

La experiencia estética de la postmodernidad

The Aesthetic Experience of Postmodernity

Christopher Jesús Waller Fuentes

Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima, Perú)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4100-955X>

Contacto: christopher.waller@unmsm.edu.pe

Resumen:

El presente ensayo tiene como objetivo rastrear y determinar las circunstancias sociales, ideológicas e históricas que devinieron en lo que hoy se suele llamar “la condición posmoderna” y su impacto en la cultura. En base a sus investigaciones, el autor argumentará que la condición posmoderna se presenta como una mutación cultural ecléctica, altamente personalista y fundada sobre una lógica de consumo de masas que rompe con toda tradición estética clásica o de vanguardia.

Palabras clave:

Estética; modernidad; posmodernidad; cultura; arte.

Abstract:

This article aims to track down and determine the social, ideological, and historical circumstances that developed into what is now considered “the postmodern condition” and its impacts on human culture. Based on his research, the author will argue that the postmodern condition presents itself as an eclectic cultural mutation, which is highly personalistic and finds its foundations in a logic of mass consumption that breaks with any classical or avant-garde aesthetic tradition.

Keywords:

Aesthetics; modernity; postmodernity; culture; art.

1. El reino de lo efímero

“Ojalá vivas en tiempos interesantes”, así reza la traducción de un conocido, si bien apócrifo, refrán chino. Y vaya que sí son interesantes nuestros tiempos. Guerras, amenazas nucleares, fanatismos religiosos, ideologías extremistas, crisis económicas, extremos climáticos nunca antes vistos y una reciente pandemia que llegó de la nada para resaltar crudamente la precariedad de nuestros sistemas de salud y desigualdades sociales. Ante nuestra apabullante realidad, surge con frecuencia la pregunta “¿cómo es que llegamos a esto?”. Y es que, si bien siempre han existido momentos de crisis en la civilización (momentos como el derrumbe de imperios y el advenimiento de nuevos órdenes sociales), nuestro presente paradigma tiene la particularidad de ofrecer a nuestros cinco sentidos una exuberante gama de sensaciones y experiencias. En ningún otro momento de la historia hubo tanta posibilidad de elección como ahora. Gracias a la globalización del mercado, el consumidor promedio puede nutrir a su paladar con un desayuno francés en la mañana y almorzar comida china en la tarde. Luego, si así lo desea, tiene la opción de bailar música pop coreana o sentarse a escuchar una sinfonía de Beethoven, elecciones de consumo que serían inconcebibles hace un par de siglos. Pero esta aparente “libertad” con un alto precio. En el plano cultural, la globalización ha significado la transformación de las identidades nacionales en meras etiquetas de producto para ser exportadas. Donde antes había diferentes expresiones socioculturales y modos de vida, hay ahora una sola forma de existencia permisible: la del occidente mundializado. Una existencia amparada en la explotación sistémica del sur global y una cada vez más desenfrenada depredación de recursos.

Gracias a Weber, se suele atribuir el origen del capitalismo al desarrollo de la ética protestante. La narrativa sociológica explica que fueron la pasión por el trabajo, la frugalidad y el ahorro las que sentaron las bases de la moral burguesa. Hay un grado de credibilidad en dicho relato, aunque se tiene que aceptar que la llamada “ética protestante” se remonta hasta antes de la reforma luterana. Por ejemplo, Adorno y Horkheimer (1998) consideran que la actitud burguesa se remonta inclusive hasta la antigua Grecia, identificando en el héroe Odiseo a su arquetipo mitológico. Motivado no por idea-

les, sino por resguardar su propiedad, el héroe homérico se ve motivado a emplear todo tipo de astucias frente a los obstáculos de la divinidad y las aguas del Peloponeso, incluso poniendo en riesgo la vida de sus compañeros tripulantes si la situación lo amerita. Es así que, organizando a sus secuaces como un capataz de industria, Odiseo logra superar trampas mortales como el estrecho de las sirenas o la caverna del cíclope, reinventándose para cada nueva situación, calculando cada posible resultado, aplazando su satisfacción momentánea para así arribar a una ganancia futura. No obstante, la disciplina y autocontrol asociados con la antigua ética burguesa no serían sino un estadio momentáneo en el desarrollo del capitalismo. Con el advenimiento de los sistemas de crédito modernos, ya no sería un requerimiento absoluto aplazar la satisfacción presente por un bien futuro. Gradualmente, el sentido de frugalidad fue reemplazado por la pulsión del placer. Según Daniel Bell (1982), cuando la ética protestante fue dejada de lado por el capitalismo, “solo quedó el hedonismo, y el sistema capitalista perdió su ética trascendental” (p. 33). Sería el inicio, pues, del mantra moderno de “vivir al límite”, de gozar el hoy como si no hubiera un mañana, de cortar todo lazo de responsabilidad moral o social que impidieran al individuo realizarse a sí mismo. Como Bell explica:

El hedonismo, la idea de placer como modo de vida, se ha convertido en la justificación cultural, si no moral, del capitalismo. Y en el ethos liberal que ahora prevalece, el impulso modernista, con su justificación ideológica como modo de conducta, se ha convertido en el modelo de la *imago* cultural. Aquí reside la contradicción cultural del capitalismo. En esto ha terminado el doble vínculo de la modernidad. (p. 33).

Este “impulso modernista” se define por la constante necesidad de transgredir los límites de la cultura establecida. En el contexto cultural de occidente, el modernismo ha significado la exaltación del individuo en su libertad plena de expresarse como ser único que resalta sobre el colectivo anónimo. Sin duda, viene a ser parte de la herencia romántica que pone sobre un pedestal al genio individual, pero hay otro elemento específico que configura dicho carácter: la moda. Gilles Lipovetsky (1996) caracteriza

la moda como el elemento clave en el desarrollo del individualismo contemporáneo. La moda nace entre la nobleza de la tardía edad media que, con mucho dinero y pocas preocupaciones, se entrega al cultivo de la imagen y los refinamientos del espíritu. El deseo de “estar a la moda” impulsa al individuo a probar las combinaciones cada vez más abigarradas, y no solo de indumentaria, sino de forma de vida en general. De esta manera, la moda se constituye como un elemento subversivo dentro de los órdenes sociales conservadores. En las sociedades tradicionales, el modo de vida y vestimenta se mantienen estáticos a través de los siglos. Solo una sociedad propiamente “moderna” puede considerar a la moda como uno de sus elementos fundamentales. La moda, por su propia naturaleza, busca ser actual, presente, con mira permanente hacia el futuro. Pero, es tanta su obsesión con lo inusitado con lo fuera de lo común, que a veces la moda trae de vuelta aquello que quedó en el pasado distante, ya que su ausencia prolongada lo vuelve atrayente de nuevo. El carácter efímero de la moda se consolida socialmente como la columna vertebral de la moderna sociedad de consumo. Su fuerza seductora se apoya en la promesa de liberación de todo anclaje tradicional que alguna vez haya sujetado a los individuos a un orden que contradiga sus aspiraciones personales. Ella consolida el impulso hedonista que anima “la pequeña aventura del yo” (p. 208) de los individuos modernos. Como afirma Lipovetsky:

La aspiración a realizarse, a gozar de inmediato la existencia, no es un equivalente simple del adiestramiento del *homo consumans*: lejos de embrutecer a los hombres mediante la distracción programada, la cultura hedonista estimula a cada cual, a convertirse en dueño y poseedor de su propia vida, a autodeterminarse en sus relaciones con los demás y a vivir para sí mismo. La asunción eufórica de los modelos dirigidos es solo una de las manifestaciones de la moda; la otra es la creciente indeterminación de las existencias; la *fun morality* tiene como tarea la afirmación individualista de la autonomía privada (p. 200).

Se trata, pues, de “vivir peligrosamente” como había afirmado cierto filósofo, pero lo que no prevería con toda su sagacidad sería que la “transvaloración

de todos los valores” habría de ser llevada a cabo por las mismas fuerzas del mercado que desatarían los impulsos dionisiacos latentes en la psique humana. Sin embargo, la contraparte de esta aparente libertad sin límites sería lo que Mark Fisher (2016) caracteriza como “hedonía depresiva”, un estado de ánimo definido por “la incapacidad de hacer cualquier cosa que no sea buscar placer” (p. 32). Fisher observó dicha tendencia en los mismos estudiantes universitarios a quienes dictaba clases. Como la mayoría de estudiantes, los jóvenes se encontraban deprimidos y desmotivados por sus prospectos académicos y laborales. Para la psiquiatría contemporánea, dichos jóvenes no eran sino las víctimas desafortunadas de un desbalance químico ocasionado por una falta de serotonina o dopamina. Sin embargo, lo que la psiquiatría no logra descubrir (o, mejor dicho, *prefiere no descubrir*) es el motivo por el cual un porcentaje tan alto de la juventud padece una amalgama tan grande de desórdenes psiquiátricos. Y es que, en un planeta donde todos somos presionados a rendir el máximo de productividad, sin otro fin que consumir para satisfacer los imperativos de la moda, de vivir plenteramente nuestras propias aventuras masturbatorias, y sin sentido alguno de comunidad en nuestras sociedades cada vez más antisociales, el individuo joven de nuestra época se encuentra esencialmente desamparado en una estructura social que se derrumba ante sus ojos. Tan solo le queda repetir el comportamiento compulsivo en el que fue criado, de sumirse en “la narcosis suave, la dieta probada del olvido: *Playstation*, TV y marihuana¹” (p. 33).

2. El mundo como estética y apariencia

Hoy en día, el encanto de las apariencias, la seducción de los objetos y la fetichización de la identidad individual, son aspectos que definen nuestro actual panorama tardío-capitalista. La penetración sistemática de la lógica cultural del sistema económico dentro de todos los ámbitos de lo social viene a ser lo que Jameson (1991) denomina propiamente como “posmo-

¹ Quizá sería más apropiado decir hoy en día “Redes sociales, Smartphone y marihuana”, pero el mensaje sigue siendo el mismo.

dernismo”. Considerándola como una corriente estética en sí misma, la posmodernidad se caracteriza por su integración deliberada de elementos extraídos del “bajo fondo” de la cultura de masas contemporánea. Como afirma Jameson: lo que fascina a los posmodernismos es precisamente todo este paisaje <<degradado>>, feísta, *kitsch*, de series televisivas y cultura de *Reader’s Digest*, de la publicidad y los moteles, del <<último pase>> y de las películas de Hollywood de serie B, de la llamada <<para-literatura>>, con sus categorías de lo gótico y lo romántico en clave de folleto turístico de aeropuerto, de la biografía popular, la novela negra, fantástica o de ficción científica: materiales que ya no se limitan a << citar >> simplemente, como habrían hecho Joyce o Mahler, sino que incorporan su propia esencia (p. 13).

Así, lo que antes había funcionado como gesto de rebeldía, un afronte contra el gusto burgués, pasa luego a institucionalizarse y convertirse en parte de la esencia misma del arte. Dicha configuración viene a significar efectivamente la disolución tanto de la categoría de “arte elevado” como de “arte bajo”. Vale mencionar que, a diferencia de nuestra actual “cultura pop”, el arte bajo no es ningún producto de consumo masivo producido bajo criterios empresariales, sino la expresión subjetiva particular de las clases populares. Tales creaciones no están para nada exentas de comunicar grandes emociones. A menudo, el arte bajo puede llegar a ser subversivo contra los poderes establecidos. La cultura “pop”, en cambio, sienta las bases esenciales de la lógica neoliberal dominante, el actual régimen de personalización narcisista amparado en el culto a la moda, donde todos somos incentivados a vivir nuestra individualidad a través de nuestras opciones de consumo, el dilema entre comprar doce marcas de detergente diferentes o cinco modelos alternos de consolador.

Pues bien, si nos ponemos a comparar los valores artísticos de nuestra era con épocas anteriores, encontraremos que el arte como tal se encuentra ya liberado de sus prejuicios en cuanto a lo raro y experimental. “No solamente Picasso y Joyce han dejado de ser repugnantes” escribe Jameson, “sino que ahora los encontramos en conjunto bastante realistas” (p. 17). Esto significa que el arte dentro de la posmodernidad ya se encuentra liberado del criterio

de belleza y armonía entre las proporciones. Empero, esta “armonía” interna de la obra de arte no era gratuita o mero capricho de escultores. Se trataba de un elemento esencial que actuaba directamente en el alma del espectador. La armonía y la belleza eran medios que servían, según Schiller (1794), para “recomponer la totalidad de la especie” (p. 71). Esta “totalidad” no es otra que la reconciliación entre sensibilidad e intelecto, poesía y filosofía. Para Schiller, Goethe y los alemanes del siglo XIX, en general, eran los antiguos griegos quienes servían de modelo para una humanidad reconciliada con sus factores. Mejor dicho, para una humanidad que todavía no había sufrido la escisión original de su ser. En palabras de Schiller:

Rebosando de forma y a la par de contenido, cultivando la filosofía y a la par la creación, con delicadeza y a la par con energía, los vemos aunar la juventud de la fantasía con la virilidad de la razón en una humanidad magnífica (p. 70).

Ahora, ¿qué fue lo que causó la herida en primer lugar? La respuesta puede ser impactante:

La cultura misma fue quien provocó esta herida a la humanidad moderna. Tan pronto como, por un lado, la experiencia acrecentada y el pensar más preciso hizo necesaria una separación más neta de las ciencias y, por otro, el mecanismo cada vez más complejo de los Estados obligó a una separación más rigurosa de los estamentos y de las ocupaciones, también el vínculo interior de la naturaleza humana se desgarró y una funesta lucha enemistó sus fuerzas armónicas (p. 71).

Actualmente, vivimos en un mundo más culturizado que nunca. Pero, a diferencia de los modernos, los hijos de la posmodernidad no sufren el desgarro del intelecto y la sensibilidad, sino su completa disolución. Ante la mirada vacía del espectador (an)hedónico, la obra posmoderna se cierna sobre la humanidad como el abismo donde se hunde toda contemplación. Nuestra pupila irreflexiva intenta posarse sobre algún reflejo pasadero en la penumbra, pero resulta en vano. Ya ni siquiera el abismo nos devuelve la mirada.

3. Auge y caída de la vanguardia

Con el desarrollo de los nuevos medios masivos (la radio, el teléfono, la televisión, el cine, etc.), la esfera tradicional del arte comenzó a erosionarse gradualmente. Antes de la época de la “reproducción mecánica”, como la bautiza Benjamin (2003), las obras de arte habitaban una esfera casi desconectada del resto de la sociedad. Para llegar a presenciar una obra como la “*Mona Lisa*”, se tenía que recorrer todo el continente hasta llegar al museo o galería donde dicha obra estaba expuesta. Una obra tan magna como la capilla Sixtina de Miguel Ángel solo podía ser observada por un visitante del vaticano. Una sinfonía de Mozart o un concierto de Bach solo podía escucharse cuando la banda se presentaba a tocar. En estos ejemplos, puede observar que las obras de arte pertenecen a un espacio definido (la galería, la iglesia, la sala de concierto, etc.), y que tanto el espacio como la obra se ven revestidos de cierta lejanía. La distancia de la obra de arte y el común de la gente, la cual en su gran mayoría se encontraba vetada de dichos espacios, otorgaba a la obra una cierta “aura” de trascendencia. Dicha aura, además de ocultar la posición de clase del arte, le concedía cierta autoridad al artista por encima del mero artesano. Con el advenimiento de la revolución industrial, a la par que inventos como el fonógrafo o el proyector, se produce un cambio radical en nuestra forma de percibir las obras de arte. La reproducción en masa de vinilos y fotografías de cuadros, las sinfonías por radio y las imágenes en movimiento del cinematógrafo, desalojan al arte de su puesto privilegiado y lo arrastran hacia la esfera del mercado. Ya no es una necesidad viajar a Francia para obtener un vistazo de la catedral de Notre-Dame. Ahora, gracias a la reproducción fotográfica, uno puede observar una imagen de la catedral colgada en su mismo cuarto. En un cuadro de artista, el juego entre la luz, el color, la perspectiva y demás elementos aportan a la fotografía un lenguaje propio; de la misma manera, la imagen cinematográfica establece su propio sistema de signos. Acerca del poder de sugestión del cine en manos de la clase capitalista, Benjamin escribe:

En Europa occidental la explotación capitalista del cine prohíbe tener en cuenta el derecho legítimo que tiene el hombre de hoy a ser objeto de una reproducción. Por lo demás, también la des-

ocupación lo vuelve prohibitivo puesto que excluye de la producción a grandes masas que tendrían derecho a ser reproducidas ante todo en su proceso de trabajo. En estas condiciones, la industria cinematográfica tiene interés en acicatear la participación de las masas mediante representaciones ilusorias y especulaciones dudosas. Para lograr este efecto ha puesto en movimiento todo un enorme aparato publicitario: ha puesto a su servicio la carrera y la vida amorosa de las estrellas, ha organizado consultas populares, ha convocado concursos de belleza. (2003, p. 78).

A partir de ello, podemos afirmar que el cine fue el primer medio artístico propio de las masas. A diferencia del teatro, donde el espacio entre la audiencia y la obra queda delimitado por el escenario, el cine rompe la barrera entre el espectador y la obra esperada. Ante los ojos del vidente, envuelto en la sombra de la sala, las imágenes cinematográficas se presentan a la manera de un sueño. El espectador de la gran pantalla, tras salir de las puertas de la oficina, el bar o la fábrica, puede experimentar por un tiempo determinado un escape de su rutina. El juego de imágenes en movimiento, sonido y efectos especiales borran los límites de la realidad mundana y proyectada. En tanto que espectador, el individuo que mira la gran pantalla se inserta a sí mismo en la procesión de imágenes y situaciones que le presenta la narrativa cinematográfica. La forma de sus deseos subconscientes queda moldeada por el flujo de imágenes, el lenguaje de la cámara se funde con su manera de ver el mundo. Como medio de comunicación masivo, el cine funciona como fuente de modas y deseos nuevos. Es por dicha característica que tanto comunistas, capitalistas y fascistas ven en el cine una herramienta óptima para diseminar sus ideologías. En parte, fue gracias a las amplias vistas panorámicas de multitudes enteras (que, por primera vez, podían tener idea de su propia expansión por medio de las imágenes), que la propaganda del partido nazi fue tan efectiva. Cumpliendo con la llamada “estetización de la política”, la propaganda de los partidos fascistas, junto a sus multitudinarias marchas, discursos públicos y mítines (en imitación de la izquierda radical hasta ese momento); había creado su propio lenguaje visual de masas. En el campo soviético, directores como Eisenstein se encargaron la tarea de crear un nuevo lenguaje visual para la revolución. Usando técnicas inutilizadas hasta ese momento,

como el cut-up y el fotomontaje, el cine soviético intentó incorporar, desde sus inicios, a la gran masa obrera en su proceso revolucionario. No obstante, la experimentación visual y en otros campos artísticos quedaría vetada con la instauración del nuevo “realismo socialista”. Este produjo un cine más simple en términos técnicos y narrativos, alejado de toda complejidad estructural que podía tener el arte de vanguardia. Pero no sería los regímenes fascistas o comunistas los que desarrollarían al cine como medio de entretenimiento masivo, inaugurando la moderna industria cultural capitalista. Este honor le pertenecería a Hollywood.

Ahora bien, aunque sean los medios visuales los más notables en cuanto a desarrollo técnico del arte, medios ya establecidos, como la pintura o la palabra escrita, experimentaron notables transformaciones. La ruptura con los cánones artísticos tradicionales, el culto a la perspectiva y las dimensiones bellas, quedó hecho trizas junto con el ideal de progreso de la cultura moderna, con el advenimiento de dos guerras mundiales y los campos de concentración. Tanto la derecha como la izquierda radical se levantaban en contra del mundo decadente creado por la burguesía. Para los surrealistas, el camino a seguir se encontraba en la revolución proletaria. El deber del artista o del intelectual era elevar, por medio de su trabajo, la consciencia del proletario hasta convertirlo en sujeto revolucionario. No obstante, dicha labor no debía limitarse a una mera repetición de eslóganes propagandísticos. De lo que se trataba era forjar un nuevo tipo de consciencia, un nuevo mito colectivo que funde las bases de una verdadera sociedad humana. Tal hazaña implicaba entrar en conflicto no solo solo con la cultura burguesa establecida, sino con el mismo socialismo oficial que propagaba un arte más formulaico, alejado de los excesos innovadores de las vanguardias. Similarmente, la Italia de Mussolini optó por alejarse de los excesos radicales futuristas por una nostalgia oficialista por el pasado Romano. Hitler, el pintor frustrado convertido en dictador, aborrecía toda pieza de arte de vanguardia, clasificándola de “arte degenerado”. Pero quizás la ironía más grande de todo el arte sea que fue el mismo mundo burgués quien terminó por abrazar el arte modernista. La victoria final del capitalismo sobre la vanguardia ocurrió cuando se aceptó el urinario de Duchamp dentro de una galería oficial. ¿Quién habría predicho que la experimentación, la transgresión de la norma

y la libertad absoluta estarían en perfecta armonía con la naciente cultura hedonista? Como señala Bell:

La observación común de que hoy ya no hay una vanguardia significativa –de que ya no hay tensión radical ente un nuevo arte que escandaliza y una sociedad escandalizada– solo quiere decir que la vanguardia ha obtenido la victoria. Una sociedad entregada totalmente a las innovaciones, a la jubilosa aceptación del cambio, de hecho, ha institucionalizado la vanguardia y la ha cargado, quizás para su consternación con la tarea de constantemente descubrir algo nuevo. En efecto se ha dado a la “cultura” un cheque blanco, y se ha reconocido firmemente su primacía en la promoción de cambio social (p. 47).

¿Qué más queda esperar ahora que nada parece nuevo o chocante? ¿Es que acaso hemos llegado al final de toda nuestra evolución artística como civilización? Quizás la respuesta radique en dejar de ver el arte como algo que necesita “avanzar”. Se puede argumentar con facilidad que la ciencia y tecnología actuales se encuentran más avanzadas que hace un siglo, pero ¿podemos decir que ahora el arte es más “avanzado” que lo que fue antes? ¿Es acaso T.S. Eliot más avanzado que Shakespeare o Dante? ¿O será que en la obsesión por “avanzar” el arte, en intentar pasar límites y trasgredir tabúes, nos hemos olvidado de la tarea constructiva que pregonaron tanto Schiller como Bretón, la de sentar las bases para una futura reconciliación con nuestra propia humanidad ?

4. Nihilismo de la industria cultural

¿Cuál fue el fin último de los movimientos de vanguardia? Al igual que las visiones hoy denominadas “utópicas” de la modernidad, desde Tomás Moro

² O quizás tocaría ir mucho más lejos y darnos cuenta que el propio concepto de lo “humano” es otra categoría disoluble de la historia. Pero, si es así, ¿qué nos aguarda con la posibilidad de un arte ya no postmoderno, si no “post-humano”?

hasta el mismo Marx, de lo que se trata es en esencia algo que podríamos llamar una “política de reapropiación”. Estas vendrían a ser la aspiración filosófica y política de fundar un nuevo tipo de ámbito social que vea superado el principio de utilidad. Acerca del destino final de dichas visiones, Vattimo escribe:

La perspectiva de la reapropiación –ya en la defensa de una zona libre de valor del cambio, ya en la forma más ambiciosa (que pone en compañía, por lo menos, en el plano teórico, el marxismo y la fenomenología) de dar un nuevo fundamento a la existencia de un horizonte sustraído al valor de cambio y centrado en el valor de uso– ha sufrido un deterioro no sólo en cuanto a fracasos prácticos, que nada le quitaría su dimensión ideal y normativa, sino que, en realidad, la perspectiva de la reapropiación perdió su significación de norma ideal. (1994, p. 27).

Como consecuencia de la gradual irrupción de la razón ilustrada en el hombre, proceso que se iniciaría a inicios de la modernidad y culminaría en el triunfo de la clase burguesa, la naturaleza queda reducida a la mera cifra cuantificable. El resultado de esto, según Heidegger, termina siendo “la reducción del ser a valor” (p. 24). ¿Qué otra cosa vendría a ser la manifestación concreta de la valorización del ser, sino nuestra actual ontología consumista que rige nuestro horizonte de capitalismo tardío? Quizás la descripción más acertada de nuestro estado actual sea el término acuñado por el difunto crítico inglés Mark Fisher (2016), el “realismo capitalista”. Como se menciona anteriormente, Fisher describe esta realidad social imperante como un estado prevalente de “hedonía depresiva”, caracterizada por “la incapacidad para hacer cualquier cosa que no sea buscar placer” (p. 32). La búsqueda ilimitada de placer como fin último de la vida, a despecho de la moral y vida religiosa, es una perspectiva ideológica de pensamiento que podemos encontrar en el autor que involuntariamente encarna los valores de la Ilustración: el Marqués de Sade. En su obra *“Juliette o las prosperidades del vicio”*, la protagonista homónima se unirá conscientemente a un grupo de personajes perversos con el propósito de ignorar toda la moral y vivir de acuerdo a sus extremos pasionales. En esto, podemos observar cómo la ra-

cionalidad calculadora de la ilustración, que somete tanto al hombre como a la naturaleza bajo el orden más calculado que existió, no tiene otro objetivo que satisfacer su propio deseo egoísta. Este narcisismo, que solo puede ver al mundo como un producto consumible, representa la personalidad actual imperante a nivel subconsciente. Pero, para que sea capaz de solventar sus deseos cada vez más refinados, el individuo se ve obligado a formar parte del orden social organizado de la misma manera que el propio proceso productivo altamente organizado. Dicho orden demanda del individuo acoplarse al proceso económico de manera que sus propios deseos personales se alineen con sus intereses. El resultado viene a ser un orden social en donde escapar el ritmo del proceso productivo se vuelve prácticamente imposible. Viene a ser un orden social en el que, paradójicamente, se le promete al individuo una infinita cantidad de opciones para dirigir su propia vida a su manera. No obstante, estas opciones terminan por ser no otra cosa que una infinita variedad de lo mismo.

Sin duda, la gran mediadora de nuestro nihilismo contemporáneo es la actual industria de entretenimiento masivo. Al suprimir, efectivamente, tanto la esfera del arte popular como el cultivo, la industria cultural destruye la posibilidad de un arte popular subversivo o ideal. Lo que permanece es una serie ilimitada de “espectáculos”, cuyo propósito principal es el de ocultar lo real: el sustrato material de las relaciones de producción. Al mismo tiempo, la industria nos presenta a través de sus ídolos modernos la figura de las grandes celebridades del cine o la música. La figura del artista se vuelve una especie de objeto del deseo para sus fanáticos. De esta forma se llega a desarrollar un vínculo parasocial entre el público y el artista. Este vínculo de dependencia que permite compartir el mismo vínculo entre diversos individuos genera el fenómeno moderno de las “comunidades de fans”. Así, tanto la industria cultural como la industria de las redes sociales tienen un mismo objetivo; dicho de otra manera, ambas son extensiones mutuas de cada una. Estas últimas conllevan a la estetización misma del propio consumidor, cuya figura ideal se ve reproducida en la representación estética que él mismo reproduce dentro de su “perfil”. La tendencia de la estetización del mundo hacia la uniformidad se manifiesta a su vez dentro de los propios individuos. Parecería entonces que la ontología tardío-capitalista actual ha

llegado su punto máximo de consolidación; sin embargo, en todo momento vivimos su punto más alto de algidez. Las tensiones crecientes a causa de la relación de explotación a sobremanera del hombre y la naturaleza son evidentes en el ámbito cotidiano. La presencia cada vez más notoria de extremos climáticos se hace notable, a la par que un sentimiento de ansiedad e incertidumbre generalizada depara en un apagamiento de la voluntad individual. La presencia cada vez más generalizada de trastornos cognitivos y sociales en los jóvenes es una consecuencia que emana de nuestras relaciones sociales enfermas.

El nuevo sujeto esquizoide del capitalismo tardío establece sus relaciones a través de los mecanismos propios del aislamiento. La distancia generada por la estructura mercantil de las relaciones sociales, en la que cada uno es libre de vender su imagen como producto, transmitir su vida como si tratara de una obra de arte, es otra de las tantas consecuencias del rompimiento de toda comunidad y espacio público. Las condiciones que permiten establecer relaciones de convivencia política, que se basan en la apertura al diálogo entre individuos dispuestos a escucharse a sí mismos, se vuelven cada vez más frágiles de mantener. La privatización del espacio público y la politización del espacio virtual, han generado hondas rupturas sociales, a consecuencia de la fragmentación cada vez mayor en comunidades políticas diametralmente opuestas. La ausencia de valores compartidos entre individuos deviene entonces en una lucha por encarnar en sus imágenes personales a sus valores políticos personales, gustos estéticos, orientaciones sexuales, etc. La identidad performativa del individuo se afianza a través de sus elecciones de consumo, en ausencia de un verdadero canal de agencia política. En la ausencia de creencias compartidas, la industria cultural se convierte en la productora de una nueva mitología consumista.

El individuo contemporáneo, carente de una identidad y tradición definidas, encuentra en las series y franquicias de consumo una nueva fuente de valores. El consumidor de bienes culturales recibe de la mano del mercado una educación estética alineada con los valores denominados “progresistas” (mayor tolerancia, mayor igualdad, etc.), que, en el fondo son un reflejo de la igualdad legal del mercado. Es entonces natural que la industria cultural

ponga en apariencia y remarque los reclamos de reivindicación de derechos formales (mayor relevancia social para las identidades marginadas), mientras que se muestre ambivalente en cuanto a reclamos de carácter económico concreto. No es del todo inusual que la misma industria cultural proyecte una perspectiva crítica acerca de los problemas sociales actuales, pero dicha visión crítica oficial solo se limita a responsabilizar al individuo por paliar los efectos negativos de un conjunto de relaciones sistémicas que van más allá de cualquier potestad individual. El consumo por bienes culturales “progresistas” no es sino la ilusión que nos ofrece el sistema actual de poder cambiar las cosas con nuestros hábitos de consumo.

5. A modo de conclusión

Con el actual monopolio de la industria cultural, cada vez más ampliado sobre la consciencia de la sociedad, es válido cuestionar si aún existe potencial para una nueva vanguardia, una nueva corriente que nos permita escapar de la unidimensionalidad imperante de las películas de superhéroes y el cada vez más refinado “pop” masivo (a diferencia de la cultura verdaderamente popular, que no está hecha a partir de las apreciaciones de una mesa de directores en un inmenso conglomerado de medios). No obstante, tenemos que admitir que el actual desgaste del arte “cultivado” es, en parte, debido al desgaste de la herencia de las vanguardias. En un primer momento, la vanguardia artística significó un intento de ruptura con el orden burgués establecido. Más aún, es posible comparar ese mismo espíritu innovador de los inicios del modernismo, con el mismo imperativo de innovación técnica que mueve el mercado capitalista. Aunque, paradójicamente, esta forma de considerar la herencia del modernismo vaya en contra de los deseos de sus figuras representativas de superar el arte burgués, su modo de actuar se encuentra instalado dentro de la misma corriente de racionalidad moderna. Es justamente ese espíritu de partir desde lo moderno, sin olvidarse del todo de la deuda del pasado (las obras literarias y artísticas que logran hablarnos a través de las épocas), y construir a partir de aquel impulso un nuevo arte que sepa articular la totalidad de nuestra experiencia, con sus cumbres de luminosidad tanto como sus abismos insondables, lo que hace

que el modernismo aun pueda decirnos algo dentro de nuestro panorama “post-modernista”. Ahora bien, muchas de las aspiraciones de reapropiación de la modernidad han quedado solapadas bajo un paradigma que se torna escéptico ante la presunción de totalidad en las obras de arte. Pero no se duda que dicho escepticismo también tiene sus razones válidas de existir. Incluso, es posible afirmar que esta “desacralización” de los valores metafísicos en el arte puede servir para abrir perspectivas hasta este momento cerradas. Se observa un ejemplo de esto en las performances del artista conceptual Tehching Hsieh. Con el fin último de presentar una exploración sobre el tiempo, y la forma en que este se presenta en nuestras sociedades altamente tecnificadas, sus obras logran expresar mejor que cualquier otro tipo de performance la substancia íntima de nuestra condición moderna. Cada una de sus performances, ya sea encerrarse en un cuarto sin ventanas por un año entero o tomarse una fotografía cada hora usando el mismo uniforme laboral, son producto no del deseo de fama o notoriedad, sino que responden a la inquietud personal de su autor, cuyo objetivo final es intentar encontrar un sentido a nuestra relación con el tiempo y su voraz consumo de todo lo existente. Su obra también es un ejemplo de las posibilidades radicales de lo que se denomina la “muerte del arte”, es decir, la evaporación del ámbito privilegiado del arte con respecto al resto de la sociedad. La obra de arte, siguiendo a Heidegger, se presenta entonces como el acontecimiento donde se nos revela el ser. Al habitar ese espacio intermedio entre la tierra y el mundo, la obra de arte que perdura como monumento solo lo es en cuanto “deja inscribir sobre su propia superficie de piedra los signos del tiempo” (1994, p. 69). ¿No terminan resultando insípidas la mayoría de producciones culturales actuales por el hecho de que están diseñadas solo pensando en el presente? Quizás suene contradictorio si pensamos que gran parte de los productos culturales “postmodernistas” tienen como objetivo suscitar un elemento de nostalgia en el espectador (tal es la lógica detrás de la inagotable cadena de *remakes* y secuelas). Pero, este mismo tipo de nostalgia manufacturada resulta insípido por el mero hecho de estar concebida como producto de consumo. Las obras de nostalgia no se convierten en monumentos precisamente porque están diseñadas con el presente en mente, al igual que la mayoría de obras postmodernas. Pero una obra no se vuelve imperecedera por algún componente mágico que de alguna forma no

envejece con el tiempo. Es una regla general de la materia que todo lo vivo por necesidad tiene que morir, es igual con las obras de arte. No obstante, la grandeza de ciertas obras es que aún después de su “muerte” (la disolución del ámbito cultural en que fueron concebidas), el monumento que dejan atrás, con las muestras indelebles del transcurso del tiempo sumándose a sus cualidades, se nos presenta aun como la apertura hacia nuevos horizontes de significado que abren camino hacia nuevas manifestaciones del ser y sirven como fundamento estable para habitar en el mundo.

Referencias Bibliográficas

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos Filosóficos*. Editorial Trotta.

Adorno, T. (1991). *The Culture Industry*. Routledge Press.

Bell, D. (1997). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Alianza Editorial.

Benjamin, W. (2003). *La Obra de Arte en la Época de su Reproducción Técnica*. Editorial Ítaca.

Breton, A. (1971). *Position politique du surréalisme*. Société Nouvelle des Éditions Pauvert.

Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista, ¿no hay alternativa?* Editorial Caja Negra.

Jameson, F. (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío*. Paidós.

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Editorial Anagrama.

Liotard, J-F. (1979). *La condition postmoderne : rapport sur le savoir*. Les éditions de minuit.

Schiller, F (2019). *Cartas sobre la educación estética del hombre*. Universidad Nacional de Cuyo.

Vattimo, G. (1994). *El Fin de la Modernidad: Nihilismo y hermenéutica en la cultura contemporánea*. Editorial Gedisa.