible.

La postmodernidad ha creado el hombre que le es necesario mediante la ruptura de los *modelos de profundidad*<sup>36</sup> que en la modernidad –y siempre– han ido creando un ser humano verdadero. Podrá argumentarse que ha sido alienado, oprimido, victimizado..., todo lo que se quiera, pero verdadero, capaz de reconocer en sí mismo y en los otros la humanidad. El problema radica en que la dimensión de profundidad ha sido eliminada tras la ruptura de los cuatro modelos que la generaba. El primero de los modelos eliminados por metafísicos ha sido el de la dualidad interior-exterior, es decir, se ha roto la diferencia entre lo que queda fuera y dentro del ser humano, provocando la llegada del hombre *obsceno* que hemos analizado. El segundo modelo rechazado es la dialéctica esencia-apariencia: no hay nada que se esconda tras lo que se nos manifiesta, y lo que se manifiesta es lo que los *media* nos ofrecen. El tercer modelo rechazado es el freudiano latente-manifiesto. En la postmodernidad todo es manifiesto, nada queda latente, con lo que no hay ningún tipo de represión. Y el último de estos cuatro refutados modelos absolutamente relacionados, porque todos ellos tienen que ver con la dimensión de profundidad del ser humano, es el modelo existencialista de autenticidad-inautenticidad. En la postmodernidad nada es sí mismo, nada es *autós*, todo deviene lo que se comunica.

Los conceptos modernos para criticar al hombre, como angustia, alienación u opresión, no son apropiados para aplicarlos al mundo y al hombre postmoderno. Las manifestaciones patológicas que eran *normales* en el mundo moderno, como la histeria, neurosis, esquizofrenia, o el recurso a los alucinógenos para conseguir la evasión como en los sesentas y setentas, ya no son explicativos para el mundo actual, según Jameson:

36 Cf., F. JAMESON, "El postmodernismo", *o. c.*, 33-35.

“... este giro en la dinámica de la patología cultural puede caracterizarse como el desplazamiento de la alienación del sujeto hacia su fragmentación”<sup>37</sup>.

El hombre postmoderno ha quedado fragmentado hasta tal punto que no es reconocible, *no tiene figura humana*. Su comportamiento no puede ser catalogado como una patología, porque para ello debería existir un núcleo íntimo y profundo que pueda estar enfermo, pero, de hecho, no hay tal núcleo profundo; la dimensión de profundidad ha sido dinamitada desde dentro mismo, se le ha hecho salir de sí, hasta el punto de que no ha quedado nada en el centro de este ser humano postmoderno. Solo hay un vacío enorme que debe ser colmado con productos mediáticos y con ingentes cantidades de consumo diario que creen la ilusión de llenado, de ser algo o alguien. Nunca más que ahora, el proceso socializador había conseguido sustituir el núcleo del ser humano por cualquier cosa, como los científicos que clonan un ser sustituyendo el núcleo de una célula germinal por el núcleo de una ya formada. Esta es la imagen de la postmodernidad y el hombre creado por ella: un clon de la sociedad de consumo, el éxtasis máximo de la socialización.

### 3. EL HOMBRE LLENO DE NADA

Una vez que el núcleo del ser humano, lo que le hace ser quien es, su dimensión de profundidad desde la que se construye, mejor o peor, una personalidad, ha sido quirúrgicamente extirpado, podemos remodelarlo y construir a nuestro antojo un ser como nos sea más necesario, en palabras de Lipovetsky un ser “*cool*”.

En la postmodernidad el hombre “libre de afectos”, el hombre *cool* consume a elevadas dosis y a modo de flash. La hipertrofia, la aceleración de los mensajes, de la cultura y de la comunicación, son los elementos característicos de este hombre *tibio* –ni frío ni caliente–. De esta manera se consigue una “instrucción flexible” del hombre. La pérdida de los afectos debe ser suplida por la sobreabundancia de los impulsos recibidos y la sobreexcitación de los estímulos.

Esta era consumista resocializa los individuos mediante la lógica de las necesidades y de la información, donde los *media* ocupan el papel de guías y maestros, como los DJ’s de las discotecas, que saben mover al público para que bailen y consuman. Estamos ante el máximo grado de narcisismo, el hombre postmoderno, sin otro referente que su propio cuerpo, se dedica a cultivarlo hasta el extremo. Los gimnasios, las dietas controladas, las intervenciones

37 *Ib.*, 37.

quirúrgica regenerativas y encubridoras del paso del tiempo; todo para estar lo más *sano* posible, poseer la mejor figura, lucir la mejor imagen, pero por dentro *nada*, un inmenso vacío, un abismo, un simulacro absoluto, un *sepulcro blanqueado*. Los signos de reconocimiento de este hombre postmoderno son evidentes:

“[...] relajamiento en las relaciones interindividuales, culto a lo natural, parejas libres, profusión de divorcios, aceleración en los cambios de gustos, valores y aspiraciones, ética tolerante y permisiva. [...] El neonarcisismo se define por la desunificación, por el estallido de la personalidad. [...] *Cool* en sus maneras de hacer y ser, liberado de la culpabilidad moral, [...] formado e informado en un universo científico y sin embargo permeable, aunque sólo sea epidérmicamente, a todos los *gadgets* del sentido, al esoterismo, a la parapsicología, a los *mediums* y a los gurúes; relajado respecto del saber y las ideologías, y simultáneamente perfeccionista en las actividades deportivas o de bricolaje; el alérgico al esfuerzo, a las normas estrictas y coercitivas, pero imponiéndoselas él mismo en los regímenes de adelgazamiento, en determinadas prácticas deportivas [...]. Esa es la personalización narcisista: la fragmentación disparada del yo”<sup>38</sup>.

Colmado en sus tareas cotidianas, en todas sus horas de trabajo y diversión, pero vacío en su interior, así es el hombre postmoderno de las sociedades hiperdesarrolladas occidentales. No sólo un yo fragmentado, como dice el autor del texto citado, sino un individuo escindido. No queda de su interioridad o dimensión de profundidad, ni el más mínimo atisbo, todas sus manifestaciones han sido borradas y reprogramadas con el fin de adaptarse a la sociedad de consumo. El hombre mismo es objeto de consumo, este es el verdadero *homo consumptor*, el hombre destructor de todo, y hasta de sí mismo; consumidor porque consumidor de su mismo entorno y de su propio ser. Este es el hombre nihilizado, el *último hombre* nietzscheano.

Decimos que el hombre postmoderno es el hombre vacío, porque también se es lo que se consume. El culto a la apariencia ha llevado a la creación de una gama infinita de productos a los que se ha privado de su substancia, de su núcleo duro que le hace ser lo que es. Así, ha nacido el café sin cafeína, la cerveza sin alcohol, la crema sin nata, el chocolate sin grasas... es decir, el producto al que se ha quitado su maléfico efecto dañino sobre los cuerpos estilizados y esbeltos postmodernos; se trata de café con olor y sabor a café pero sin ser realmente café. Dicho de forma más clara, se trata de consumir algo sin su esencia, ingerir productos privados de su realidad, en el fondo, consumir *nada*.

El individuo consumidor de *nada* queda nadificado, puesto que nada consume es consumado en el acto de consumir nada. Paradójicamente, esta es la

38 G. LIPOVETSKY, “La era”, *o. c.*, 111-112.

única alimentación posible del hombre postmoderno. Un ser vacío sólo puede consumir nada para poder seguir siendo vacío. Su organismo ya no puede digerir el alimento cargado de substancia, su aparato digestivo está atrofiado. La nada se extiende a muchos alimentos que son privados de su núcleo real; la nada *nadea*, como diría Heidegger, y crea nada. Los postmodernos hombres occidentales cada vez abarcan más cantidad de productos nihilificados para su consumo masivo *de nada*. Hace falta mucho para llenar el hueco dejado en el interior del hombre al que se extirpó su ser.

Para hacer esto más efectivo ha nacido también el correspondiente correlato social de estos productos vaciados de su esencia. Por ejemplo, el sexo virtual a través de internet, es decir, el sexo sin sexo; la guerra postmoderna, supuestamente sin bajas propias, doctrina Colin Powell: la guerra sin guerra; la política como una cuestión meramente administrativa: la política sin política; la tolerancia cultural extrema en la que se acepta al otro despojado de su alteridad, de lo que le hace ser otro y no yo: tolerancia intolerante; la realidad despojada de su *res*, de su núcleo duro: la realidad sin realidad. Todo esto nos lleva a la conclusión de que la sociedad postmoderna construye una realidad virtual donde los patrones de conducta no tienen consecuencias morales, como en los videojuegos, y donde el ser humano es un ente vacío al que se puede manipular, como los *Sims*, un juego para ordenador donde una familia virtual *vive* según las decisiones que toma el jugador. Slavoj Žižek, atinadamente opina que esta actitud nos lleva hasta el *Último Hombre*:

“Todo está permitido, uno puede gozar de todo, PERO de todo despojado de su sustancia que lo hace peligroso”<sup>39</sup>.

El hombre que necesita la globalización postmoderna es el individuo incapaz de crear el mundo o de afirmarlo como fruto de su esfuerzo, es el hombre opuesto al sujeto moderno. En él no hay ambición de futuro ni compromiso con el presente, su máxima es vivir tranquilo y sin sobresaltos. El hombre que necesita la globalización postmoderna es muy parecido al que nos dibuja Nietzsche, un ser carente de la osadía de afirmarse y afirmar su verdad, un ser inane, huero, sin pasión por la vida, pero lleno de temores:

“¡Mirad! Yo os muestro al *último hombre*.

«¿Qué es amor? ¿Qué es creación? ¿Qué es anhelo? ¿Qué es estrella?» – así pregunta el último hombre, y parpadea [...].

39 S. ŽIŽEK, *El títere y el enano. El núcleo perverso del cristianismo*, Buenos Aires, Paidós, 2005, 133-134. Las ideas sobre el hombre consumidor de nada y los productos vacíos de realidad, se las debemos a este interesantísimo filósofo y crítico social esloveno. Las mayúsculas son del original.

La tierra se ha vuelto pequeña entonces, y sobre ella da saltos el último hombre, que todo lo empequeñece. Su estirpe es indestructible, como el pulgón [...].

¡Ningún pastor y un solo rebaño! Todos quieren lo mismo, todos son iguales<sup>40</sup>.

Los calificativos que aplica al último hombre son semejantes a los que hemos analizado para el hombre postmoderno, un hombre sin *estrella, amor, creación y anhelo*, es decir, sin metas, sentimientos, potencia y arrojo, un hombre vacío de sustancialidad y lleno de nada; un ser que se ha consumido consumiendo su entorno: el *homo consumptor* que acaba con la historia, "*la especie más nociva de hombre*, porque imponen su existencia tanto a costa de la *verdad* como a costa del *futuro*"<sup>41</sup>. El hombre postmoderno es el que se impone negando la racionalidad y la historia.

### III. DEEP CLASH, EL FINAL DE LA HISTORIA

El tercer y último elemento que vamos analizar es la idea del fin de la historia como progreso y desarrollo uniforme. Este era el tercero de los instrumentos que la modernidad utilizó como herramientas para construir su mundo, un mundo donde los hombres vivirían felices y el paraíso se habría hecho realidad pero sin referencias religiosas. La misma modernidad fue consciente del problema que entrañaba esta idea y la distanció lo más posible, siempre habría metas que conseguir, porque un hombre sin metas queda desprovisto del necesario empuje para seguir vivo, cae en la depresión, la angustia existencial y la neurosis. Algo de esto es lo sucedido en los años sesenta y setenta, los alucinógenos para la juventud y las grandes dosis de barbitúricos para los adultos, fueron consecuencia de la pérdida de sentido inmanente una vez que el trascendente había sido abolido por el mundo moderno. No quedando otra cosa, se hizo necesario *alimentar al alma* con psicótopos –alimentos del alma, literalmente–, para ver si ese alimento le hacía ser algo. Pero era imposible crear lo que no existía y nació así el hombre postmoderno, convenientemente desprovisto de alma. Ya no necesita drogas para crear una ilusión de vida, la vida misma es una ilusión que se consume diariamente en los *media*, en el *fitness* y en la amplia gama de productos debidamente etiquetados para su consumo inocuo. El cuerpo es suficiente, no necesitamos alma, espíritu o cualquier otro sucedáneo, gozamos de lo que día a día consumimos y eso somos.

Este hombre necesita otro concepto de historia muy diferente al hombre moderno. El moderno debía creer que es posible, con esfuerzo, pasión y mucha

40 F. NIETZSCHE, *Así habló Zaratustra*, Madrid, Alianza, 1990, 39.

41 F. NIETZSCHE, *Ecce Homo*, Madrid, Alianza, 2001, 139.

fe, construir un mundo en la tierra que sea bueno, justo y feliz. Debe creer que el mal es sólo consecuencia de una falta de ciencia, que la injusticia es fruto del desconocimiento y la falta de educación, que el futuro aguarda detrás de cada nuevo descubrimiento científico. El hombre postmoderno, sin embargo, debe creer que nada hay más allá de la pantalla –ordenador, televisión, móvil, video-cámara...–, que todo se reduce a lo que percibe y procesa según el *software* que descarga de los *media* constantemente. Las *actualizaciones* de lo que debe ser creído, sentido, poseído y consumido están a cualquier hora del día en los *spots* publicitarios y en los programas que nos dicen cómo es *la vida misma*.

El progreso de la historia es una de esos *software* desechados. Esas ideas han producido mucho dolor, sufrimiento e ineficiencias en la producción y el consumo. Nada de bueno se ha obtenido, ni los fascistas, ni los comunistas, ni los utópicos han conseguido nada que no sea guerras, pogroms o gulags. Por tanto, el hombre postmoderno, *cool*, consumidor y consumidor del mundo, debe dejar esas supersticiones históricas, abandonar las utopías que pretenden crear un paraíso en la tierra. No hay ideología ni proyecto que movilice al hombre postmoderno, como nos refiere un autor muy *postmoderno*:

“[...] ninguna ideología es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad postmoderna no tiene ni ídolo, ni tan sólo imagen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis”<sup>42</sup>.

El *fin* es el fin de todo lo que permita a una sociedad dada modificar su propio destino, tener en sus manos su futuro. Todo ha terminado en el postmodernidad, todo menos el sufrimiento de millones de seres humanos; todo menos las injusticias y las desigualdades; todo menos el expolio humano.

## 1. EL FIN DE LA HISTORIA

Fukuyama es el ideólogo del neoliberalismo que ha puesto de moda el concepto *fin de la historia*, aunque él, en un principio cautamente, lo puso entre interrogantes<sup>43</sup>. En un alarde de triunfalismo, Francis Fukuyama se atrevió a asegurar que la victoria del liberalismo frente al comunismo significaba, ni más ni menos, que el “final de la Historia”. El artículo que hizo famosa su tesis aún contenía una dosis de duda, expresada en forma de signos de interrogación: “¿El Final de la Historia?”, *The National Interest*, verano de 1989. Sin

42 G. LIPOVETSKY, “La era”, o. c., 9-10.

43 F. FUKUYAMA, “¿El fin de la historia?”, en *Doxa. Cuadernos de Ciencias Sociales*, 1 (1990), 3-12.

embargo, algunos meses después Fukuyama suprimía los interrogantes y lo daba por un hecho consumado e irreversible: su libro *The End of History and the last man* aparecía en 1992<sup>44</sup>.

Si resumimos sus tesis tenemos en primer lugar que la idea del fin de la historia no es original. Su más grande difusor conocido fue Karl Marx, que pensaba que la dirección del desarrollo histórico contenía una intencionalidad determinada por la interacción de fuerzas materiales, y llegaría a término sólo cuando se alcanzase la utopía comunista que finalmente resolvería todas las anteriores contradicciones. Pero el concepto de historia como proceso dialéctico con un comienzo, una etapa intermedia y un final, lo tomó prestado Marx de su gran predecesor alemán, Hegel.

Segunda tesis: al observar el flujo de los acontecimientos vemos que algo muy fundamental ha sucedido en la historia del mundo, un proceso está en movimiento, un proceso que da coherencia y orden. El siglo veinte presencié cómo el mundo desarrollado descendía hasta un paroxismo de violencia ideológica, cuando el liberalismo batallaba, primero, con los remanentes del absolutismo, luego, con el bolchevismo y el fascismo, y, finalmente, con un marxismo actualizado que amenazaba conducir al apocalipsis definitivo de la guerra nuclear. Pero el siglo que comenzó lleno de confianza en el triunfo que al final obtendría la democracia liberal occidental parece, al concluir, volver en un círculo a su punto de origen: "no a un «fin de la ideología» o a una convergencia entre capitalismo y socialismo, como se predijo antes, sino a la impertérrita victoria del liberalismo económico y político"<sup>45</sup>.

La tercera tesis: el triunfo de Occidente, de la "idea occidental", es evidente, en primer lugar, en el total agotamiento de sistemáticas alternativas viables al liberalismo occidental. Este fenómeno se extiende más allá de la alta política, y puede observarse también en la propagación inevitable de la cultura de consumo occidental. Lo que podríamos estar presenciando no sólo es el fin de la guerra fría, o la culminación de un período específico de la historia de la posguerra, sino el fin de la historia como tal: esto es, el punto final de la evolución ideológica de la humanidad y la universalización de la democracia liberal occidental como la forma final de gobierno humano. El liberalismo ha triunfado fundamentalmente en la esfera de las ideas y de la conciencia, y su victoria todavía es incompleta en el mundo real o material.

El liberalismo ha tenido dos importantes desafíos: el fascismo y el comunismo. El primero, percibió la debilidad política, el materialismo, la anemia y la falta de sentido de comunidad de Occidente como contradicciones fundamenta-

44 F. FUKUYAMA, *El fin de la historia y el último hombre*, Barcelona, Planeta, 1992.

45 Cf. F. FUKUYAMA, "¿El fin de la historia?", *o. c.*

les de las sociedades liberales, que sólo podrían resolverse con un Estado fuerte que forjara un nuevo “pueblo” sobre la base del exclusivismo nacional. El fascismo fue destruido como ideología viviente por la segunda guerra mundial. El desafío ideológico de la otra gran alternativa al liberalismo, el comunismo, fue mucho más serio. Marx afirmó que la sociedad liberal contenía una contradicción fundamental que no podía resolverse dentro de su contexto, la que había entre el capital y el trabajo; y esta contradicción ha constituido desde entonces la principal acusación contra el liberalismo. Pero, sin duda, el problema de clase ha sido en realidad resuelto con éxito en Occidente.

Una vez que no hay alternativas ideológicas al liberalismo, se plantean dos posibilidades: la de religión y la del nacionalismo. El surgimiento en los últimos años del fundamentalismo religioso en las tradiciones Cristiana, Judía y Musulmana ha permitido pensar que el renacimiento de la religión confirma, en cierto modo, una gran insatisfacción con la impersonalidad y vacuidad espiritual de las sociedades consumistas liberales. El propio liberalismo moderno fue históricamente consecuencia de la debilidad de sociedades de base religiosa, las que no pudiendo llegar a un acuerdo sobre la naturaleza de la buena vida, fueron incapaces de proveer siquiera las mínimas precondiciones de paz y estabilidad. La otra “contradicción” mayor potencialmente insoluble en el liberalismo es la que plantean el nacionalismo y otras formas de conciencia racial y étnica. El nacionalismo ha sido históricamente una amenaza para el liberalismo en Alemania, y lo continúa siendo en algunos lugares aislados de la Europa “poshistórica”, como Irlanda del Norte. Pero no está claro que el nacionalismo represente una contradicción irreconciliable en el corazón del liberalismo.

La cuarta tesis: el Estado que emerge al final de la historia es liberal en la medida que reconoce y protege, a través de un sistema de leyes, el derecho universal del hombre a la libertad, y democrático en tanto existe sólo con el consentimiento de los gobernados. Es el Estado que ha acabado con el conflicto que caracterizaba la historia humana, basada en la existencia de “contradicciones”: la búsqueda de reconocimiento mutuo del hombre primitivo, la dialéctica del amo y el esclavo, la transformación y el dominio de la naturaleza, la lucha por el reconocimiento universal de los derechos y la dicotomía entre proletario y capitalista. Pero en el Estado homogéneo universal, todas las anteriores contradicciones se resuelven y todas las necesidades humanas se satisfacen.

Como colofón a estas cuatro tesis que hemos extractado del texto de Fukuyama, situamos nosotros su conclusión:

“El fin de la historia será un momento muy triste. La lucha por el reconocimiento, la voluntad de arriesgar la propia vida por una meta puramente abstracta, la lucha ideológica a escala mundial que exigía audacia, coraje, imaginación e idealismo, será reemplazada por el cálculo económico, la interminable

resolución de problemas técnicos, la preocupación por el medio ambiente, y la satisfacción de las sofisticadas demandas de los consumidores. En el período poshistórico no habrá arte ni filosofía, sólo la perpetua conservación del museo de la historia humana. Lo que siento dentro de mí, y que veo en otros alrededor mío, es una fuerte nostalgia de la época en que existía la historia. Dicha nostalgia, en verdad, va a seguir alentando por algún tiempo la competencia y el conflicto, aun en el mundo poshistórico. Aunque reconozco su inevitabilidad, tengo los sentimientos más ambivalentes por la civilización que se ha creado en Europa a partir de 1945, con sus descendientes en el Atlántico Norte y en Asia. Tal vez esta misma perspectiva de siglos de aburrimiento al final de la historia servirá para que la historia nuevamente se ponga en marcha"<sup>46</sup>.

Fukuyama se *lamenta* del fin que advendrá tras la muerte de la historia. En un tono que nos parece excesivamente irónico, predice el nacimiento de un mundo poshistórico que tiene justo las características inversas del mundo propugnado por la modernidad en boca de Hegel. Será un mundo donde no haya ningún tipo de manifestación artística ni filosofía, un mundo regido por la ciega técnica de reproducción del consumo; un mundo absolutamente calculado y sofisticado donde todo se reduce al consumo de los productos ofrecidos por los *media*. La nostalgia que supuestamente le invade de los tiempos *históricos*, se ve, rápidamente postergada por la perspectiva de la consumación final de la historia. El hombre del fin de la historia, trayendo el ascua a nuestra sardina, es el *consumptor*, el consumidor absoluto de todo, de sí mismo y de la historia. Veamos cómo esto mismo lo reconoce el *gran ideólogo del fin*.

## 2. EL FIN DE LA VIDA

Lejos de rectificar, en un artículo<sup>47</sup> publicado con ocasión de los diez años de su famoso *fin de la historia*, prefiere *sostenella y no enmendalla*. Según este autor, ni el hecho irrefutable de que la historia no ha acabado, ni tampoco que sí hay alternativas reales, como nosotros mismos plantearemos en otra ocasión, le hacen retirar su posición. Al contrario, a todos aquellos que criticaron su tesis les dice:

“Para ellos, expondré mi balance final: nada de lo que ha sucedido en la política o la economía mundiales en los últimos diez años contradice, en mi opinión, la

46 Cf. *Ib.*

47 F. FUKUYAMA, “Pensando sobre el fin de la historia diez años después”, en *El País*, 17 de Junio de 1999.

conclusión de que la democracia liberal y la economía de mercado son las únicas alternativas viables para la sociedad actual<sup>748</sup>.

A estos pensadores del sistema, aunque se les resucite un muerto no creen. Por mucho que la injusticia global se amplíe y que los excluidos del sistema vayan en aumento, siguen argumentando que es por falta de ampliación del neoliberalismo. La misma cantinela que los ministros de economía, cuando la economía va mal nos dicen que hay que desreglar los mercados, abaratar los despidos y flexibilizar el mercado laboral. Y tendemos a pensar que somos tontos o se creen que lo somos, porque no vemos la relación entre crear empleo y abaratar el despido. A Fukuyama le sucede lo mismo, si hay exclusión es porque el sistema neoliberal aún no es perfecto, cuando lo sea, no habrá exclusión y se llegará al fin de la historia, que de hecho ya ha llegado porque no hay otra alternativa: es el cierre del discurso y el totalitarismo del pensamiento único. Por ello, no dará su brazo a torcer, la historia debe concluir con el sistema globalizado actual en el que algunos se enriquecen a costa de muchos y justifican este estado de cosas mediante la misma razón que siempre lo ha hecho. Nosotros somos los mejores y por ello debemos someter al resto de naciones y pueblos. *Democracia liberal y libre mercado*, son los dos ídolos postmodernos que subyacen a la nueva religión del hombre poshumano que nos propone Fukuyama y con él todo el pensamiento neoliberal, por ello se reafirma:

“Yo creo que en el fondo sigo teniendo razón. La modernidad es un poderoso tren de mercancías que no descarrilará por los acontecimientos recientes, por muy dolorosos y sin precedentes que hayan sido. La democracia y los mercados libres seguirán expandiéndose a lo largo del tiempo como los principios dominantes de la organización en gran parte del mundo. [...] Siempre he creído que la modernidad tiene una base cultural. La democracia liberal y el libre mercado no funcionan en todo tiempo y en todo lugar. Donde mejor funcionan es en sociedades con ciertos valores cuyos orígenes pueden no ser enteramente racionales<sup>749</sup>.

El proyecto moderno a nivel económico e ideológico está esperando ser concluido en la globalización postmoderna. El problema reside en las limitaciones biológicas no en las culturales o sociales, el ser humano, cree Fukuyama, ha

48 *Ib.*

49 *Ib.* En la estela de Fukuyama, otros ideólogos del neoliberalismo imperante siguen haciéndose la misma pregunta y contestándola de forma positiva. Alain Minc, en el año 2000 seguía reflexionando de esta guisa: “En el plano ideológico: si sólo existe un modelo aplastante, el fin de la historia, tantas veces anunciado, ¿será posible esta vez?”. Cf. A. MINC, *www.capitalismo.net*, Barcelona, Paidós, 2001, 201. Creemos que esta vez tampoco va a ser posible, la realidad es así de tozuda, por mucho que se empeñen estos “fukuyameros”. Por cierto, se anuncia segunda edición de *El fin de la historia y el último hombre* con un epílogo del autor en el que reincide en sus erróneas profecías, ya veremos, cf. F. FUKUYAMA, “Después de «el fin de la historia»”, en *El País*, Domingo 18 de Junio de 2006.

sido domesticado hasta el punto de que las trabas son de base natural, la biología es la responsable de que no haya acabado realmente la historia:

“El principal defecto de *¿El final de la historia?* se encuentra en el hecho de que la ciencia puede no tener fin, pues rige el proceso histórico, y estamos en la cúspide de una nueva explosión de innovaciones tecnológicas en las ciencias de la vida y en la biotecnología. El periodo transcurrido desde la Revolución Francesa ha sido testigo de diferentes doctrinas que esperaban superar los límites de la naturaleza humana mediante la creación de un nuevo tipo de ser humano, que no estuviera sometido a los prejuicios y limitaciones del pasado”<sup>50</sup>.

El hombre postmoderno es el deseado por la globalización del capital durante siglos. Las distintas revoluciones pretendieron superar las limitaciones naturales y sucumbieron, pero hoy el hombre ha sido sometido, en él ya no hay prejuicios ni limitaciones para dedicarse al consumo masivo y olvidarse de toda ideología o utopía que le distraiga de lo esencial: el consumo.

Hoy la ciencia ha abierto el camino para que podamos hacer al hombre a imagen y semejanza de una nueva sociedad. Será el verdadero hombre del fin de la historia, será el hombre del fin y el fin del hombre. Estamos, según estos profetas neoliberales ante la *nueva historia poshumana*:

“El carácter abierto de las actuales ciencias naturales indica que la biotecnología nos aportará en las dos generaciones próximas las herramientas que nos van a permitir alcanzar lo que no consiguieron los ingenieros sociales del pasado. En ese punto, habremos concluido definitivamente la historia humana porque habremos abolido los seres humanos como tales. Y entonces comenzará una nueva historia poshumana”<sup>51</sup>.

“Habremos abolido los seres humanos como tales”, se puede decir más alto pero no más claro. La intención reside en la abolición de los seres humanos concretos, convertidos en meros objetos de consumo que se amoldan y se programan según las necesidades de los mercados. En ese mismo instante anhelado por todos los neoliberales, habrá concluido la historia y estaremos ante la nueva historia *poshumana*. No sé como decirlo de modo que pueda entenderse mi asombro, pero ante esta claridad en la exposición de su ideario no tengo palabras. ¿Qué puede ser una historia poshumana sino una existencia sin verdaderos hombres? Si hemos eliminado de los seres humanos su libertad de elección y su responsabilidad ante las elecciones, nada queda que pueda llamarse propiamente humano, a lo sumo serán, o seremos, *tamagochis*, unas maquinitas que tienen apariencia de vida pero que se reducen a ser meros programas informáticos.

50 *Ib.*

51 *Ib.*

### 3. LA VIOLENCIA REDENTORA

La tesis del fin de la historia ha dado como consecuencia el fin de la vida humana como la conocemos y el nacimiento del hombre poshumano, que todavía no sabemos qué querrá decir esto en las mentes privilegiadas de los ideólogos del sistema. Ante la imposibilidad de utilizar esta tesis de forma plena en la actualidad, hubo necesidad de que naciera otra alternativa mientras se podía llegar biológicamente al fin de la historia. La teoría de Samuel P. Huntington, *el choque de civilizaciones*<sup>52</sup>, venía a suplir el ínterin. Mientras no es posible acabar con el hombre, hagámosle luchar en una lucha sin fin y sin cuartel, enfrentando a culturas, religiones y civilizaciones.

Las tesis de Huntington son relativamente bien conocidas y se resumen en la afirmación de que el siglo XXI será el del “choque entre civilizaciones”. Huntington diseña un mundo compuesto por ocho grandes civilizaciones, a saber, la occidental o euro-norteamericana, la europeo-oriental o eslava, la islámica, la confuciana, la budista, la japonesa, la latinoamericana y la africana. Estas ocho grandes civilizaciones actuarían a manera de gigantescas “placas tectónicas” que chocaran entre sí, dando lugar a una serie de conflictos que constituirían la esencia del siglo XXI.

A la teoría del señor Huntington se le podrían oponer un sinfín de consideraciones. Para empezar, las civilizaciones en que divide a la humanidad son bastante caprichosas y resultan más inteligibles para un conocedor de los objetivos estratégicos norteamericanos que para un sesudo especialista en Historia de las Culturas. Por ejemplo, llama la atención que se individualice como una de las grandes ocho civilizaciones del mundo a la japonesa, rechazando el incluirla en la confuciana o en la budista, lo que sería mucho más lógico desde el punto de vista de la Historia Cultural. La razón para esto no es otra que la percepción de Japón como gran amenaza para los EE.UU. Huntington estima que uno de los objetivos primordiales de los EE.UU. era mantenerse como primera potencia mundial, lo que en la próxima década significa hacer frente al desafío económico japonés. Está obsesionado con Japón por las mismas razones que una vez estuvo obsesionado con la Unión Soviética: ve a aquel país como una gran amenaza para su primacía en un campo crucial del poder. Sólo a partir de esta percepción estratégica del peligro japonés cabe individualizar a Japón como una cultura individual entre las ocho grandes civilizaciones del mundo. Lo que pretende el autor es justificar la hegemonía de Occidente sobre el resto del mundo. Es evidente que las civilizaciones han sido divididas en fun-

52 S. P. HUNTINGTON, *El choque de civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial*, Buenos Aires, Paidós, 2001.

ción de los intereses de occidente y no en función cultural o de civilizaciones. Como el niño pequeño que le duelen los dientes y se le pide que se dibuje a sí mismo; lo hace exagerando la boca o la cara para remarcar su dolor.

El choque de las civilizaciones no es entre todas ellas a la vez sino que se da entre Occidente y el resto:

“[...] en el plano macro o global de la política mundial, el choque fundamental de civilizaciones se da entre Occidente y las demás”<sup>53</sup>.

No hay un verdadero choque entre las civilizaciones, sino entre Occidente y el resto del mundo, quizá porque Occidente, como quedó bien claro en la exposición de su nacimiento y la posterior divinización de su idea, se ha construido sobre la base de la negación del resto de culturas, religiones y civilizaciones, de ahí que puedan entenderse las civilizaciones como tribus a escala planetaria<sup>54</sup>. La lucha entre ellas sería una lucha entre bárbaros salvajes en la que Occidente sigue conservando su antigua misión civilizatoria:

“Occidente, y particularmente los Estados Unidos, que siempre han sido una nación misionera, cree que los pueblos no occidentales deben comprometerse con los valores occidentales de democracia, mercados libres, gobierno limitado, derechos humanos, individualismo, imperio de la ley, y deben incorporar dichos valores en sus instituciones”<sup>55</sup>.

Para llevar a cabo esta misión –mientras no se acaba la historia, recordemos–, Occidente debe utilizar los medios adecuados, medios que no deben escatimar recursos para que la historia llegue al anhelado fin en la economía liberal y la democracia formal. El choque vendrá determinado por la resistencia que van a oponer a la civilización capitalista, las otras civilizaciones que poseen modelos diferentes y, a veces, alternativos. De hecho, este es el verdadero problema de Huntington, el auge de alternativas a la hegemonía estadounidense. Los conflictos económicos se convierten en culturales como instrumento ideológico para justificar todas las guerras que haga falta, y no hablamos de oídas, por desgracia. Huntington lo expone de manera meridianamente clara:

“Sin embargo, durante las décadas venideras, el crecimiento económico asiático tendrá efectos profundamente desestabilizadores en el orden internacional, dominado por Occidente; además, si el desarrollo de China continúa, provocará un importante desplazamiento de poder entre las civilizaciones. Además, para entonces la India podría estar en medio de un rápido desarrollo económico y emerger como un actor influyente en los asuntos mundiales. Mientras tanto el

53 *Ib.*, 250.

54 “Las civilizaciones son las últimas tribus humanas y el choque de civilizaciones es un conflicto tribal a escala planetaria”, *Ib.*, 201.

55 *Ib.*, 175.

crecimiento demográfico musulmán será una fuerza desestabilizadora tanto para las sociedades musulmanas como para sus vecinas. Las altas cifras de gente joven con estudios secundarios continuarán impulsando el Resurgimiento islámico y promoverá la militancia, militarismo y emigración musulmanas. Por consiguiente, las décadas venideras verán el continuo resurgimiento de un poder y una cultura no occidentales y el choque de pueblos de civilizaciones no occidentales con Occidente y entre sí<sup>56</sup>.

Habría que preguntar al señor Huntington por qué se empeña en decir “civilizaciones” cuando quiere decir “economías”. Son las economías lo que importa a este estrategia ideológico, no son las culturas; es el poder, la influencia, el desarrollo, lo que interesa, no la cultura. Hasta se pueden permitir un *multiculturalismo* tipo McDonald’s: cada cual puede tener sus peculiaridades, pero todos comemos la misma basura<sup>57</sup>. Todo puede ser cambiado con el fin de que todo siga igual, es decir, la superestructura puede ser modificada mientras la infraestructura permanezca invariable, mientras los mismos se apropien de los beneficios.

Sería necesario leer a Fukuyama y a Huntington conjuntamente, es la única manera de entenderlos a ambos. Fukuyama es el profeta de la vida poshumana futura; Huntington el que anuncia los trabajos que deben realizarse en la actualidad para conseguir el anhelado fin. Son complementarios antes que antagónicos. Incluso sus tesis respectivas pueden ser leídas como una sola: *el choque de civilizaciones es la política del fin de la historia*<sup>58</sup>. Esto puede ser entendido de dos maneras, la primera como la intención calculada de provocar ese fin de la historia que Fukuyama profetiza a través de una política concienzuda de enfrentamiento de civilizaciones; la otra, como la profecía creíble del verdadero fin de la historia en el planeta como consecuencia del imparable y premeditado choque de las civilizaciones. Occidente y su misión civilizatoria quieren redimir al mundo mediante la violencia del fin de la historia: la *violencia redentora*.

#### IV. MÁS ALLÁ DE LA (POST)MODERNIDAD

Es necesario que haya salidas a esta situación postmoderna, no podemos quedarnos estancados en este tétrico panorama que nos dibujan los ideólogos

<sup>56</sup> *Ib.*, 116.

<sup>57</sup> Hace unos años, los informativos emitieron la noticia de que McDonald’s había tenido que dejar de elaborar sus hamburguesas en la India con carne de vaca. Los puristas hindúes habían protestado acaloradamente por lo que consideraban un atropello a sus creencias. Inmediatamente, McDonald’s dejó de utilizar esa carne y creó las hamburguesas puramente hindúes. Todos contentos, la globalización ha vencido, cualquier ser humano puede comer en los establecimientos McDonald’s sin dejar de pertenecer a su religión.

<sup>58</sup> Cf. S. ŽIŽEK, *Arriesgar lo imposible. Conversaciones con Glyn Daly*, Madrid, Trotta, 2006, 149-151.

de la globalización postmoderna. Habrá que plantear alternativas a una situación inhumana e inmoral que no soporta la más mínima justificación. Hay que repensar la postmodernidad o, dando un giro a lo que planteaba Lyotard, *re-escribir* la postmodernidad. En este proyecto hay algunas propuestas en las que han nacido términos que aglutinan algunas alternativas. Los términos "transmodernidad" y "meta-modernidad" pretenden aglutinar dos propuestas heterogéneas desde dos perspectivas diferentes, pero ambas nacidas en el ámbito hispánico y latinoamericano con la intención de sobrepasar los estrechos cauces por donde discurre el pensamiento *continental* y de las *islas* a un lado y al otro del Canal de la Mancha y del océano Atlántico. Veamos ambas como colofón a este análisis de la postmodernidad y a la vez como antesala a las propuestas alternativas a la globalización y a la exclusión postmoderna que deberemos acometer en otro lugar.

## 1. HACIA LA TRANSMODERNIDAD

Este término se lo debemos a la catedrática de filosofía Rosa M<sup>a</sup> Rodríguez Magda quien, ya en 1989<sup>59</sup> hacía uso de este término para referirse a los tiempos postmodernos pero desde una perspectiva distinta, incluso opuesta, a la postmodernidad. Su propuesta nace de una clara preocupación por los valores modernos de racionalidad, sujeto histórico y proyecto de progreso, pero desde una imagen más débil de la modernidad. Digamos que intenta salvar lo salvable de la modernidad tras la demolición postmoderna de sus valores más importantes. Reconoce que la modernidad se excedió en sus propósitos y que no supo cumplir con sus compromisos, pero entiende que la postmodernidad no ha dado ninguna respuesta al problema del hombre, el mundo y la sociedad, únicamente se ha dedicado a destruir esos cimientos modernos; ahí estamos con esta autora.

Según Rodríguez Magda, la transmodernidad prolonga y continúa la modernidad pero trascendiéndola. Supone el retorno de algunas ideas clave de la misma pero es un retorno distante, irónico, "es la copia, la pervivencia de una modernidad débil, rebajada, *lighth*"<sup>60</sup>. Este es el elemento que recupera de la postmodernidad pero sin su inocente rupturismo, es proponer, frente a la postmodernidad, los valores como frenos o como fábulas, de modo que sirvan para reconducir a la humanidad por una senda verdaderamente humana, pero

59 R. M<sup>a</sup> RODRÍGUEZ MAGDA, *La sonrisa de Saturno. Hacia una teoría transmoderna*, Barcelona, Anthropos, 1989.

60 *Ib.*, 141.

sin ninguna intención metafísica u ontoteológica; de lo contrario caemos en el inhumanismo o en el posthumanismo que predica la postmodernidad.

Si el “post” de postmodernidad sugiere fin de época, fin de siglo, fin del pensamiento, el “trans” de transmodernidad, nos habla de los sentidos implícitos en el prefijo: transformación, dinamismo, atravesamiento. Estamos ante algo dinámico y que no quiere estancarse en nada sino pasar, en último término, trascender, más sin trascendencia.

En tanto que transformación, el término hace referencia a un dinamismo más allá del estatismo de las esencias. Niega una óptica privilegiada y se orienta hacia un constante trasiego de flujos, sea en el ámbito científico o en el social, donde apunta a una coexistencia de tendencias heterogéneas, convivencia de *multicronías* y la ruptura de la historia como proceso unitario, por ello, concluye esta autora:

“Histórica y socialmente nos hallamos, pues, en una *multicronía*. El pluralismo, la complejidad y la hibridación serían sus características”<sup>61</sup>.

En cuanto a la trascendencia a la que nos remite el término transmodernidad, hay que situarla en la necesidad que plantea la secularización de la razón y su posterior debilitamiento de salir urgentemente del relativismo buscando una nueva síntesis, unidad y totalidad, y esto entendido en el sentido de retomar un pensamiento fuerte o incluso una religiosidad o ligazón con lo sagrado. La postmodernidad había dado muy rápidamente por difunta la sacralidad del ser humano y sus ansias de trascendencia, de ahí que un proyecto transmoderno deba recuperar esta dimensión extirpada del hombre como una necesidad vital.

La transmodernidad es presentada por esta autora como un nuevo paradigma que se mueve en seis niveles y en los que aporta una novedad de la que la postmodernidad está necesitada. Los niveles son<sup>62</sup>:

*Gnoseológico*: La realidad es más amplia que lo materialmente existente, el mundo de la red ha sustituido a la realidad por la imagen digitalizada. Lo verdaderamente real se encuentra en los paquetes de bits y no de átomos. El pensamiento de la verdad como adecuación entre la cosa y el pensamiento es un anacronismo, nace el cosmos virtual.

*Metafísico*: El pensamiento postmetafísico ha dejado su impronta fuertemente, ya no puede hablarse del ser aristotélico, como el *to ti en einai*, sino del ser que es *lo que será*, como la figura bíblica de Dios. El hombre es también *lo que será*, es un ser haciéndose progresivamente, nunca dado de forma defi-

61 R. M<sup>a</sup> RODRÍGUEZ MAGDA, *Transmodernidad*, Barcelona, 2004, Anthropos, 17.

62 Cf. *Ib.*, 18-21.

nitiva. El ser es un encuentro trabajado, el resultado de su determinación de escapar a la nada.

*Ético-político*: La ausencia de una metafísica *fuerte* no impide una determinación social normatizada. La autonomía supone la capacidad del hombre de otorgarse normas y extenderlas a todo el cuerpo social. La misma ausencia metafísica ontoteológica supone la pérdida de la hegemonía social de clase o de poderes fácticos. El acuerdo público y el consenso son la base de un orden democrático real. Las normas han de ser prácticas con un ideal regulativo de tipo kantiano donde rigen la justicia, igualdad y respeto por los derechos humanos. La trasmodernidad no es inanidad política.

*Subjetivo*: El ser humano concreto carece de una dimensión de inmortalidad, pero su misma indeterminación le otorga la capacidad de hacerse, construirse en su acción. Somos sujetos preformativos que nos hacemos en nuestras relaciones, deseos y afectos, seres en acto nunca concluidos.

*Estético*: Hay que superar el minimalismo actual, sacar el arte de los museos y convertir al artista en su propio objeto artístico; convertir la obra en acción, lo material en virtual. Es necesario cubrir el vacío abierto a la existencia humana con lo estético.

*Sacro*: El vacío creado alrededor del hombre, le lleva al desamparo. La ausencia de sentido, la nada como horizonte, la pequeñez en la infinitud, son las experiencias radicales a las que nos aboca el fin de los meta-relatos. La transcendencia inmanente que se propone no es una vuelta a lo sagrado como raíz esencialista y verdadero sentido recobrado, sino una sacralidad estética que asume el misterio de la ausencia. "Para ello el individuo necesita retomar el origen ancestral de sus mitos, recrear la ritualidad, en la que él, oficiante, es a la vez que creador, depositario del secreto de la ausencia"<sup>63</sup>.

Esta propuesta pretende salir del *marasmo postmoderno* retornando a una modernidad conscientemente debilitada, capaz de reconocer la ausencia originaria del sentido del mundo y del hombre sin intentar imponer una metafísica presencial. El intento es laudable y, como cristianos *postmodernos*, nos sentimos cercanos al intento, pero deja algunos cabos sueltos. El primero se refiere a la sacralidad, según esta autora la sacralidad sería una estética que pretende crear como una red que sujete al hombre para no caer al vacío de su nihilismo. De esta manera se vuelve, no a la mejor tradición, que es la cristiana en cuanto una crítica radical de la mitología, sino a la misma mítica concepción del mundo que vio nacer la superstición y el oscurantismo. Mantenerse en una simple estética, aunque no es poco, no recupera la dimensión redentora de lo

63 *Ib.*, 21.

sagrado en su nivel anamnético, es decir, en su capacidad de recobrar el pasado y proyectarlo hacia el futuro de forma creciente y positiva –no está lejos de esto la Eucaristía–.

El segundo cabo suelto es el de las víctimas. Las víctimas de la historia moderna y de la no-historia postmoderna. Probablemente piensen algunos que negando la historia se niegan sus consecuencias, pero la realidad es tozuda, y las víctimas siguen ahí exigiendo justicia. La justicia de las víctimas no puede hacerse mediante un borrón y cuenta nueva y nos olvidamos de todo. No, la postmodernidad ha nacido como un recurso amnésico de la modernidad para olvidar sus víctimas. Recuperar la modernidad frente a la postmodernidad, debe conllevar el pago de la deuda histórica de aquella. Sin condonación de la deuda no puede haber reconciliación con la historia, sea unicrónica o multicrónica. Para volver al carrusel de la historia, la (trans)modernidad, debe sacar el correspondiente ticket y arrostrar sus consecuencias. No hay otra manera.

Estos dos cabos sueltos son tan importantes que ponen entre corchetes –o grilletes– el proyecto transmoderno. No puede heredarse la hacienda familiar sin asumir las hipotecas. Las víctimas y lo sagrado son las dos hipotecas que la modernidad no ha levantado y que la postmodernidad pretendía olvidar, pero el olvido le supuso su muerte; era un gigante con pies de barro. El otro de los dos proyectos que decíamos, intenta levantar la hipoteca que grava sobre la modernidad y reconstruir sobre aquellos pilares, aunque con mucha humildad, esta es la propuesta de la meta-modernidad.

## 2. LA META-MODERNIDAD

El término y su carga conceptual se la debemos a la reflexión de Mariano Moreno Villa sobre la filosofía de Enrique Dussel. Como creyente intenta dar respuesta a las dos problemáticas que la transmodernidad ha dejado sin amortizar. Las víctimas de la historia producidas, ante todo, por la modernidad occidental, y la realidad de lo sagrado como una mediación humanizadora del hombre, serán las dos principales preocupaciones de esta reflexión que se llama a sí misma *filosofía personalista de la liberación*<sup>64</sup>. En sus fuentes están tanto los filósofos latinoamericanos de la liberación como la filosofía personalista europea, de ambos viene su núcleo creyente y su vinculación filosófica. Desde aquí, Moreno Villa intenta, según entendemos, una reescritura de la postmoder-

64 M. MORENO VILLA, *Filosofía personalista de la liberación*, Universidad de Murcia, Facultad de Filosofía, 1993. Se trata de la Tesis presentada en el Departamento de “Filosofía y Lógica” de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Murcia, para la obtención del grado de Doctor en Filosofía, siendo el director de la misma el Dr. D. Jesús García López.

nidad. Pretende recuperar lo más válido del truncado proyecto moderno, siendo a la vez muy conscientemente crítico de sus limitaciones.

El proyecto nace de una toma en consideración de los logros de la filosofía de la liberación, ésta describe una situación del mundo y la cultura presentes desde unas consideraciones distintas a las usuales en la concepción de los postmodernos europeos y norteamericanos. La sola presencia de las enormes masas de personas pobres, la mayoría de la actual humanidad, muestra la cara escondida de la modernidad, el *reverso del ser* moderno y del proyecto de la ilustración y su utopía de la libertad, igualdad y fraternidad entre los hombres. La razón ilustrada, que parte de la propia autoconstitución mediante el *ego cogito*, no ha tenido ojos para ver el rostro del Otro, la otra cultura distinta, los pueblos diferentes, ni para ver en el Otro a un hermano. La Europa ilustrada moderna, que se inicia en 1492, se extendió imperialmente a costa de los otros pueblos con una lógica de la conquista y de la negación de la libertad de los otros: *ego conquiro*.

La propuesta meta-moderna, no puede ser una propuesta postmoderna en el sentido de sus principales representadas (Lyotard, Vattimo), pero tampoco es antimoderna, como pretenden los neoconservadores, aunque sí se adhiere a las críticas legítimas de la modernidad. Tampoco se incardina en el proyecto habermasiano que postula una conclusión cabal de la modernidad, eso sería lo mismo que caer otra vez en la dependencia de occidente del resto de pueblos sometidos. Esta propuesta debe aportar algo nuevo, debe pensar desde el reverso del ser y de la historia; debe constituirse en la propuesta de los explotados, dominados y silenciados, de ahí que la propuesta que ofrecemos sea:

“[...] una filosofía de la «meta-modernidad», indicando que está «más allá» (*metá*) de la modernidad, no sólo en un sentido geográfico, ni cronológico, sino en tanto que denota su reverso, la otra cara, sufriente, de la modernidad”<sup>65</sup>.

La meta-modernidad se nos presenta como la alternativa necesaria a la construcción moderna de un mundo de opresión e injusticia, nacido de la modernidad y concluido con la postmodernidad. Por ello, es necesario salir tanto de una como de otra, pero recuperando los valores básicos que la modernidad sólo había aplicado a unos pocos.

Lo que puede ser asumido de la postmodernidad es que la razón emancipadora burguesa y liberal ha desembocado en la reificación (Weber) y la alienación (Marx), y una vez que la misma crítica marxista al capitalismo ha dado como resultado histórico la alienación de la persona en la totalidad colectivista,

65 M. MORENO VILLA, *Cuando ganar es perder. Reflexión ética sobre el neoliberalismo*, Salamanca, Acción Cultural Cristiana, 1997, 197.

la idea de una racionalidad central de la historia y su concepción del mundo unitaria, ha explotado en una multiplicidad de racionalidades “locales”, abriéndose la puerta a la Exterioridad y la Alteridad.

La meta-modernidad quiere romper la uniformidad de una razón opresora o su uso opresor. Esta razón ha sido, sistemáticamente utilizada para el enriquecimiento de unos a costa de la mayoría de la población mundial, “una razón que es utilizada para dar culto a Mammón, al dinero endiosado, al dios Molok, devorador de niños”<sup>66</sup>. Frente a esto, se exige el reconocimiento de la igualdad alterativa y solidaria; frente a una razón hegemónica, una razón desde el corazón de los oprimidos y “bárbaros”; frente a la hegemonía de la “sacro-santa” libertad individual, la comunión de la fraternidad humana; frente a la imposición del único logos occidental, la afirmación de la pluralidad de logos concretos y locales.

Se hace necesario afirmar una razón de los excluidos y marginados en la sociedad global postmoderna. Será imposible un verdadero cambio si no damos la palabra y la acción a aquellos a los que ha sido negada durante siglos. Aquellos que han vivido en la noche de la historia y su derecho ha sido negado, ocultado y masacrado, ellos son los que ahora nos pueden aportar el corazón que la postmodernidad ha perdido en la voracidad de su consumo suicida.

## CONCLUSIÓN

La postmodernidad nace como un intento de eliminar los instrumentos que en la modernidad habían elevado a algunos a la posesión y dominio del mundo entonces conocido. La postmodernidad será la misma modernidad en la que los pilares han sido tambaleados y derruidos con el fin de que no fuesen utilizados por las víctimas de la historia para encumbrarse a su cima y trasmutar el orden de explotación y dominio. Era necesario que aquellos instrumentos que, a modo de escala habían sido utilizados para subir a la cima del dominio mundial, fuesen retirados para evitar que otros pudiesen subir. Sujeto, razón absoluta y concepto teleológico de la historia van a ser sistemáticamente *desconstruidos* con el fin de hacer ver ideológicamente su nulidad.

El sujeto como constructor de la realidad será trasmutado en individuo consumidor incapaz de crear algo más que su propio goce irreprimible; es el nacimiento de un nuevo hombre: el *homo consumptor*, el individuo consumidor de su propio consumo, *destructor*, consumidor, de sí mismo y de su entorno. La razón absoluta será *desconstruida* de manera inmisericorde con el fin de que

66 *Ib.*, 199.

no pueda volver a ser utilizada para nada que no sea la reproducción técnica de la sociedad de consumo. La historia será negada, finalizada, borrada, ya no hay ninguna necesidad de generar utopías y alternativas, en el fondo, nada puede cambiar. La tesis del fin de la historia ha dado como consecuencia el fin de la vida humana como la conocemos y el nacimiento del hombre poshumano.

Pero creemos que es necesario que haya salidas a esta situación postmoderna, hay que repensar o *re-escribir* la postmodernidad, de lo contrario, nos veremos sumergidos en un proceso absoluto de suicidio colectivo. De hecho, ya estamos inmersos en un homicidio global que extermina a cien millones de víctimas sacrificadas ante el ara del dios mercado, el Molok que exige sangre humana. Las alternativas deben fluir desde el seno de una racionalidad cordial que se construya a partir de las dimensiones que hacen al ser humano algo más que un *bípedo implume*: una política exodal, una ética samaritana y un amor kenótico, pero esto es otra historia.