

TIEMPO, CONSUMO Y NUEVAS VERDADES

Por Guillermo M. Quiña

Mesa N° 12, “La institución imaginaria de la sociedad”.

DNI 25.419.441

guillermo_q@excite.com

M. Schell 1141 (1828) Banfield, Bs. As.

Carrera de Sociología

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

Abstract

En los últimos tiempos el sujeto ha venido padeciendo transformaciones en su misma constitución social, en particular en lo que hace a la dimensión temporal, conjuntamente con el desarrollo progresivo de nuevas tecnologías en lo laboral y cultural. El horizonte temporal, anteriormente dominio del sujeto, parece ser invadido por el mundo objetual, el tiempo de lo real posmoderno está ahora contenido en los objetos, las mercancías, las “nuevas tecnologías”. Por eso es posible otra vinculación del sujeto con la historia, mediada ahora por el mercado. El consumo de “mercancías tecnológicas” como modo de participación en las nuevas realidades ha llevado a la consagración de su valor simbólico, por ser capaces de transportar las nuevas coordenadas tempoespaciales sobre las que se asientan las nuevas realidades. El mundo mediático se ha hecho eco de esas transformaciones y por eso nos encontramos en él con una nueva construcción de la verdad. Siendo la TV el medio más popular de comunicación, el funcionamiento de la ideología dominante posmoderna se deja ver en la generación de verdades aparentemente objetivas en torno a este salto que parece dar la temporalidad desde el sujeto a los objetos. De modo tal que el consumo de TV significará una opción real de vinculación con las realidades simbólicas de la posmodernidad para los sectores cuyo ingreso no les permite acceder al mercado de consumo e incorporarse de modo orgánico a la dinámica de constitución subjetiva contemporánea desde el mercado de consumo. Esto genera interrogantes también hacia lo político, pues los espacios para generar política como cambio, por fuera de lo administrativo, requieren un contacto diferente con la tecnología y los objetos en lo cual el arte parece cargar un significativo potencial.

Advertencia al lector

El presente estudio tratará de dar cuenta de algunas de las transformaciones más relevantes de la subjetividad social para la investigación sociológica en los últimos tiempos. Comenzaremos acercándonos a ellas de modo poco habitual: desde un film. En éste, creemos nosotros, se puede vislumbrar un sujeto desgarrado, la angustiante pérdida del tiempo que supone la reconfiguración contemporánea de nuestro mundo, de nuestras fronteras, de nuestros marcos de referencia sociales, de los tejidos mismos que hacen del individuo un sujeto en el mundo.

Nuevos tiempos

Tenemos pues, protagonista de este film, a un hombre que padece de amnesia constante y apenas sabe quién es; que permanentemente deja huellas fotográficas en sus bolsillos para saber cómo conducirse en su presente, de modo de llevar coherencia al conjunto de sus actos. Nuestro hombre, como cualquiera, se sitúa en el mundo; la diferencia es que él lo hace con sus anotaciones y las fotos instantáneas, vive en el corto plazo y deposita lo que puede para construir el largo plazo en esas anotaciones; su pasado más allá de unos pocos minutos no puede sino ser objeto, papel fotográfico, palabras sueltas, o ya vagas letras que apenas podrían prologar una imagen. Su memoria, desterrada de su ser, no encuentra más lugar que todo lo que le es extraño, ya sean personas –las que frecuenta durante toda la película- u objetos –tal el caso de las fotos instantáneas-, y si quiere llevar un pasado consigo se ve compelido a creerles. La cosa-foto, pues, depósito de un tiempo que sitúa a los sujetos.

Lo que le ocurre al protagonista del film “Memento” en el séptimo arte, no es más que la angustia que vive el sujeto frente a la agonía de la conciencia soberana en la “posmodernidad”, y el problema del tiempo pone en entredicho al sujeto mismo.

El horizonte de significación es nuestra vara para medir el mundo y existir en él, para valorar nuestros actos en socialidad con los otros, con mi propio sujeto tanto como con y en un sujeto colectivo. El horizonte temporal es nuestro tiempo, un recorte de la dimensión temporal con existencia propia, una proyección hacia el futuro (protensión) y un recorte de nuestro pasado más inmediato (retención), es el tiempo de las expectativas (lo que aún no es) y un pasado reciente (lo que ya no es), por oposición al tiempo como almanaques viejos, como libros de historia, como museos. Nos provee el sostén temporal en la significación del mundo. Es un espacio de totalidad que aún pertenece al sujeto, que le permite conservar la idea de unidad a partir de la cual Simmel pensaba a todos los sujetos como historiadores, en tanto sucumben ante una exigencia de totalidad que subsume a las partes modernas, al fragmento en unidad: “De la índole de nuestra formación de ideas dependerá, por supuesto, que determinados complejos de realidad se subordinen sin dificultad bajo ideas de unidad y, en consecuencia, su totalidad aparece como relación inmanente de sus partes.”¹ Ahora bien, esta misma posibilidad de hacer historia queda en entredicho una vez que la temporalidad avanza sobre los objetos; todo intento por hacer historia debe partir de la temporalidad objetiva, de la temporalidad coagulada en las mercancías, no es posible historizar sin la concurrencia obligada de esta enajenación del tiempo, de este “sujeto-fuera”.

Y esto no deja de tener consecuencias gravísimas sobre la configuración histórica misma de la identidad social subjetual contemporánea, pues a partir de ahora la historia objetual, avanzada sobre el corto plazo y configuradora de nuestro sentido como sujetos históricos, nos muestra nuestro propio tiempo como tiempo de los objetos, nuestro pasado se vuelve pasado de objetos, de cosas más que de productores; una suerte de

¹ Simmel, Georg; *Problemas de la filosofía de la historia*, Bs. As., Nova, 1949, anexo II “La configuración histórica”, pág. 227. Ahora bien, sobre la constitución del ego en unidad histórica, y la constitución unitaria de pasado, presente y futuro, puede verse Husserl, Edmund; *Meditaciones cartesianas*, Madrid, Tecnos, 1997, pág.101.

expropiación al hombre de su ser histórico, que se sostiene en detrimento de su vivo pasado, pues la objetivación del tiempo vivo en cosas, en mercancías, permite su administración bajo la misma lógica mercantil y su acercamiento a los sujetos se plantea ahora mediado por la capacidad de valorización del capital. Puesto en ese plano, el tiempo histórico opera como la mercancía fetichizada frente al productor independiente del que hablaba Marx en el capítulo 1 de *El Capital*, las relaciones históricas subjetivas se le aparecen al sujeto como relaciones temporales entre cosas y las relaciones temporales entre cosas aparecen como relaciones temporales entre sujetos.

El caso publicitario

Para comprobar la impronta objetiva sobre nuestras representaciones históricas contemporáneas basta atender al uso publicitario de “imágenes de los ’60, los ’70 o los ’80”, construidas básicamente sobre diseños de los peinados, modelos de anteojos, pantalones, modos de vestir de aquellos años, recortando un conjunto de imágenes sobre la totalidad social de un momento histórico y quitándole, de este modo, la raigambre social y política, la fuerza simbólica en términos sociales que originalmente encarnaron tales objetos o “modas”, resultado de luchas sociales, históricas, enfrentamientos con diferentes manifestaciones del statu quo de entonces, que son los que dieron posibilidad y espacio a tal objetivación del ser genérico.

De este modo, el sujeto se va excluyendo de la historia, va cediendo su voluntad, el carácter subjetivo de su existencia para rendirse frente al poder significativo del mundo objetual. La recuperación histórica del sujeto se define así cada vez más a partir del valor-símbolo de las mercancías, la relación con el pasado se determina a través del consumo de un paquete estilístico (pantalones Oxford, anteojos de marco redondo de colores, camisas “psicodélicas”), perpetrando de este modo una ligazón entre el sujeto y

el tiempo histórico, es decir, los momentos constitutivos de su ser genérico, mediante la participación en el mercado de bienes y servicios. Es la coagulación de la subjetividad en un relato, como en el fin de la tragedia del príncipe de Dinamarca: “Llevaos los cadáveres”², una mirada preocupada porque aquello no parezca un campo de batalla, la necesidad de contar una verdad (Horacio en Hamlet, la moda “retro” en nuestros días) de parte del orden triunfante que excluya los fétidos cuerpos y la podredumbre (desde el principio de la obra sabemos que “algo huele a podrido en Dinamarca”) sobre la que se cimienta el orden social actual. Pues un par de pantalones y una camisa tienen la capacidad de eludir, mediante su aparición en el marco del reinado de “la imagen” y su presencia en la actualidad como “objetos de estilo”, su origen en tanto símbolo de subjetividades, en tanto creación histórica del sujeto, en luchas reales, con encarcelados, heridos, muertos y todo lo que ello significa como constitución de la socialidad.

Se presenta así una negación anti-dialéctica de la política, negación inconsciente – en tanto no proyecta conscientemente su origen como disputa- que no es capaz de recuperar su pasado fétido, sangriento y opresivo en su existencia actual; un mundo objetual cuyo valor símbolo es puesto a prueba en el mercado de los rendimientos marginales decrecientes, la técnica-anti-política impone su tiranía a través del dominio de los objetos-símbolo, el desplazamiento del tiempo desde el sujeto al objeto se proyecta en el espacio público como movimiento del orden desde lo político hacia lo policial, desde la lucha de los sujetos, sudorosa y sangrienta, hacia problemas administrativos, metódicos y cristalinos. La diferenciación que Rancière³ hace entre política y policía en la modernidad, es decir, la política como distorsión, como aparición del fuera de conjunto, como puesta en entredicho del orden totalizante al evidenciar su carácter incompleto, la policía como administración, la disposición de un ordenamiento

² Fortimbras al final de la tragedia de Shakespeare, William: HAMLET, Príncipe de Dinamarca, *Obras Completas*, M. Aguilar, Madrid, 1929.

fundado en una cuenta errónea, en una distorsión original; esta distinción es la que queremos recuperar en el plano del llamado “consumo cultural” y el rediseño del tiempo de los sujetos, es decir, cuál es el escenario de la constitución subjetiva en la posmodernidad en momentos en que la globalización se nos aparece como el gobierno de la imagen⁴, como la popularización de los “estilos de vida”, la conformación de segmentos de mercado en función no sólo de su ingreso sino también sus patrones culturales de identificación, representados en “imágenes”: de lo *under*, lo *cool*, lo *tradicional*, lo *innovador*; algo sobre lo cual la publicidad ha indagado más que la sociología en los últimos tiempos.

Presenciamos entonces un mundo social en que es clave el papel de los objetos en la construcción de subjetualidades. La realidad de estos tiempos en que el hombre sólo pudo generar y construir ciertas verdades a partir de sus productos cósicos, que cuenta con importantes antecedentes a lo largo del siglo, tales como el salto que significaron el cine y la radio, respuestas culturales ante la irrupción de las masas a principios de siglo, o la ametralladora, respuesta ante esa misma irrupción en el plano bélico, encuentra ahora un salto no sólo cuanti sino también cualitativo.

Del cine al software

En este sentido, si ya Benjamin⁵ llamaba la atención sobre la desaparición del sujeto contemplativo de la obra de arte, puede encontrarse en esta nueva puesta en escena de la realidad algo mucho más volátil, fugaz y veloz que lo que significó la transformación de la realidad a partir del cine a principios del siglo veinte; es un salto no sólo más abrupto sino también con muchas más posibilidades de extensión en lo

³ Rancière, Jacques; *EL DESACUERDO, Política y filosofía*, Nueva Visión, Bs. As., 1996, PP. 35 y SS.

⁴ Véase al respecto Jameson, Fredric: “Transformaciones de la imagen en la posmodernidad”, en *El giro cultural*, Manantial, Bs. As., 1999.

social. La creación de realidades a partir de la invención del cine (cámara lenta o rápida, detención de imagen, en fin, irrupción de un nuevo tiempo en la percepción humana de realidad) trasmuta ahora en una situación en la cual el sujeto sólo puede obtener su realidad a través de las cosas. Es una época de consagración del valor simbólico de las mercancías, de ahí el creciente peso del consumo como símbolo de la posmodernidad, como herramienta clave en la constitución del sujeto contemporáneo.

La mercancía-información, símbolo por excelencia de lo posmoderno, transporta la dimensión temporal que ha de sujetar a los sujetos.

Habiendo sido transferida la temporalidad técnica, es decir, el tiempo a través de los saberes objetivados en los productos del trabajo humano operando la división del trabajo, en la sociedad contemporánea los sujetos adquieren la función específica de permitir la circulación de tiempo objetual, mediante la cual se constituyen como tales, a la vez que potencian la realización de los saberes encarnados en el objeto (tiempo incluido) como cosa-en-sí con consciencia propia, es decir, sin la necesidad de comprensión cabal por parte del sujeto para el cual funcionan como herramienta en su proceso de subjetivación laboral, cultural, etcétera.

Estos procesos de cambio generados por la necesidad del avance tecnológico permanente suponen una alteración significativa en la función y las posibilidades del sujeto frente al mundo cósmico, y en el marco de la división del trabajo llevan a un creciente desconocimiento por parte del sujeto de la realidad tecnológica y objetual que interviene en su trabajo así como lo trasciende la dimensión temporal de los procesos de intercambio, cuando ésta requiere lapsos de tiempo minúsculos para la movilidad de capitales y transacciones financieras que exceden las capacidades subjetivas de intervención en tecnologías altamente avanzadas.

⁵ Benjamin, W., "La Obra de Arte en la Época de la Reproductividad Técnica", en *Discursos Interrumpidos*, Planeta Agostini, Barcelona, 1993.

¿Qué sujetos?

En el mundo posmoderno el objeto es el tirano y en el plano de la ideología su engaño consistiría en ocultar que detrás de la mercancía-información hay una subjetividad, oculta, oprimida, sojuzgada. Sin embargo, en nuestras sociedades de capitalismo avanzado, sostiene Zloterdijk⁶, la ideología dominante ha logrado configurar una razón cínica, un cinismo capaz de confrontar las críticas que padece el mundo posmoderno haciendo de sus “falencias” una condición de su existencia, pregonando ya no la universalidad de sus intereses o la verdad de sus postulados, sino reconociendo cínicamente la falsedad ideológica y la particularidad de los intereses de la cultura dominante, aunque aceptándolos. Se sostiene así no ya por la pretensión de verdad y el desconocimiento de la subjetividad que el velo ideológico cubre, sino por “simple violencia extraideológica y promesa de ganancia”.⁷

Tal es así que nos encontraríamos en una sociedad en que han muerto las ideologías, en que los sujetos saben que la cultura dominante esconde subjetividad tras sus velos pero aún así deciden continuar bajo su yugo. Conociendo los vericuetos ideológicos dominantes, la ideología dejaría de existir como tal, “se han acabado las ideologías” y el sujeto resultante sería un sujeto *posideológico*, *posmoderno*, o más bien un *pos-sujeto*.

¿Por qué pensamos que el aporte de Zizek es, al respecto, importante para estudiar las transformaciones del sujeto contemporáneo en Argentina?

Zizek plantea que la ideología funciona en el hacer y no en el saber, es decir, en las ilusiones que los sujetos toman como premisas para su acción y no en la creencia de esa ilusión como fuente de verdad. Los sujetos, al actuar “como si” la realidad ideológica fuera verdadera, dejan de lado la importancia que tiene esta ilusión misma

⁶ Véase Zloterdijk, Peter en *Crítica de la razón cínica*, citado en Zizek, Slavoj: *El sublime objeto de la ideología*, XXI, México, 1992, PP. 56-57.

para configurar realidad a partir de sus actos, es decir, desconocen que su realidad está orientada por una ilusión ideológica. La trampa está en lograr que los sujetos “hagan como si” la fantasía ideológica fuera cierta, aun cuando sepan que la verdad es otra. Nosotros decimos: el papel de velo que cumple la tecnología en las sociedades posindustriales -y veremos más adelante un ejemplo en los medios de comunicación en la Argentina- es fundamental para que opere una constitución ideológica del sujeto a partir del consumo de publicidades, periodismo, TV, estilos de vida. La asunción de todo un mundo de verdades ajeno al sujeto como suposición, orienta las prácticas de los sujetos y la fantasía ideológica no radica en que estos desconozcan su origen subjetivo, sino que “simulen su realidad” para hacer posibles sus prácticas de consumo y/o producción; en tanto las fantasías ideológicas son simuladas y sostenidas por prácticas asentadas sobre tal simulación, son capaces de operar sobre la constitución de la subjetividad a través del consumo de información, imágenes, estilos, diseños, como emanaciones de la reflexividad social volcada hacia la objetualidad.

Ahora bien, ¿tiene que ver esto con la constitución del sujeto aquí y ahora, es decir, en los últimos años en Argentina?

En la década del 90 ha habido grandes cambios en la multiplicidad de las esferas de lo social. En lo económico el agotamiento del patrón fordista de acumulación, con su típica conformación de un sujeto masivo, homogéneo, y la demanda creciente de avances tecnológicos acordes al nuevo patrón toyotista en el mundo de los negocios, han generado requerimientos de personal altamente capacitado, adecuado para operar flujos de mercancías e información con alto valor de diseño y tecnológico, haciendo uso en escala creciente de tecnología digital e internet.

Esto ha llevado a la conformación de un sector de profesionales y empleados altamente calificados y relacionados con la generación, distribución y provisión de

⁷ Véase Zizek, Slavoj; *Op. Cit.*, pág. 57.

mercancías y servicios de altísimo valor agregado y con un componente muy importante de diseño⁸, este sector al que Lash y Urry llaman “ganadores reflexivos”, pues son los que aprovechan, en la constitución de la subjetividad posmoderna, su posición en el mercado como agentes activos intervinientes vinculados a estas nuevas demandas de modo más integral. Es decir, los sectores con una inserción más orgánica en los mercados de consumo (por los altos ingresos que perciben) así como en los de producción (por los lugares que ocupan en la cadena productiva).

El movimiento de des-ocultamiento entonces se muestra como un aparente sinsentido, pues estos sujetos pos-modernos, en virtud de su relación privilegiada con la tecnología, reconocerían la tiranía de aquella verdad y la aceptarían cínicamente.

Ahora bien, la sociología tiene una función muy importante de desmistificación y desnaturalización que cumplir aquí, pues la difusión masiva de la percepción de un sector social no significa inmediatamente la realidad de los otros sectores. Debemos tener presente que aún hoy la mayoría de la población argentina no posee computadoras de uso personal y una inmensa mayoría no accede a internet. ¿Qué significación tiene esto para el análisis sociológico? Pues bien, todo análisis que pretenda atender a los cambios en el sujeto posmoderno no puede perder de vista las diferencias planteadas en términos de relación sujeto-objeto y cómo se proyectan sobre ellas las diferencias sociales. Pues esta relación con los objetos que veníamos analizando tiene asidero en el sector social de los “ganadores reflexivos”, los que mantienen una relación fluida con las mercancías-símbolo-imagen-información, mas sucede de modo distinto en otros sectores sociales con otro tipo de inserción y participación en el producto social.

Si analizamos la importancia del mercado de consumo para la constitución de sujetos sociales nos debemos plantear qué ocurre con los sectores con un acceso limitado al mercado de consumo tanto como al de trabajo.

⁸ Véase Lash, Scott y Urry, John; *Economías de signos y espacios*, Amorrortu, Bs. As., 1997.

Sujetados al mundo cultural

Partimos, con la modernidad, de un mundo que esperaba sujetar a los individuos universalmente a partir de la ilustración y que diagramaba en ese proyecto ilustrado una fuerte diferencia entre alta y baja cultura; hoy no encontramos esa distinción -algo que ya varios autores de la Escuela de Frankfurt habían puesto de manifiesto⁹- sino que, y esto es lo novedoso, se construye una nueva diferenciación ya no a partir de la detención de conciencia que requería la alta cultura, sino a partir del uso de la tecnología avanzada en el marco de un horizonte temporal cósmico para generar una participación activa en el mundo estético cultural dominante.

La cuestión, tomando en cuenta la transferencia de los saberes y la dimensión temporal desde el sujeto hacia el objeto a que hacíamos alusión más arriba, estriba no en una desaparición de la detención de conciencia para lograr un acercamiento a la cultura, sino en seguir el recorrido de la capacidad reflexiva, que en la actualidad se ha volcado hacia los objetos, por lo cual existe hoy una reformulación de las condiciones en que los objetos culturales interpelan a los sujetos. La pertenencia al mundo cultural posmoderno se define hoy también a partir del tipo de contacto que tengan los distintos sujetos con estas nuevas capacidades reflexivas depositadas en los objetos, con lo cual el acceso al mercado de consumo se vuelve crucial.

No es menor la importancia que tiene la vinculación entre mundo e imagen, por cuanto la aprehensión del mundo y la ubicación del sujeto en él se percibe a través del diseño de imágenes del mundo así como de un mundo de imágenes.¹⁰ Esto sería entonces “la imagen como destierro de la voluntad”, en el sentido en que la voluntad parece ser expulsada de los sujetos, y el modo en que opera esto en conjunto con la libre

⁹ Véase Marcuse, Herbert, *El hombre unidimensional*, Planeta Agostini, Barcelona, 1985; también Horkheimer, Max y Adorno, Theodor Wiesengrund, *Dialéctica de la Ilustración*, Ed. Trotta, Madrid, 2001.

¹⁰ Véase al respecto Jameson, Fredric; *Op. Cit.*

movilidad de objetos y capitales, y, decimos nosotros, libre reflexividad de objetos y capitales, avanza en detrimento de la ética sartreana de la responsabilidad, la volición tiene ahora terreno propio y se ubica en las creaciones cósmicas más que en los sujetos. La imagen se vuelve reservorio de gran parte del valor simbólico cosificado. Ahora sí, vuelve reconfigurado el problema del velo y la realidad objetiva, pues detrás de la realidad objetual del capital como velo no hay nada, el ser subjetivo se encuentra en la misma cosa y no detrás; no queda nada si quitamos el objeto.

¿Significa esto el fin del sujeto?

Significa sí otro sujeto, un sujeto no ya centro del mundo, sino descentrado en lo que a ubicación dentro del mundo y consciencia de sí mismo se refiere. Un sujeto que busca re-centrarse en el mundo a través de la participación en el universo cósmico, en la coseidad mercantil. Sin embargo, y en particular en Argentina como país latinoamericano, los últimos trece años han dejado un saldo social muy polarizado, y nuestro análisis sobre estas transformaciones debe contemplarlo. Y en función de esto sostenemos que hay otro sujeto que viene padeciendo los llamados males neoliberales: precarización laboral, falta de atención sanitaria, problemas de vivienda, deserción escolar, mortalidad infantil, vinculación mínima con el mercado de consumo; un sujeto que sí se encuentra des-ubicado, pues se ubica de modo precario en la realidad temporal cósmica, legítima, propia de los sujetos “triunfantes” de la posmodernidad.

Por tanto, cabe preguntarnos cuál será la vinculación que establezca este sujeto con las transformaciones mencionadas, con la difusión de los patrones posmodernos como sujeto ideológico, y qué potencialidades hay de manifestación de conflicto y gestación de politicidad a partir de lo que a este sujeto le ocurre.

No pensamos que este sujeto sea completamente ajeno a los procesos de cambio experimentados en Argentina en los últimos años; por ello hemos elegido como caso testigo a la TV, la cual reviste especial importancia puesto que es el mayor ámbito de “socialización” de los sectores que se perfilan como nuevos desplazados en el mapa social, para con la “sociedad de consumo e información”. Estos sectores ven ajenos a sí gran parte de la circulación de información y mercancías con alto valor estético y de diseño, siendo que éstas operan en una órbita (el mercado) con acceso limitado.

La legitimidad lograda por los avances tecnológicos en la última década ha llevado a que la dinámica de difusión de mercancías-símbolos a través del mercado, y la importancia de los medios masivos de comunicación en ella se vuelvan cuestiones fundamentales constitutivas de la socialidad.

Analizar nuevas necesidades temporales y discursivas que en los últimos tiempos vienen imprimiendo los “estilos de vida”, las velocidades aceleradas en la transmisión de información y la dinámica de una estetización cada vez mayor de los diferentes planos de la realidad, requiere que nos sumerjamos en las relaciones que este segundo sujeto establece con las nuevas dinámicas de la posmodernidad. ¿Cómo acercarse a ellas?

Si es evidente la extensa legitimidad lograda por las nuevas tecnologías en la última década, nuestro análisis del sujeto “dominado” no puede prescindir del modo en que se construye legitimidad, en que diferentes elementos de la realidad social ganan aprobación en el conjunto del tejido social. Entonces deberemos analizar nuestro problema teniendo en cuenta el concepto de competencia y lucha en el plano simbólico que problematiza Bourdieu en *La Distinción*¹¹ al analizar el comportamiento de la pequeña burguesía tras la búsqueda de distinción, la apropiación de símbolos que vehiculizan cánones de estilos de vida propios de la clase dominante. Pues detrás de esta

dinámica dentro del campo simbólico se esconde una segunda competencia, ya lejana de la impronta vanguardista que busca instituir nuevos símbolos distintivos, mas funcional a su movimiento en lo que a popularización se refiere, es decir, un movimiento que traza una apropiación posterior y persistente de ciertos símbolos, que antaño constituyeron banderas de vanguardismo y distinción para los sectores dominantes, por parte de los sectores desplazados en la escala social, significando para estos últimos no tanto un elemento de distinción aunque sí de pertenencia al “nuevo mundo”, de acuerdo a los valores en él consagrados legítimos, algo percibido especialmente en los últimos años en la Argentina en lo que tiene que ver con consumo a través de los medios.¹²

De tal manera proponemos hacer un análisis del consumo de TV que rescate su papel de aprovisionar de elementos “distintivos”, en el marco de esta segunda competencia ya mencionada, a estos sectores sociales que la reestructuración económica condenó a los márgenes del mercado de trabajo tanto como de consumo. Aunque aclaramos, no consideramos que el consumo de TV provea “símbolos de distinción” en el sentido en que lo trata Bourdieu en el caso de la pequeña burguesía, sino elementos que son capaces de operar como símbolo de pertenencia a una realidad transformada, mediatizada en este segundo nivel de competencia al que nos referimos más arriba.

La tecnología nos acerca cada vez más al corto plazo, y las realidades construidas en el largo plazo, con reflexión y grandes debates de por medio, parecen anticuadas frente a la vorágine de imágenes que la posmodernidad proyecta sobre la pantalla. Creemos que el efecto de verdad propio de una época vista como transformación constante, debe ser shockeante, rápido, directo y con la mínima mediación posible; y eso es algo ante lo cual la imagen televisiva ha sabido volverse verdadera vanguardia.

¹¹ Véase Bourdieu, Pierre; *La distinción*, Taurus, Madrid, 1984, cap. 6.

¹² Véase *Ibid.*, pág. 248: “Las clases dominadas sólo intervienen a título de punto de referencia pasivo, de contraste”, puesto que lo que Bourdieu está analizando es la dinámica de la distinción. En tanto nosotros

La explosión en los últimos años de programas periodísticos de investigación que recurren al uso de la “cámara oculta”, nos ha sugerido pensar esa cuestión. Hay allí la definición de una mirada sobre la realidad, en apariencia sólo mediada por la lente de la cámara, lo cual parece conferirle un efecto de verdad bastante particular; donde el papel del periodista pareciera acercarse al de testificar el vídeo que se está proyectando, más que explicar lo que el vídeo “quiere decir”, la verdad estaría allí, libre de toda voluntad subjetiva, en la cinta, más que en el discurso periodístico. Se generan así verdades objetivas, detrás de las cuales parece haber sujetos, pero estos sujetos que se muestran tanto a través de la imagen captada por la cámara, como en la disposición ante el espectador y presentación de los casos a tratar, aparecen olvidando la posibilidad de ser filmados, en el primer caso, y recordando ese olvido (“no sabían que eran filmados por Telenoche Investiga”) en el segundo.

Lo que nos parece significativo aquí es la ligazón discursiva que se hace entre la tecnología, el sujeto y la producción de un mundo como verdad. Es decir, el modo en que se nos dice: “no teníamos presente el magnífico poder de la tecnología para develar la verdad oculta de los sujetos, hay personas que lo olvidan para hacer su vida ordinaria pero por suerte aquí está “Telenoche Investiga” para recordárnoslo y mostrarnos la capacidad que tiene la tecnología para hacer justicia a los inescrupulosos, corruptos y antisociales”. La fantasía ideológica opera así como sostén de los actos más que como ilusión de verdad; suponer que olvidamos que la tecnología de una cámara digital minúscula está no sólo creada sino administrada por sujetos, está en la base de la creación de verdades con un peso objetivo que las hace más creíbles por permanecer ajenas a las corrupciones de la vida subjetiva, y más acordes a la sociedad actual por lograr ahorro de tiempo y eludir largas discusiones y pesadas reflexiones.

La característica de este tipo de consumo de “tiempo posmoderno” por parte de sectores de bajos ingresos es que éstos participan inorgánicamente de estas transformaciones, la vinculación que establecen con “el nuevo mundo gobernado por la imagen” dificulta las funciones constructivas, pues se limita a un acercamiento al mundo de las “mercancías de la imagen” provisto por la TV, tal vez el medio de comunicación con menos potencialidad para desarrollar vínculos interactivos con el público. Así, la falta de vínculos integrales, de ida y vuelta con la nueva realidad, da cuenta de un proceso de construcción de subjetividad diferente aunque los valores legítimos orientadores sean compartidos con los sectores dominantes; vemos un sujeto, entonces, en una relación precaria con el mundo tecnológico objetual en la cual se posiciona como receptor más que como emisor.

Conclusión: políticos posmodernos

Debemos enfocar en el problema de la política qué nuevas perspectivas se generan a partir de las pautas posmodernas de constitución de sujetos arriba tratadas. Partiendo de la existencia de dos acercamientos ideales al “mundo de la imagen”, que corresponde a dos tipos de sujeto, importa ubicar el espacio de la potencialidad política, de cambio, de visión crítica y posibilidad de proyección política de las contradicciones posmodernas.

Sin creer contestar dónde están los sujetos políticos hoy, queremos presentar algunos resultados que arroja el análisis de las nuevas condiciones del mundo posmoderno.

Por un lado, la angustiante pérdida del horizonte temporal a la que nos referíamos al principio del trabajo tiene por partícipe a un sector claramente identificable del nuevo mapa social, pues es necesario mantener lazos orgánicos con el mundo transformado

para vivenciar en tanto sujeto las rupturas y quiebres que éste entabla con la modernidad tradicional, y los espacios con más desarrollo tecnológico introducen a los sujetos más bruscamente en la dimensión del cambio.

Por otro, la realidad de la mayoría de la población, ajena a internet tanto como al consumo de bienes y servicios con un fuerte componente de diseño más allá de la TV, difícilmente pueda ser proyectada políticamente (es decir, pueda ser leída fuera del discurso legítimo) sin elementos teóricos que den cuenta de la objetivación creciente del tiempo como horizonte, tanto como de la tiranía de la técnica presente en el discurso “progresista” o favorable a la “redistribución del ingreso”. Pues la legitimidad obtenida por las pautas componentes de la posmodernidad sostiene al “sentimiento de indignidad cultural”¹³, soporte de la dinámica de competencia generada en los sectores subordinados como marco de la relación precaria establecida entre ellos y las nuevas realidades.

Ahora bien, la brecha entre sectores integrados orgánicamente o no al nuevo mundo no es una potencia política por sí sola, no encierra en sí la posibilidad de proyección política sino que requiere de esa angustia padecida por el sujeto que no logra adaptarse a los tiempos contemporáneos, del sujeto de los sectores más avanzados en la posmodernización del tiempo, del sujeto que más ha visto en sí desarrollar las contradicciones de la realidad contemporánea, sujeto clave en el funcionamiento de las ramas más dinámicas de la economía y la cultura, para que esa brecha se pueda manifestar como elemento de ruptura, como disconformidad con materialidad social, como expresión política del cuerpo social.

El problema es que esa brecha necesita una manifestación desde sus dos extremos, para lograr una potenciación mutua, pues de otro modo se mantendría en

¹³ Véase Bourdieu, Pierre; *Op. Cit.*, pág. 248.

confrontaciones coyunturales como las de la década del '90, administrables por el orden legítimo y carentes de filo verdaderamente político.

Si sosteníamos que en la dimensión temporal se generaba una invasión mercantil del “tiempo creativo” deleuziano, el lugar de la creación y de la historia, de las ideas que trascienden al fragmento, entonces, el arte tiene mucho por dar, es fundamental en términos de las posibilidades con que cuenta para generar proyecciones sobre ese tiempo cosificado propio de la nueva realidad, desde fuera de los intereses del mercado, porque puede hablar de la naturaleza del sujeto angustiado posmoderno, pues es capaz de rescatar la contradicción intraburguesa en el aspecto más avanzado de su desarrollo, porque es capaz de cuajar el avance tecnológico y estético propio de la globalización con la dinámica excluyente del capital, de la cultura como espacio de mercado, de circulación.

En este sentido deja abierta, en un marco legítimo, socialmente aceptado, la posibilidad de llevar a consciencia la relación entre el sujeto y la tecnología más avanzada, precisamente al materializar un contacto entre obra y sujeto no mediada por el mercado ni orientada por la lógica de valorización.

Si el mundo artístico es capaz de recuperar su propia historia de vanguardias, el arte, a partir de su aspiración a la totalidad, parece ser capaz de construir un vínculo crítico con el “tiempo creativo” enajenado a los sujetos, que los ayude a reconquistarlo, elevándose frente a esa misma enajenación posmoderna como emanación del propio espíritu humano.

BIBLIOGRAFÍA

- Badiou, Alain; Deleuze. El clamor del ser, Manantial, Buenos Aires, 1997.
- Bauman, Zygmunt; *La globalización, consecuencias humanas*, FCE, Bs. As., 1999.
- Benjamin, Walter; *El Concepto de Crítica de Arte en el Romanticismo Alemán*, Península, Barcelona, 1998.
- Benjamin, Walter; “La obra de arte en la época de la reproductividad técnica”, en *Discursos interrumpidos*, Planeta Agostini, Barcelona, 1993.
- Bourdieu, Pierre; *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1998.
- Bourdieu, Pierre; *La distinción*, Taurus, Madrid, 1984.
- Featherstone, Mike; *Cultura de consumo y posmodernismo*, Amorrortu, Bs. As., 2000.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor Wiesengrund; *Dialéctica de la Ilustración*, Ed. Trotta, Madrid, 2001.
- Lash, Scott y Urry, John; *Economías de signos y espacios*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- Lukács, Georg; *Historia y consciencia de clase*, Sarpe, Madrid, 1984, tomo II.
- Marcuse, Herbert; *El Hombre Unidimensional*, Planeta Agostini, Barcelona, 1985.
- Marcuse, Herbert; *Ensayos sobre Política y Cultura*, Ariel, Barcelona, 1972.
- Marx, Karl; *Manuscritos: economía y filosofía*, Alianza, Madrid, 1995.
- Merleau Ponty, Maurice; *Fenomenología de la percepción*, Altaya, Barcelona, 2000.
- Rancière, Jacques; *El desacuerdo, Política y filosofía*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1996.
- Sarlo, Beatriz; “Basuras Culturales, simulacros políticos”, en revista *Punto de Vista* N°37, julio ‘90.
- Sartre, Jean Paul; *El ser y la nada*, Altaya, Barcelona, 1993.
- Shakespeare, William; Hamlet, Príncipe de Dinamarca, en *Obras Completas*, M. Aguilar, Madrid, 1929.

Simmel, Georg; *Problemas de la filosofía de la historia*, Bs. As., Nova, 1949, anexo II

“La configuración histórica”.

Vernik, Esteban; “Miradas políticas por TV. Una etnografía del discurso político televisivo”, en revista *Sociedad*, N°17/18, Junio '01.

Virilio, Paul; “Velocidad y Fragmentación de las imágenes”, entrevista publicada en revista *Flash-Art* (International edition), Enero-Febrero, 1988.

Zizek, Slavoj; *El sublime objeto de la ideología*, XXI, México, 1992.