

LO DESIGUAL

TRAS EL FANTASMA

<<Ya vacila mi ánimo y empiezo
a dudar de los equívocos del demonio
que miente al decir la verdad>>

Macbeth, Shakespeare.

<<TURANDOT: ¡Cómo osas, extranjero!

Cosa humana no soy.

¡Soy la hija del Cielo,

libre y pura.

Tú abrazas mi frío velo

¡pero el alma está allá arriba!

CALAF: Tu alma está arriba,

¡pero tu cuerpo está cerca!>>

Turandot, G. Puccini.

Diego Ezequiel Litvinoff

DNI: 29.951.872

Estudiante de Sociología de la UBA

diegolitvinoff@yahoo.com.ar

¿Qué es un fantasma?

Un fantasma es el producto de un espejo¹, cuya imagen reflejada es siempre distinta de quien la emite. Observarse en un espejo produce una escisión: éste devuelve una figura fantasmal que sólo posee aquellos atributos observables, desapareciendo así nuestro secreto animal, que permanece oculto, del otro lado del espejo. La ilusión consiste en la posibilidad de separar ambos aspectos² que, en realidad, son inescindibles: de un lado queda la vida desligada del cuerpo y del otro, el cuerpo carente de vida. Observarse en un espejo convierte al individuo en especial³, es decir, que se reconoce a sí mismo como único. Sin embargo, ello es el producto de una igualación con el resto de los individuos: se equipara todo lo que no se observa en el espejo –el cuerpo carente de vida– y sobre esa igualdad se construye la desigualdad de la especialidad. El espectro es entonces el resultado de esa escisión entre lo observable y lo obscuro, es decir, lo que queda oculto, fuera de escena. Sin embargo, una vez que nos alejamos del espejo, la imagen, que este revela como externa, se interioriza, organizando la subjetividad de los individuos⁴ y negando, para ello, la escisión que la fundamenta.

Otra escisión que produce espectros es la muerte. El cuerpo sin vida se esconde debajo de la tierra, mientras que el alma del muerto adquiere la forma de un fantasma. En este caso, la unión entre el ser corpóreo y la vitalidad de aquella persona se presenta de una manera más difusa y la ilusión de la independencia del espectro se afirma. A diferencia de la madre chimpancé, incapaz de diferenciar entre vida y cuerpo, y que al morir su hijo pequeño lo sigue cargando durante varios días, los hombres entierran rápidamente a sus muertos, pero no pueden librarse de sus espectros. Este espectro, sin embargo, no es sino el resultado de una operación realizada por los vivos, consistente en diferenciar lo corpóreo de lo humano o más bien en la incapacidad de percibir la unidad. Como sostienen Adorno y Horkheimer en su artículo *Interés por el cuerpo*, «sólo en la civilización se ha distinguido y separado el cuerpo

¹ G. Agamben sostiene que «La unión con la propia imagen en un espejo perfectamente lúcido simboliza a menudo, según una tradición mítica mística [...], la unión con lo suprasensible», *Estancias*, Editora Nacional, Madrid, 2002, pág. 131.

² Dicen al respecto T. Adorno y M. Horkheimer «La idea del hombre se expresa en la historia europea en su diferencia respecto del animal», «Hombre y animal», en *Dialéctica de la ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 291.

³ Sostiene G. Agamben que «La imagen es un ser cuya esencia es la de ser una especie, una visibilidad o una apariencia. Un ser especial es aquel cuya esencia coincide con su darse a ver, con su especie», «El ser especial», en *Profanaciones*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2005, pág. 73.

⁴ J. Lacan llama a este momento el estadio del espejo, sugiriendo por ello «comprender el estadio del espejo como una identificación [...] a saber, la transformación producida en el sujeto cuando asume una imagen», *Escritos I*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1985, pág. 87.

del espíritu>>⁵. Esta escisión permite colocar el alma de los muertos por detrás de los acontecimientos y así organizar la cultura. Agamben estudia esta forma de organización en su libro *Lo abierto*, mediante la formulación del concepto de <<máquina antropológica>> y la forma en la que este tipo de mecanismo se despliega,

<<Pueden funcionar tan sólo instituyendo en su centro una zona de indiferencia en la que debe producirse [...] la articulación entre lo humano y lo animal, el hombre y el no-hombre, el hablante y el viviente>>⁶.

La fantasmagoría emerge, entonces, como producto de la contradicción entre lo humano del hombre y su carácter animal. La posibilidad de desligar ambos aspectos, concentrando a cada uno en una margen distinta, da como resultado el fantasma. El engaño, sin embargo, no consiste en presentar como verdadero lo que en realidad es falso. Se trata, por el contrario, de colocarlo por detrás de los acontecimientos cuando en realidad se trata de su resultado.

Es justamente a causa de las contradicciones de las que surge, que el fantasma adquiere su forma característica: en él se plasma una realidad parcial, producto de la escisión de la que depende para existir. Por lo tanto, queda libre de la carga que deben llevar los mortales. No obstante, él mismo se constituye en una carga, porque su propia aparición implica una exigencia. El fantasma pide que se haga cumplir su ley, que consiste en garantizar las condiciones para su propia reproducción, es decir, afirmar las contradicciones que lo sustentan, lo que sólo se consigue ocultando la unidad entre materia y humanidad. Con cada aparición, por lo tanto, obnubila el orden de los acontecimientos produciendo en los hombres un efecto adormecedor: el fantasma falsea la realidad, pues su sombra niega la materia de la que se compone. Resolver las contradicciones exige revelar que son ellas las que se encuentran detrás del fantasma y no viceversa. Colocar al fantasma por detrás de los hechos contribuye a mantener el orden, mientras que el pensamiento que pretenda constituirse como crítico debe significar la realidad de manera tal que genere la necesidad de un cambio. Esa es la voluntad de Spinoza al escribir el *Tratado teológico-político*, con una clara intención de ejercer una crítica hacia los fundamentos de la religión. En ese libro, Spinoza sostiene que las religiones surgen a causa de la imposibilidad de los hombres de regirse por una regla preconcebida; nacen del temor que genera aquel vacío, llevando al hombre a la necesidad de

⁵ T. Adorno y M. Horkheimer, “Interés por el cuerpo”, en *Dialéctica de la ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 277.

⁶ G. Agamben, *Lo abierto*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2006, pág. 75.

las figuras religiosas, que si bien son externas se configuran como si fueran la causa última de los hechos,

<<Todos esos objetos de una vana adoración no son más que fantasmas, obra de un alma tímida en que la tristeza lleva al delirio>>⁷.

Esos fantasmas surgen como producto del espejo de la religión que proyecta los atributos humanos hacia un reino celestial, relegando el reino de la tierra como un ámbito de perversión casi animal. De esta manera, las desigualdades terrenales permanecen en lo obscuro, se ocultan detrás de la oposición entre lo sagrado y lo profano. Es por eso que, como revela Spinoza, detrás del síntoma que produce la religión, se encuentra una relación de dominio,

<<El gran secreto del régimen monárquico y su principal interés consisten en engañar a los hombres, disfrazando bajo el hermoso nombre de religión al temor de que necesitan para mantenerlos en la servidumbre>>⁸.

El fantasma en el discurso

La figura fantasmagórica es la manera en la que se manifiesta la teoría pura no sólo en la religión sino en todas sus posibles formas, incluso y sobre todo, en las más racionales. Como sostienen Marx y Engels en *La ideología alemana*, esta forma de teoría aparece como resultado de la división del trabajo entre trabajo físico –corporal/animal– y trabajo intelectual –puramente humano–⁹. Esta teoría pura, la ideología, que de esta manera adquiere una aparente autonomía, no es sino el resultado de la escisión del conjunto social en dos partes diametralmente opuestas, dominando una de ellas sobre la otra. El espejo, es decir, la capacidad de escindir lo humano específico de lo animal que hay en el hombre, se materializa en una separación que atraviesa al conjunto de la sociedad. Un sector quedará como portador de los atributos puramente humanos, sólo a condición de que el otro cargue con el peso de la animalidad, la homogeneidad y los valores más bajos. La ideología es, por lo tanto, el fantasma que surge de esta división¹⁰ y que al mismo tiempo contribuye a

⁷ B. Spinoza, *Tratado teológico-político*, Hyspamérica Ediciones, Madrid, pág. 20.

⁸ Ibid., pág. 21.

⁹ <<Desde este instante, puede ya la conciencia imaginarse que es realmente algo sin representar algo real; desde este instante, se halla la conciencia en condiciones de emanciparse del mundo y entregarse a la creación de la teoría “pura”>>, K. Marx y F. Engels, *La ideología alemana*, Santiago Rueda Editores, Buenos Aires, 2005, pág. 32.

¹⁰ Como sostiene Horkheimer, la palabra ideología para Marx y Engels, <<no se consideraba la conciencia meramente dependiente de los procesos corporales en los hombres singulares, sino de la estructura subyacente de

reproducirla. Queda entonces claro el mecanismo a través del cual el discurso ideológico se presenta como el fundamento de las relaciones sociales –religión pura, moral pura, derecho puro– cuando no es sino el resultado de las mismas.

Quienes contribuyen a reproducir el fantasma son los ideólogos, un sector de la clase dominante¹¹ que, entonces, aparece como dividida. Si bien aquello puede dar lugar a ciertas luchas y enfrentamientos, esta discrepancia no es sino una apariencia que tarde o temprano se pone de manifiesto¹² dado que, en realidad, los ideólogos no luchan contra las condiciones a partir de las cuales surgen los fantasmas¹³, sino que pretenden luchar contra los fantasmas mismos, sin poner en cuestionamiento la realidad de la que surgen. Esta farsa es desnudada por Marx y Engels en *La Ideología Alemana*, cuyo prólogo anuncia el objetivo de la obra,

<<Desenmascarar a estas ovejas que se hacen pasar por lobos y son tenidas como tales, poner de manifiesto cómo no hacen otra cosa que balar filosóficamente [...] poner en evidencia y desacreditar esa lucha filosófica con las sombras de la realidad>>¹⁴.

El intelectual que pretenda realizar una tarea verdaderamente crítica tendrá pues que desligarse de las ataduras que lo ligan a las clases dominantes de cada época. Adorno sostiene que <<la ideología es, en efecto, justificación>>¹⁵ y, por lo tanto, los desafíos de la teoría actual consisten en romper esos lazos. Cuando el autor estudia la actualidad de la filosofía plantea precisamente este problema, consistente en que la teoría en estado puro, con su intención totalizadora y dadas las condiciones de desigualdad existentes, no hace sino reproducir estas condiciones,

<<Quien hoy elija por oficio el trabajo filosófico ha de renunciar desde el comienzo mismo a la ilusión con que antes arrancaban los proyectos filosóficos: [...] que sería

la sociedad>>, “Ideología y acción”, en T. Adorno y M. Horkheimer, *La sociedad*, Proteo, Buenos Aires, 1996, pág. 44.

¹¹ <<Parte de esta clase se revela como la que da sus pensadores (los ideólogos conceptivos activos de dicha clase, que hacen del crear la ilusión de esta clase acerca de sí misma su rama de alimentación fundamental)>>, K. Marx y F. Engels, Op. Cit., pág. 51.

¹² <<Esta hostilidad desaparece por sí misma tan pronto como surge cualquier colisión práctica susceptible de poner en peligro a la clase misma, ocasión en que desaparece, asimismo, la apariencia de que las ideas dominantes no son las de la clase dominante, sino que están dotadas de un poder propio, distinto de esta clase>>, Ibid., pág. 51.

¹³ Sostiene Lukács al describir la filosofía burguesa, <<El mundo cosificado se presenta ya –y filosóficamente, elevado al cuadrado, bajo una iluminación “crítica”– definitivamente como único mundo posible>>, “La cosificación de la conciencia del proletariado”, en *Historia y conciencia de clase, Tomo II*, Hyspamérica, Madrid, 1985, pág. 34.

¹⁴ K. Marx y F. Engels, Op. Cit., pág. 11.

¹⁵ Ibid, pág. 40.

posible aferrar la totalidad de lo real por la fuerza del pensamiento [...] La filosofía que a tal fin se expende hoy no sirve para otra cosa que para velar la realidad y eternizar su situación actual>>¹⁶.

Esta crítica hacia las formas más elevadas de la filosofía de la Ilustración se extiende hacia la ciencia positiva en una continuidad que hace de esta <<su último producto>>¹⁷. Como lo estudia Marcuse en *El hombre unidimensional*, precisamente esta función, la de <<velar la realidad>>, es cumplida también por aquella corriente teórica al presentarse a sí misma como diametralmente opuesta a la filosofía anterior y enunciando otras pretensiones,

<<Curar al pensamiento y al lenguaje de las nociones metafísicas que los confunden: de “espectros” de un pasado menos maduro y menos científico que, aunque ni designan ni explican, todavía persiguen a la mente>>¹⁸.

De esta manera, el positivismo lleva al extremo los postulados de la ideología. Ya no se intenta reemplazar una interpretación del mundo por <<pensamientos que se correspondan a la esencia del hombre>>¹⁹, como lo hacían los ideólogos alemanes del siglo XIX, sino que se pretende eliminar cualquier tipo de interpretación. Se propone, es cierto, eliminar al fantasma, pero sin modificar las condiciones que permiten su emergencia. Marcuse lo explica,

<<La destrucción de una antigua ideología se convierte en parte de una nueva ideología. No sólo las ilusiones son destruidas, sino también la verdad contenida en esas ilusiones>>²⁰.

Así, el discurso positivista es, como sostienen Adorno y Horkheimer, <<tautológico>>²¹: al justificar todo lo que existe de hecho, no es sino una mera repetición de lo dado.

Mientras el discurso filosófico-metafísico intentaba colocar al fantasma por detrás de los acontecimientos, pretendiendo así mantener el orden imperante, daba lugar al surgimiento de una teoría crítica que podía revelar aquella ilusión. De esta manera, se hacía posible su

¹⁶ T. Adorno, *Actualidad de la filosofía*, Barcelona, Altaya, 1997, pág. 73.

¹⁷ T. Adorno y M. Horkheimer, “El concepto de Ilustración”, en *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 70.

¹⁸ H. Marcuse, *El hombre unidimensional*, Hyspamérica, Buenos Aires, 1984, pág. 156.

¹⁹ Esta era la tarea de Feuerbach, según K. Marx y F. Engels, Op. Cit., pág. 11.

²⁰ H. Marcuse, Op. Cit., pág. 169.

²¹ T. Adorno y M. Horkheimer, “El concepto de Ilustración”, en *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 80.

propia negación, al poner de manifiesto las desigualdades que la sustentaban. Ese fue el objetivo que se propusieron Marx y Engels al escribir el *Manifiesto del partido comunista*,

«Es ya hora de que los comunistas expresen a la luz del día y ante el mundo entero sus ideas, sus tendencias, sus aspiraciones, saliendo así al paso de esa leyenda del espectro comunista con un manifiesto de su partido»²².

No es casual que aquel texto haya adquirido el nombre de *Manifiesto*. Su fundamento fue la necesidad de establecer un punto de partida programático para realizar un cambio en las condiciones materiales y de esa forma desvanecer el espectro que impedía la realización de las propuestas revolucionarias.

El objeto fantasma

El cierre del discurso propuesto por el positivismo, sin embargo, no significó la desaparición del fantasma. Por el contrario, ese discurso se afianzó en el marco de una sociedad²³ en la que lo fantasmagórico se mantuvo en el curso de las acciones cotidianas y se plasmó, por ello, en los propios objetos que la componen. Antiguamente, era clara la división entre los objetos sagrados, portadores de lo religioso y elevados por encima de lo terrenal, y los objetos profanos, destinados al consumo y a la satisfacción de necesidades naturales de los hombres. En la sociedad moderna, en cambio, con la preponderancia de las relaciones mercantiles, la fantasmagoría comenzó a penetrar en *todos* los objetos, que ahora se producen para el intercambio. Zizek sostiene que «en las sociedades donde reina el fetichismo de la mercancía, las relaciones entre los hombres están completamente desfeticizadas»²⁴. Así, la aparente desfeticización del positivismo no hace sino contribuir a la fetichización de la mercancía o, lo que es lo mismo, *sólo es posible el positivismo en el marco de una sociedad regida por el fetichismo de la mercancía*.

De esta forma, como lo estudia Marx en *El Capital*, los objetos parecieran tener la capacidad de relacionarse entre sí, emergiendo de esa relación el atributo del valor. Como queda claro en el estudio que realiza sobre el *Fetichismo de la mercancía y su secreto*, aquello no es sino una ilusión,

²² K. Marx y F. Engels, *Manifiesto del partido comunista*, Centro Editor de Cultura, Buenos Aires, 2004, pág. 40.

²³ «En el grado en que la realidad dada es científicamente comprendida y transformada, en el grado en que la sociedad se hace industrial y tecnológica, el positivismo halla en la sociedad el medio para la realización (y la ratificación) de sus conceptos», H. Marcuse, Op. Cit., pág. 158.

²⁴ S. Zizek, *El sublime objeto de ideología*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2003, pág. 52.

<<Lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre aquellos>>²⁵.

La figura del mercado se configura entonces como el espejo que produce la escisión necesaria para la aparición de aquella fantasmagoría: la mercancía. Al igualarse, mediante el intercambio, lo que sucede en la esfera de la producción, los trabajos específicos de cada individuo se traducen bajo la forma de trabajo humano abstracto. Así, se libera la esfera del mercado a una aparente autonomía, donde el trabajo particular se manifiesta como social. Las reglas que regulan esa aparente autonomía permanecen ocultas en aquella escisión, plasmándose el fantasma en la figura de la mercancía. La escisión entre producción e intercambio es el espejo a través del cual lo primero queda escondido como un ámbito en el cual se produce la reducción a la igualdad humana, mientras que en el segundo aparecen las diferencias que sólo son posibles sobre la base de aquella igualdad.

Como lo destaca Lukács en su libro *Historia y conciencia de clase*, esta escisión es necesaria para que se produzca una nueva escisión en el propio ámbito de la producción²⁶, por la que un sector de la sociedad queda relegado a cumplir las tareas humano-abstractas —el que sólo posee su fuerza de trabajo— y otro sector —el propietario de los medios de producción— es por ello liberado de aquella carga. Esta escisión es la condición de posibilidad del capital: el hecho de que un sector de la sociedad produzca una cantidad de bienes superior a la que está en condiciones de consumir, genera un plus en el valor, que será apropiado por el sector propietario. El capital es entonces el fantasma que aparece como resultado de ese proceso, pero que, para afirmar la desigualdad en la repartición de los recursos de la sociedad, no se presenta sino como su causa²⁷.

Al penetrar el fantasma en los objetos y regular de esa forma las relaciones sociales, el pensamiento puede estar libre de espectros. Sobre ese terreno se desarrolla el positivismo, bajo la aparente objetividad de estudiar la cosa tal y como está dada, pero ocultando al mismo tiempo su origen. Sin embargo, Lukács sostiene que, al quedar libre de espectros, los

²⁵ K. Marx, *El Capital*, Fondo de Cultura Económica, México, 1946, pág. 89.

²⁶ Sostiene G. Lukács, <<Sólo cuando la entera vida de la sociedad se pulveriza de ese modo en una serie de aislados actos de intercambio de mercancías puede nacer el trabajador “libre”>>, Op. Cit., pág. 14.

²⁷ A esto se refiere Lukács cuando analiza el verdadero origen del interés, aduciendo que mientras aquél, <<No es en realidad más que una forma de beneficio, o sea, de la plusvalía arrancada al trabajador por el capital funcionando, ahora el interés aparece, a la inversa, como el fruto auténtico del capital, como lo originario, y el beneficio, transformado ya en ganancia del empresario, aparece como mero accesorio y añadido que se agrega en el proceso de reproducción. En este momento se ha consumado la fetichización del capital y de la representación del fetiche del capital>>, Ibid., pág. 18.

fundamentos económicos en los que se sostiene la sociedad pueden adquirir la forma de la conciencia,

<<Los momentos económicos no están ya ocultos “tras” la conciencia, sino que están en la conciencia misma (aunque sea reprimidos en lo inconsciente)>>²⁸.

Aunque por otro lado, paralelamente al despertar de la conciencia con respecto a los fundamentos económicos de las relaciones sociales, se da, como lo estudia Zizek, un movimiento de la propia fantasía hacia zonas inconscientes. En su libro *El sublime objeto de la ideología*, a partir de la conocida frase de Marx <<ellos no lo saben, pero lo hacen>>, intenta elucidar su verdadero sentido, al demostrar que la ilusión no se encuentra en el ámbito del *saber*, sino precisamente en el terreno del *hacer*. Discute con aquellos que interpretan la figura de la ideología como un saber falso de la realidad, alegando que, ciertamente, los hombres saben cómo se compone la realidad en la que viven, aunque actuaran como si ésta fuera mágica. La ideología se ubica, por lo tanto, en el lugar del inconsciente, y esto es lo que Zizek llama <<fantasía ideológica>>.

<<La ilusión no está del lado del saber, está del lado de la realidad, de lo que la gente hace. Lo que ellos no saben es que su realidad social, su actividad, está guiada por una ilusión, por una inversión fetichista>>²⁹.

Al desaparecer el fantasma del discurso, manteniéndose incólumes las relaciones a partir de las cuales surge, el mismo se instala en la dimensión inconsciente que regula las relaciones sociales. Este penetrar en el inconsciente del fantasma hace que los objetos aparenten poseer atributos mágicos, y no solamente en cuanto portadores de valor o plusvalor. Freud³⁰ demostró, en su artículo titulado *Fetichismo*, que esto sucede en los casos en los que determinados objetos –los zapatos, por ejemplo– se convierten en los destinatarios del deseo sexual. Lo que el autor sostiene es que ese <<objeto fetiche>> no es sino el reemplazo del falo femenino –de la madre– al que el hombre <<no quiere renunciar>>³¹, porque así él mismo correría el peligro de su propia castración. Esto no quiere decir que con

²⁸ G. Lukács, “Conciencia de clase”, en *Historia y conciencia de clase, Tomo I*, Hyspamérica, Madrid, 1985, pág. 104.

²⁹ S. Zizek, Op. Cit., pág. 61.

³⁰ Sobre los vínculos que hay entre el concepto de *Fetichismo* en las teorías de Freud y Marx, G. Agamben sostiene que entre ambos existe <<más que una simple analogía terminológica [...] A la superposición del valor de cambio sobre el valor de uso corresponde, en el fetichismo [en Freud], la superposición de un particular valor simbólico al uso normal del objeto>>, *Estancias*, Editorial Nacional, Madrid, 2002, pág. 62.

³¹ S. Freud, <<Fetichismo>>, en *Obras Completas Tomo XXI*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1979, pág. 148.

el fetiche se reemplaza una cosa por otra, dado que con su construcción se niega tanto como se afirma la falta del falo femenino.

Concebir al fetiche como un reemplazo del falo materno equivale a la significación latente, mientras que, como señala Freud en su estudio sobre la interpretación de los sueños, lo crucial es el análisis de la forma que adquiere este fenómeno³². Analizar el fetichismo desde esta perspectiva, permite afirmar que el fantasma es el resultado de la escisión producida entre el hombre y la mujer –simbolizada por la presencia del pene en el hombre–. El <<objeto fetiche>> afirma esa escisión al tiempo que la oculta, como sostiene el propio Freud, en lo que denomina <<el problema de la bi-escindida actitud del fetichista>> frente al problema de la castración de la mujer,

<<Es en la construcción del fetiche mismo donde han encontrado cabida tanto la desmentida como la aseveración de la castración>>³³.

Así, la desigualdad entre el hombre y la mujer no se salva, sino que se afirma mediante la construcción de <<objetos fetiche>>. La relación del fetichista con su mujer reduce a ella a ser una simple portadora de objetos, impidiendo así su subjetivación.

La cultura fantasmagórica

El desarrollo de una sociedad construida sobre la desigualdad conlleva una creciente fetichización de los objetos, que abarca paulatinamente a una mayor cantidad de ámbitos. Entre ellos, el arte no permanece inmune, donde el proceso adquiere la forma de su reemplazo por la cultura popular. Lowenthal, en su artículo *Perspectivas históricas de la cultura popular*, estudia en detalle esta problemática. Al comparar a ambos, sostiene que el arte vive en el lugar de la acción, distanciando al hombre de la antigua relación mítica que mantenía con las cosas. A través de la obra de arte, se establece el concepto de lo bello en una experiencia que lleva a una mayor realización. La cultura popular, por el contrario, no produce sino una gratificación espuria,

<<En la cultura popular, los hombres se liberan de los poderes míticos desechándolo todo, inclusive la reverencia por lo Bello. Niegan cualquier cosa que trascienda la realidad dada [...] Del reino de la belleza el hombre pasa al reino del entretenimiento, que a su vez se halla integrado con

³² En el caso de los sueños, lo llama <<trabajo de sueño>>, S. Zizek, Op. Cit., pág. 38.

³³ S. Freud, Op. Cit., pág. 151.

las necesidades de la sociedad y niega el derecho a la realización individual>>³⁴.

En las palabras de Lowenthal referidas a la cultura popular, un proceso se describe un proceso similar al que explica Marcuse para la ciencia positivista. Adorno y Horkheimer en su artículo *Concepto de Ilustración* dan cuenta de este proceso a través del cual, a causa de la conversión de la cultura en un ámbito <<administrable>>, se anula la antítesis entre arte y ciencia, convirtiéndose <<la una en la otra>>³⁵. El arte, con la distancia que toma respecto de los hechos, permite tanto afirmarlos como cuestionarlos, mientras que la cultura del entretenimiento es incapaz de despegarse de la realidad tal cual está dada y, por ello, elimina cualquier posibilidad de crítica.

Esta ligazón con la realidad no debe entenderse en relación con la trama argumentativa, sino con la propia estructura significativa de estas producciones. Adorno analiza, en su artículo titulado *Televisión y cultura de masas*, la recurrencia de la cultura popular al uso de los clisés. Si bien señala la importancia que este recurso supone para cualquier organización mental, e incluso sostiene que todo arte debe, de una manera u otra, valerse de ellos, el abuso que la cultura popular y en especial la televisión hace de los clisés provoca efectos dañinos en sus <<consumidores>>. Ese exceso produce un <<endurecimiento>> de la experiencia, a partir del cual resulta cada vez más difícil que los individuos cambien sus ideas preconcebidas, al tiempo que se configuran como <<ordenadas>> aquellas cuestiones que de otro modo no encontrarían una explicación racional³⁶.

El cine, en este sentido, es un cabal ejemplo de la forma en que ello se afianza en la percepción de los consumidores de la cultura popular. Como lo estudian Adorno y Horkheimer en su artículo *La industria cultural*, la producción cinematográfica intenta reproducir la vida cotidiana tal cual es, provocando en los espectadores la sensación de que el mundo exterior no es sino una prolongación de lo que se ve en la pantalla. Así, se hace posible controlar, por parte de los sectores de poder, las conductas de los individuos en la sociedad, atrofiando la <<imaginación>> y la <<espontaneidad del actual consumidor cultural>>.

³⁴ L. Lowenthal, <<Perspectivas históricas de la cultura popular>>, en *La comunicación de masas*, Centro editor de América Latina, Buenos Aires, 1991, pág. 57.

³⁵ T. Adorno y M. Horkheimer, "El concepto de ilustración", en *Dialéctica de la ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 72.

³⁶ Dice T. Adorno, <<cuanto más se cosifican y endurecen los clisés [...] los seres humanos no solo pierden su capacidad de comprensión de la realidad sino que también, en última instancia, su misma capacidad de experimentar la vida puede embotarse mediante el uso constante de anteojos azules y rosados>>, *Televisión y cultura de masas*, Eudecor, Córdoba, 1966, pág. 33.

<<Los mismos productos, comenzando por el más característico, el cine sonoro, paralizan, por su propia constitución objetiva, tales facultades. Ellos están hechos de manera que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, capacidad de observación y competencia específica, pero al mismo tiempo prohíben directamente la actividad pensante del espectador, si este no quiere perder los hechos que pasan con rapidez ante su mirada>>³⁷.

La cultura popular se constituye, como lo remarcan los autores, en una <<industria cultural>> que se rige siguiendo los criterios de la producción industrial³⁸. De esta forma, adquiere las características de un sistema, en el que <<cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos>>³⁹. La cultura deviene mercancía, es decir, adquiere un forma fantasmagórica que depende de la escisión, en primera instancia, entre el ámbito de la producción y el ámbito del intercambio y luego, como generadora de capital, entre los dueños de los medios de producción y quienes venden su fuerza de trabajo. Sin embargo, el espectro de la cultura popular es producto de una escisión que va más allá de la desigualdad entre distintos sectores de la sociedad y que significa el desdoblamiento de la propia subjetividad de los individuos. En su prólogo a la televisión, Adorno presenta esta problemática, aduciendo que mediante la industria cultural, no se eleva el inconsciente a la conciencia suprimiendo así su fuerza destructiva sino que,

<<Reduce aun más a los hombres a un comportamiento inconsciente, en cuanto pone en claro las condiciones de una existencia que amenaza con sufrimientos a quien las considera, mientras que promete premios a quien las idoliza>>⁴⁰.

El fantasma en la subjetividad

Adorno toma el concepto de <<psicoanálisis al revés>> formulado por Lowenthal para estudiar la <<estructura de los múltiples estratos>> de la televisión. El psicoanálisis concibe al sujeto como conformado por múltiples estratos y su finalidad es reorganizar la subjetividad, aún conociendo la imposibilidad de una armonía perfecta. La industria cultural se vale de ese mismo concepto del sujeto, pero su objetivo es precisamente el opuesto. Al

³⁷ T. Adorno y M Horkheimer, "La industria cultural", en *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 171.

³⁸ <<No necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente>>, Ibid., pág. 166.

³⁹ Ibid., pág. 165.

⁴⁰ T. Adorno, "Prólogo a la televisión", en *Intervenciones*, Monte Avila, Caracas, 1969, pág.

enviar mensajes en distintas direcciones, no hace sino profundizar la escisión del sujeto con un fin bien claro,

<<Atrapar al consumidor tan cabalmente cuanto sea posible y a fin de ponerlo psicodinámicamente al servicio de efectos premeditados>>⁴¹.

La industria cultural, de esta forma, desrealiza al individuo⁴², produciendo una escisión en su propio seno, permeabilizándolo a la penetración de objetos siempre ajenos para la construcción de su propia identidad. Ello supone la proliferación de objetos fetiche, no solamente como aparentes portadores de valor o plusvalor o como destinatarios de los deseos sexuales, sino como portadores de la propia subjetividad de los individuos. El hombre queda reducido a ser un simple portador de <<apetencias>>⁴³, que como tales nunca serán realmente satisfechas; portador de deseos sexuales que permanecen desde la infancia y que aparentemente serán redimidos mediante el consumo de aquellos objetos que logren la identificación con la satisfacción reprimida.

La particular lectura del psicoanálisis que realizan los especialistas en marketing y publicistas lleva a la producción de sujetos vacíos. Como sostiene Adorno, ya no se aspira a la <<sublimación>> de las pulsiones que generan conflictos hacia fines sociales elevados, sino que, con el pretexto de la libertad, empujan a los impulsos más dañinos hacia la conformación de la personalidad.

Si el espejo mantenía escondida la animalidad del hombre, la publicidad la desnuda llevándola hacia el extremo, pero anulando toda posible especialidad. Lo que queda del otro lado, como oculto, es entonces el propio sujeto, que pierde toda capacidad de realización. Quienes se presentan entonces como tales, no son sino espectros carentes de toda individualidad.

Así, como el que se ubica frente a un espejo separa en su propio cuerpo su animalidad de su humanidad, el desarrollo del consumo separa las características humanas de los propios sujetos, colocándolas en los objetos que consumen. La figura de la mercancía, como lo explica Marx, rompe con la lógica del bien que se produce para el consumo, dado que aquella sólo se produce para ser vendida. Su otra cara de la misma moneda es justamente el

⁴¹ T. Adorno, *Televisión y cultura de masas*, Eudecor, Córdoba, 1966, pág. 24.

⁴² <<A través de las innumerables agencias de la producción de masas y de su cultura se inculcan al individuo los modos normativos de la conducta [...] El individuo queda determinado sólo como una cosa, como un elemento estadístico>>, “El concepto de Ilustración”, en *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 82.

⁴³ En el sentido que le da G. Hegel a este concepto, <<La apetencia no podía lograr esto [el goce] a causa de la independencia de la cosa>>, *Fenomenología del espíritu*, Fondo de Cultura Económica, México, 2006, pág. 118.

consumismo, que implica que no se adquieren los bienes para satisfacer las necesidades humanas, sino que el placer está simplemente en el acto de adquirirlos.

Las nuevas tecnologías no hacen sino profundizar aquella situación. La comunicación mediante las computadoras y los celulares son un buen ejemplo de ello. Lo hablado a través del chat es siempre genérico y cualquier individuo podría ser reemplazado por otro –incluso de sexo opuesto– sin que su interlocutor siquiera se percate de la diferencia. Sin embargo, lo que mantiene el intercambio, prolongándolo hacia el infinito, es siempre lo *no dicho*. Aquello que *aparece ausente* en este tipo de conversaciones es precisamente la singularidad de cada uno de los interlocutores, que para mantenerse *viva* precisa del ocultamiento. El chat en su carácter genérico, por lo tanto, produce relaciones en las que la aparente transparencia oculta el carácter singular del individuo. Así, los individuos genéricos, son proclives a caer en la trampa del consumo, aunque a diferencia de la masa de principios de siglo, ahora están aislados, detrás de una singularidad que en tanto oculta es siempre negada⁴⁴.

Lo desigual tras el fantasma

A lo largo de este trabajo se ha intentado desplegar el mecanismo a partir del cual surgen los fantasmas en diversos ámbitos. Lo crucial de este proceso es una escisión entre lo humano y lo inhumano, combinada con una inversión que mantiene indefinidamente la desigualdad que aquella funda. La fantasmagoría no es un fenómeno meramente discursivo; por el contrario, aparece con una fortaleza inusitada en el marco de una cultura que desplaza al fantasma del propio discurso, inscribiéndolo en una dimensión inconsciente que regula las acciones. Así, éste por lo tanto, se apropia del lugar vacío que permite la acción, impidiendo con ello la posibilidad de subjetivación.

Recuperar ese espacio de indecisión es la tarea fundamental que debe asumir la teoría crítica. Como sostiene Adorno al proponer los fundamentos que debe adquirir la teoría en el siglo XX,

<<No es tarea de la filosofía investigar intenciones ocultas y preexistentes de la realidad, sino interpretar una realidad carente de intenciones mediante la construcción de figuras, de imágenes a partir de los elementos aislados de la realidad>>⁴⁵.

⁴⁴ Es sintomática en este sentido la proliferación de programas de simulación, como Second Life, analizados por D. Sahovaler, <<El sujeto que participa de esta experiencia ha hallado un recurso para cubrirse con un objeto, a partir del cual ir transitando su fantasmática personal en interacción con la de otros>>, *Los síntomas actuales: el sujeto escondido en la realidad virtual*, Congreso Internacional de Psicoanálisis, La Paz, 2007, pág. 6.

⁴⁵ T. Adorno, *Actualidad de la filosofía*, Barcelona, Altaya, 1997, pág. 89.

Ello es a lo que se refería Benjamin en la primera de sus *Tesis de la filosofía de la historia*, al establecer que, para ganar todas las <<partidas>>, detrás del muñeco aparentemente autómatas del materialismo histórico debe esconderse, sin ser visto, el <<enano jorobado>> de la teología⁴⁶.

Resulta indispensable, entonces, como sostienen Adorno y Horkheimer, realizar una reconstrucción del <<concepto>> destruido por la ciencia positiva en su afirmación de la sociedad dada, porque el concepto

<<no se limita sólo a distanciar, en cuanto ciencia, a los hombres de la naturaleza, sino que además, en cuanto reflexión del pensamiento que en la forma de la ciencia permanece atado a la ciega ciencia económica, permite medir la distancia que eterniza la injusticia>>⁴⁷.

Para ello, no basta con demostrar que detrás de los hechos se encuentra el fantasma falseando la realidad, sino que hay que indagar sobre qué es lo que hay detrás del fantasma: <<reconocer hasta en el interior mismo del pensamiento el dominio como naturaleza no reconciliada>>⁴⁸.

Como ha quedado demostrado a lo largo de estas páginas, la fantasmagoría se sostiene por la desigualdad, que ha sobrevivido a la propia desaparición del discurso fantasmagórico: la desigualdad entre lo humano y lo inhumano, que se plasma en las diferencias de sexo, de clase y en la propia diferencia del sujeto consigo mismo en el proceso de desubjetivación actual. Luchar contra la desigualdad debe ser el fundamento que motorice la acción de las nuevas generaciones.

⁴⁶ W. Benjamin, "Tesis de filosofía de la historia", en *Discursos interrumpidos*, Planeta Agostini, Madrid, 1994, pág. 177.

⁴⁷ T. Adorno y M. Horkheimer, "El concepto de Ilustración", en *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2001, pág. 93.

⁴⁸ *Ibid.*, pág. 93.

Bibliografía

- § T. Adorno, *Actualidad de la filosofía*, Barcelona, Altaya, 1997.
- § _____, *Televisión y cultura de masas*, Eudecor, Córdoba, 1966.
- § _____, *Intervenciones*, Monte Avila, Carácas, 1969.
- § _____ y M Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2001.
- § _____, *La sociedad*, Proteo, Buenos Aires, 1696.
- § G. Agamben, *Estancias*, Editora Nacional, Madrid, 2002.
- § _____, *Lo abierto*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2006.
- § _____, *Profanaciones*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2005.
- § W. Benjamin, *Discursos interrumpidos*, Planeta Agostini, Madrid, 1994.
- § S. Freud, <<Fetichismo>> en, *Obras Completas Tomo XXI*, Amorrortu Editores, 1979.
- § G. Hegel *Fenomenología del espíritu*, Fondo de Cultura Económica, México, 2006.
- § J. Lacan, *Escritos I*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1985.
- § L. Lowental, <<Perspectivas históricas de la cultura popular>>, en *La comunicación de masas*, Centro editor de América Latina, Buenos Aires, 1991.
- § G. Lukács, *Historia y conciencia de clase*, Hyspamérica, Madrid, 1985.
- § H. Marcuse, *El hombre unidimensional*, Hyspamérica, Buenos Aires, 1984.
- § K. Marx, *El Capital*, Fondo de Cultura Económica, México, 1946.
- § _____ y F. Engels, *Manifiesto del partido comunista*, Centro Editor de Cultura, Buenos Aires, 2004.
- § _____, *La ideología alemana*, Santiago Rueda Editores, Buenos Aires, 2005.
- § D. Sahoaler, *Los síntomas actuales: el sujeto escondido en la realidad virtual*, Congreso internacional de psicoanálisis, La Paz, 2007.
- § B. Spinoza, *Tratado teológico – político*, Hyspamérica Ediciones, Madrid.
- § S. Zizek, *El sublime objeto de ideología*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2003.