

## LA SUBJETIVIDAD EPIDERMIFICADA

**Manuel Jesús Muñoz Merchán**

Si Jean Paul Sartre tenía razón al inaugurar su famosa obra *El Ser y la Nada* diciendo: “El pensamiento moderno ha realizado un progreso considerable al reducir el existente a la serie de las apariciones que lo manifiestan”<sup>1</sup>, añadiendo pocas líneas más abajo, “pero, si nos hemos desprendido una vez de lo que Nietzsche llamaba << la ilusión de los trasmundos >> , y si ya no creemos en el ser-de-tras-la-aparición, ésta se torna, al contrario, plena de positividad, y su esencia es un << parecer >> que no se opone ya al ser, sino que, al contrario, es su medida. Pues el ser de un existente es, precisamente, lo que el existente *parece*”<sup>2</sup>, entonces nos encontramos en condiciones de afirmar el carácter eminentemente estético de la experiencia postmoderna. Una experiencia que ya no se avergüenza de sí misma pues, como señala Sartre, esta vez la apariencia está *plena de positividad*, y por lo tanto la contemplación estética no se encuentra ya devaluada frente al peso de la contemplación eidética, como había venido sucediendo desde hacía ya algún tiempo a la luz del dualismo episteme-doxa.

Una cultura que ya no cree en “*el ser-de-tras-la-aparición*” es necesariamente una cultura de la imagen, y por ello una cultura eminentemente estética. El vaciamiento al que la postmodernidad ha sometido al ente ha hecho de éste algo cuyo ser es precisamente su parecer, tal y como la experiencia de los “media” refleja a diario. El carácter masivo que la tecnología ha otorgado a los medios de comunicación ha propiciado que nuevas artes como la publicidad y el diseño se determinen como el nuevo *cosmos noetós* que define la idealidad de los modelos que la realidad debe imitar, generando así una realidad que aspira a ser virtualmente más real que la propia realidad. Esta dinámica se ve favorecida por la –llamémosla así– nueva referencia de la cultura postmoderna, a saber, el mercado, que exige entidades *ontológicamente ágiles*, versátiles y ligeras, entidades que sean capaces de asumir la velocidad de una cultura que podríamos definir, con el permiso de Gilles Lipovetsky, como una cultura de la moda, una cultura de lo efímero apta solamente para menores de cuarenta años.

De manera paralela, la disolución del ser frente al parecer ha traído como consecuencia el fin de los grandes relatos de sentido señalado por Lyotard, enfrentándonos por primera vez en siglos a una situación desconocida desde el mundo griego. La desaparición repentina del absoluto en una cultura que tradicionalmente ha estado dominada por el movimiento hacia un centro de gravedad, absorbiendo así cualquier posible manifestación de lo individual, ha supuesto un movimiento de reacción centrífuga hacia lo periférico propiciando una liberación de lo singular. Jamás en la historia se había producido una liberación y expresión de las minorías y sectores marginales en la medida en la que se ha producido en la postmodernidad, y sin embargo esta ausencia de absoluto también ha propiciado por primera vez la ausencia de un *telos* histórico en una cultura históricamente teleológica. Es el final de la vanguardia, de los profetas y los gurús de un mañana que ya no existe, un mañana que es ya el eterno presente sobre el que la postmodernidad se desliza a toda velocidad. Para una cultura que no piensa en el mañana, al modo en que lo hizo, por ejemplo, la Ilustración, es importante mantenerse en movimiento, pues el camino ha terminado por convertirse en destino igual que el futuro ha acabado por convertirse en eterno presente.

En definitiva pareciera –a nosotros desde luego nos lo parece– como si esto que llamamos postmodernidad no fuera sino el resacoso despertar del día posterior a aquél en el que se produjo la tan pregonada por Zaratustra *muerte de Dios*. Casi todos celebraron el acontecimiento, unos con una inusitada euforia que transitó desde el arrebatado creador de las vanguardias hasta la autodestrucción nihilista del punk. Otros lamentaron con profundo dolor la pérdida del Padre y su recién adquirida condición de huérfanos desde, parafraseando a Lipovetsky, la *triste delectación en la inanidad universal*. Pero todos, después de superar una noche bien de ebrio disfrute nihilista bien de amarga soledad existencialista, despertaron al nuevo día con una insoslayable cuestión martilleando en sus cabezas: ¿y ahora qué?

### **1.- La estetización de la subjetividad, la fuga de las esencias y la desertización del significado.**

Pues ahora nada, o lo que es lo mismo, ahora todo. Si no podemos sostener por más tiempo la presencia de un ser que fundamente el discurso de lo real contra lo aparente todo goza entonces de un recién adquirido derecho a ser. Asistimos al auge del matiz, de la particularidad individualista, del detalle diferenciador, del parecer sobre el

ser; basta con tan sólo echar un ojo a nuestro alrededor y observar, por ejemplo, la multitud de *disfraces* que componen el armario de nuestros congéneres, el cual sorprende no ya solamente por lo abigarrado del mismo sino además, por la facilidad con la que un mismo individuo se envuelve en diferentes *estéticas*. Ya no es necesario ser algo, porque no siendo nada podemos jugar a ser cualquier cosa. Rasgo distintivo de esta tendencia cultural es la constante inconstancia del sujeto postmoderno, del ser iniciados en mucho y maestros en nada; al interés por casi todo hasta que el esfuerzo requerido por el aprendizaje nos hace abandonar ante la mínima dificultad. Baste al menos de momento, simplemente con apuntar la cuestión.

Sin embargo no hay que llevarse a engaño, pues este auge de la singularidad no ha redundado en un enriquecimiento de la significatividad de la expresión. El proceso de personalización tan propio de la postmodernidad hace de la particularidad y la diferencia una herramienta al servicio de la mercadotecnia a través de la cual la propia subjetividad queda reificada e integrada en la dinámica del mercado. Personalización de teléfonos móviles, televisión a la carta, o la posibilidad de comprar en Zara una camiseta de “The Ramones” o “The Clash” son el botón de muestra del debilitamiento expresivo y la tecnificación del matiz llevado a cabo por el proceso de personalización, proceso en el que el sujeto acaba expresándose a través de la libre elección entre las opciones ofertadas por el mercado. Es interesante a este respecto la vinculación que Fredric Jameson establece entre el descentramiento de la psique –como fragmentación de la subjetividad y erosión del sujeto individual– y lo que sería su inevitable resultante cultural, “el pastiche”, que en sus propias palabras no es sino “la imitación de un estilo peculiar o único”.<sup>3</sup>

En cualquier caso, como decíamos, cualquier máscara goza hoy de su *derecho de propiedad*, de sus *escrituras ontológicas*, y más que nunca podemos decir que ya no habitamos sino un verdadero *cosmos aesthetós* en el que vivimos el primado de la imagen, y en el que la única duda restante es la concerniente a la cuestión de si podemos realmente hablar aún de un “cosmos”. Esta pregunta acerca de la posibilidad de seguir hablando del mundo contemporáneo como un cosmos nos llevaría a la un tanto catastrofista cuestión del “fin del mundo” o hablando con mayor precisión del “final del mundo”. Pues de hecho cabría hablar –si se nos permite el juego de palabras– del “final del fin”. Son interesantes a este respecto las siguientes palabras de Fredric Jameson:

“Los últimos años se han caracterizado por un milenarismo invertido en el que las premoniciones de futuro, catastróficas o redentoras, se han sustituido por la sensación de final de esto o aquello (de la ideología, del arte o de las clases sociales; la << crisis >> del leninismo, de la socialdemocracia o del estado del bienestar, etc.); en conjunto, quizás todo esto constituya lo que, cada vez con más frecuencia, se llama postmodernidad.”<sup>4</sup>

Pocas líneas más abajo acaba calificando todo lo que sucede al modernismo como “empírico, caótico y heterogéneo”.

Probablemente esta *sensación de final* constituye el punto de arranque a partir del cual la lógica de la postmodernidad (des)compone la cultura contemporánea. El final de la historia y de las ideologías; la muerte del sujeto, el final de la filosofía, etc, son temas recurrentes en nuestro tiempo, tal y como comprobaremos a poco que nos asomemos a los siempre controvertidos foros intelectuales. Teniendo en cuenta que la cultura occidental hunde sus raíces en unas creencias que bien de manera religiosa bien de manera laica han sido profundamente teleológicas, es fácil percatarse de la importancia del desencanto y la pérdida de fe en un *telos* histórico que marque la vivencia de la temporalidad del sujeto postmoderno. Sin embargo esta ausencia de *telos* no comporta una angustia o un lamento existencial más propios del final del modernismo. Lejos de ello, como señala Gilles Lipovetsky en *La era del vacío*, la ausencia de un destino histórico que realizar ha propiciado un cambio en las prioridades del individuo postmoderno, más preocupado de sí mismo que de la urgencia histórica de la realización de una empresa colectiva en la que ya no cree. Es el tiempo de Narciso:

“Los grandes ejes modernos, la revolución, las disciplinas, el laicismo, la vanguardia han sido abandonados a fuerza de personalización hedonista; murió el optimismo tecnológico y científico al ir acompañados los innumerables descubrimientos por el sobrearmamento de los bloques, la degradación del medio ambiente, el abandono acrecentado de los individuos; ya ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad posmoderna no tiene ni ídolo ni tabú, ni tan sólo imagen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis.”<sup>5</sup>

Nos extenderemos más sobre ello en su momento, baste decir por ahora que el nuevo catálogo de la temporalidad contiene nociones como las de *inmediatez*, *velocidad*

o *simultaneidad*, que unidas a la ausencia de impulso de una subjetividad plena y proyectualmente comprometida incapacitan al ciudadano medio para diferir su acción en pos de un objetivo que trascienda la esfera del aquí y del ahora y que no proporcione un resultado inmediato. Esto explicaría en parte la creciente indiferencia y la *textura masiva* de un sujeto incapaz de generar iniciativas y diseños propios más allá de la autosatisfacción instantánea y del pastiche.

Paralelamente la *fuga de las esencias* y el final del *más allá* también han tenido su impacto en el ámbito de lo espacio-visual. La prevalencia de la representación y de la imagen hace de lo postmoderno en general algo “empírico” y “heterogéneo”, como señalaba Jameson, esto es, lo postmoderno es en esencia algo estético y multiforme. La proliferación de los *mass media* y las nuevas aplicaciones de la imagen (videoconferencia, compra a través de Internet, cibersexo, *pay per view*, televisión interactiva, etc.) junto a la lógica del mercado multinacional han producido un ensanchamiento sin precedentes en la órbita de la experiencia del sujeto postmoderno, principalmente –aunque no exclusivamente– con fines publicitarios:

“En efecto, lo que le ocurrió a la cultura bien pudiera ser una de las pistas más importantes para rastrear lo postmoderno: una enorme dilatación de su esfera (la esfera de las mercancías), una inmensa aculturación de lo Real (históricamente original) y un salto cuántico en lo que Benjamín aún denominaba <<estetización de la realidad>>”<sup>6</sup>

La imagen postmoderna no se encuentra ya sometida al monopolio de la esencia, siendo por lo tanto metafórica, cambiante y heterogénea. Incluso con cierta tendencia hacia la mezcla orgiástica y caótica. La imagen no tiene ya por qué ser fiel a un objeto prístino y original situado en un *más allá* de lo sensible. Se da entonces el caldo de cultivo ideal para la proliferación de la cultura del simulacro y su burla de las apariencias, el cual dispone de libertad para desplegar toda su potencia subversiva y maliciosamente seductora. Volveremos sobre ello, pero antes de hacerlo, permítasenos aún extraer otra consecuencia cultural de la autonomía de la imagen y de la ampliación mercantilista del universo posible de la conciencia: la creciente dificultad planteada al sujeto para articular un volumen ingente de imágenes y experiencias a cada cual más heterogénea y encontrar aquella “*Idea de Mundo*” desvanecida a la par que la “*Idea de Realidad*” –en tanto que totalidad unitaria de la experiencia– en el nuevo “*espacio massmediático*”<sup>7</sup> de la postmodernidad.

Sin duda una acumulación desvertebrada de la experiencia posibilita que la conciencia se constituya de modo fragmentario, al estilo del *collage*. La televisión es un buen ejemplo de ello: sentados frente al televisor, contemplando horas de publicidad, el espectador se encuentra expuesto a un torrente de imágenes absolutamente dispersas que se suceden a una velocidad de vértigo. Contemplar el televisor no exige concentración, introspección, recogimiento en uno mismo. Lejos de ello la mente y el cuerpo se ven sometidos a una continua excitación que no deja lugar a la pausa o a la cesura audiovisual, como señala Derrick De Kerckhove: “se nos niega el tiempo suficiente para integrar la información en una base plenamente consciente”.<sup>8</sup> Pero las consecuencias de tal acumulación de estímulos han de ir necesariamente más allá de la mera excitación perceptivo-sensorial de la psique, más allá de la imposibilidad de asumir e integrar tal volumen de información en esa base *plenamente consciente* para adentrarse en el ámbito de la experiencia subjetiva. Esta marabunta de imágenes tan variopinta saturaría la conciencia del espectador de forma tal que éste pudiera acabar por perder toda capacidad para responder, para “*hilvanar eidéticamente*” un volumen de información semejante. No queda espacio ya para algo parecido a aquel sujeto ético kierkegaardiano, el cual, debiera ejercer su condición de sujeto libre y responsable ante un *aut-aut* que le exige una elección. Si la indecisión crece en proporción directa al aumento de opciones donde elegir, cuando la situación no implica una simple toma de posición entre el *lo uno o lo otro* del pensador danés, sino que ésta se ha disparado *massmediáticamente* hacia la infinitud del estrellado cielo de la publicidad, entonces, la capacidad de decisión del espectador ha quedado asolada por el bombardeo procedente de la pantalla. ¿En qué situación puede quedar entonces una subjetividad arrojada a los pies de los caballos de la “*Física ontomassmediática*”?

## **2.- El auge de la imagen y la cultura del sector terciario.**

*“Prosa vil de la vida, sucia  
eficacia, que los sueños te borren locos y libres.”  
Hierbas de Asia. El último de la fila.*

Y es que sin querer dar la impresión de que el presente texto se circunscribe únicamente a la experiencia de los *media* –cuyo uso por nuestra parte no tendría otra intención más que la de servir como metáfora o hilo conductor del comentario sobre el más amplio marco de la experiencia postmoderna en general– es cierto que una vez más

la televisión ejemplifica todo lo anterior de manera insuperable. La televisión y la publicidad trasladan a la conciencia hasta el nuevo *cosmos noetós* que marca los parámetros de la *sociedad de la imagen*, de la nueva y evanescente realidad del parecer. La televisión por cable y por satélite despliega ante nosotros una oferta de canales cuyo número oscila entre cien y seiscientos, dependiendo de nuestro apetito televisivo, y que recorriendo los más variopintos temas nos franquea el acceso a una casi infinita irisación de la realidad. Sentado frente al aparato de televisión, y, sumergido en tamaña amplificación de la experiencia, uno siempre tiene la sensación de que *se está perdiendo algo*. No importa qué estemos viendo, porque por interesante que nos pueda parecer la emisión dicha sensación de inquietud nos impedirá profundizar en la contemplación, nos impedirá *permanecer*. Repentinamente nos sorprendemos a nosotros mismos saltando de canal en canal, manifestando algunos de los rasgos más notables en los que este tipo de experiencia educa la sensibilidad postmoderna; como el carácter epidérmico y la ausencia de profundidad o la inconstancia de una subjetividad adicta al estímulo audiovisual e incapaz ya de centrarse o replegarse dentro de sí misma. El fenómeno del “zapping” y del “grazing”<sup>9</sup> –elevados a lógica civilizatoria– no podía demorarse en exceso, pues es sin duda la mejor manera de *estar en todos los sitios a la vez*. Si la fuga de las esencias supone la versatilidad, o –si se nos permite la expresión– *agilidad ontológica* del parecer, es decir, la posibilidad de ser (de) cualquier cosa, el *zapping* es la manera de no *echar raíces*, de estar en cualquier sitio sin necesidad de quedarse o profundizar en ninguno de ellos, es la forma de ser ágiles y ligeros. Así pues, el único camino para ser postmoderno y no morir en el intento –desmembrado por los caballos de la nueva “*Física ontomassmediática*”– es renunciar casi por completo a la interioridad y sumirnos en el vertiginoso torrente de la superficialidad dúctil y descomprometida de la civilización “cool” de Lipovetsky dibujada en su obra *La era del vacío*.

La dinámica televisiva es solamente el botón de muestra de la superlatividad epidérmica de la subjetividad postmoderna: la seducción visual y la velocidad, o lo efímero de la seducción<sup>10</sup> constituyen la lógica operativa de un universo publicitario, disperso y heterogéneo que excita constantemente la experiencia del espectador impidiéndole replegarse sobre sí mismo en lo que pudiera ser una especie de introspectivo movimiento táctico defensivo. La televisión no demanda concentración y esfuerzo; centramiento en definitiva, de hecho propicia justo lo contrario, esparcimiento

relajado y descentramiento. Al contrario que la lectura, la cual exige recogimiento y retirada hacia el refugio interior. No es de extrañar por tanto que el libro y la lectura –en tanto que ejemplos de una determinada forma de experiencia– estén en vías de extinción en plena era de la explosión audiovisual.

Asumir la obsolescencia del dualismo interior/exterior que ha traído la postmodernidad es condición *sine qua non* para *sobrevivir* en este viaje a ninguna parte que es una experiencia carente de *telos*. El sujeto contemporáneo, sin embargo, ha sabido hacer *virtud* del defecto usando una lógica un tanto inquietante: el vacío de sentido, la quiebra de la fe en el progreso y las misiones históricas de los pueblos o la humanidad, y en definitiva, el desinterés creciente por la *res publica*, no comportan como ya hemos visto “*ni tragedia ni apocalipsis*”. Ante la falta de sentido, la postmodernidad responde renunciando a su demanda. Es lo que Jameson denomina “*el ocaso de los afectos*” y Lipovetsky “*la indiferencia pura*”. La subjetividad contemporánea ha renunciado en general a la interioridad, y con ella al sentido. Ya no hay lamento por la pérdida de un compromiso colectivo o una unidad de acción que por otra parte las jóvenes generaciones no echan en falta, pues nunca lo han conocido; somos post-modernos. Aun cuando se observen eventuales entusiasmos por *nuevas causas* como la antiglobalización, el ecologismo, el comercio justo, la rebelión alternativa, etc, a menudo, dichos entusiasmos se sustentan más sobre el basamento de un importante componente lúdico –convirtiéndose en modos de vida social más o menos superficial– que en auténticos compromisos que demanden sacrificio personal y renuncia a la autosatisfacción individual. Todos estos movimientos formarían parte de la redefinición del compromiso “*cool*” de la cultura de lo epidérmico. El individuo estetizado, emocionalmente descomprometido y existencialmente indiferente no incurre ya en contradicciones: lleva un peinado *rasta*, es antimilitarista, aunque paga sus impuestos religiosamente, viste ropa cara de estética neo-hippie, bebe Coca-cola, consume drogas sintéticas como modo de socialización, es ecologista y conduce un coche que funciona con gasolina sin plomo. Todo es igual, es indiferente porque ya no existen ideologías “*duras*” que exijan un sacrificio de la individualidad ni una interioridad capaz de dar algo de consistencia crítica a nuestra acción; y si la hay, queda rápidamente neutralizada por una socialidad estetizada, efímera y sensorial. La postmodernidad no padece sin embargo por todo ello, de hecho podríamos decir con el refranero que tampoco siente. Así pues, la cultura contemporánea es empírica y



sensorial, epidérmica y hueca, hedonista y descomprometida. Sin pecado ni culpa su ciudadano se desliza por la vida tan placenteramente como le es posible, adepto de la fe en el *easy going* y del individualismo hedonista:

“Windsurf, skate, Ala Delta, la sociedad posmoderna es la edad del *deslizamiento*, imagen deportiva que ilustra con exactitud un tiempo en que la res publica ya no tiene una base sólida, un anclaje emocional estable [...] todo se desliza en una indiferencia relajada.”<sup>11</sup>

La publicidad nos invita a adentrarnos en un mudo de fantasía que marca la pauta de lo real, un paraíso de colores brillantes y líneas atractivas que muestran la placidez de todo lo que nos puede ofrecer la cultura del sector terciario. Este mundo nos invita a cerrar los ojos, y dejando atrás las miserias de la cotidiana realidad, deslizarnos pantalla adentro hacia esa nueva tierra prometida que invita a la relajación y al abandono. Completemos el texto anterior de Lipovetsky con un fragmento de la novela de Chuck Palahniuk titulada *El club de lucha*. En ella el completamente sano protagonista se vuelve adicto a sesiones de psicoterapia para enfermos terminales en las que a través de la meditación guiada se intenta trasladar mentalmente a los pacientes a realidades virtuales más amables que el mundo real:

“Era el turno de Cloe para dirigir la meditación guiada, y su voz nos introdujo en el jardín de la serenidad [...] Con los ojos cerrados, imaginábamos que nuestro dolor era como una bola de luz blanca que todo lo curaba, que flotaba alrededor de los pies y subía por las rodillas, la cintura y el pecho. Nuestros chakras se abrían. El chakra del corazón. El chakra de la cabeza. Con sus palabras Cloe nos introdujo en cuevas donde nos encontramos con el animal que era nuestro guía. El mío era un pingüino.

El hielo cubría el suelo de la cueva y el pingüino dijo: <<Deslizaos>> . Sin esfuerzo alguno nos deslizamos por túneles y galerías”<sup>12</sup>

Sin angustia ni sufrimiento el sujeto contemporáneo huye del displacer, del compromiso y del esfuerzo. ¿Por qué no cerrar los ojos y deslizarse con placidez lejos de la realidad cotidiana, de su monotonía y a veces de su crudeza? ¿Por qué no sucumbir ante un mundo seductor que no nos señala con el dedo recordándonos que somos sujetos y por tanto que somos autores, poetas si se prefiere? “*Dios ha muerto [...] pero a nadie le importa un bledo*”.<sup>13</sup>

Recapitulando, podemos decir que la postmodernidad ha sometido al ente –incluyendo desde luego al propio existente– a un proceso de vaciamiento que ha terminado por hacer de él su propia imagen. Esta liberación del rígido anclaje del Ser no ha propiciado sin embargo una ganancia a favor de la subjetividad en el plano de la expresión individual, pues el solar dejado por la esencia ha sido rápidamente recalificado por la lógica del mercado con el fin de aprovechar con fines mercantiles la *agilidad ontológica* de la imagen, haciendo del ente en general un mero producto. La lógica del capitalismo global ha hecho de la cultura de la imagen y el simulacro junto con la tecnología una alianza perfecta al servicio de la civilización del beneficio, cuya deriva no conduciría –para los peor pensados– más que a la seducción del consumidor al más puro y taimado estilo de un catódico don Juan Tenorio que acabaría equiparando al existente humano con los demás recursos susceptibles de explotación y control, esto es, con Recursos Humanos. El propio carácter insustancial –y consecuentemente efímero– de la visualidad postmoderna es el asiento ideal en el que la lógica del mercado encuentra acomodo. Por ejemplo, la exigencia de crecimiento constante que pesa sobre el consejo de administración de cualquier empresa ha aprovechado sin miramientos esta nueva dinámica de la visualidad postmoderna, generando en el consumidor una impresión de obsolescencia a partir de la creación de una imagen anticuada del producto. Siempre existe una *versión actualizada* que hace de su antecesora un objeto cuya caducidad es proporcional a la arrolladora demanda de crecimiento empresarial de la compañía.

“La lógica económica ha barrido a conciencia todo ideal de permanencia; la norma de lo efímero es la que rige la producción y el consumo de objetos. Desde ahora, la breve duración de la moda ha fagocitado el universo de los artículos, metamorfoseado, tras la Segunda Guerra Mundial, por un proceso de renovación y de obsolescencia <<programada>> que propicia el relanzamiento cada vez mayor del consumo.”<sup>14</sup>

Ciertamente no parece descabellada la lectura que ve en los nuevos *media* y en su uso de la imagen, una herramienta al servicio de la lógica mercadotécnica que aspiraría al control de las necesidades de los individuos no ya mediante algún tipo de violencia o coacción más o menos manifiesta e impropia de la postmodernidad, sino mediante un proceso de *seducción fatal* ejercida mediante el control de la imagen y del parecer<sup>15</sup>. A través de esta seducción audiovisual se obtendría el control de los hábitos y

costumbres de los individuos que tenderían hacia la aglomeración o masificación, en definitiva a la *uniformización* del gusto exigida por la producción masiva. La única forma de obtener un gran beneficio comercial es vender mucho, y para vender mucho hay que producir masivamente. Solamente queda entonces adecuar la demanda a una oferta producida masivamente, esto es, masificar la demanda.

Si la homogeneización de las preferencias a la hora de consumir pudiera parecer paradójica o contraria al signo de los tiempos, en el sentido de que apuntaría en dirección opuesta al proceso de descentralización y personalización tan propio de la postmodernidad, conviene señalar que, sin embargo, la dispersión individualista del sujeto y su diversificación estética encuentran su límite tanto en la compactación massmediática de los gustos y hábitos como en el mismo proceso de superficialización de la subjetividad que venimos apuntando. En la postmodernidad lo humano no es por más tiempo aquel *fin en sí mismo* que Kant hubiera deseado, ni tampoco la figura entronizada o cúspide de la Creación transmitida por el relato del Génesis (Gen. 1, 26-28). Tras el fin de la historia y la rigidez del antiguo orden metafísico, ni la Naturaleza ni el Hombre son ya límite para el funcionamiento del mecanismo mercadotécnico. Ahora, la Tierra y todo lo que se encuentra en ella –incluyendo desde luego al Hombre– son considerados como recursos susceptibles de explotación. La lógica de la cultura del sector terciario no rinde ya homenaje a nada que no sea su propio funcionamiento. Seducido por la imagen, el individuo quedaría expuesto al vaivén fugaz de la moda, aguardando pasivamente al lanzamiento del último y actualizado fetiche representativo de *lo más novedoso*, lo cual desde ahora se convierte en un valor en sí mismo. Ante la desagregación de la subjetividad, y su comunión en la cultura de masa, los objetivos de realización personal quedan ahora determinados desde los estándares de la publicidad y el consumo. Lo propio, la iniciativa y el proyecto personal, pierden peso coincidiendo con la integración a la cadena del mercado y la progresiva disolución de la voluntad subjetiva. Esta ausencia de acción subjetiva dibujaría el ya casi clásico retrato del telespectador sentado frente a su receptor, saltando de canal en canal, contemplándolo con la mirada ausente de quien no está ya *en sí mismo*; como si el *yo* hubiera decidido mudarse ante la creciente estrechez de la vivienda.

Este aprovechamiento de la imagen que tiende hacia la homogeneización masiva del deseo a través de la seducción visual del consumidor, recibe con agrado el final del dualismo metafísico interior/exterior. La imagen es entonces más fácilmente

mercantilizable pues el necesario procedimiento de *procesado y empaquetado* obliga a prescindir de una engorrosa interioridad difícilmente reductible a un mero flash o a una secuencia de pocos segundos. Cualquier futbolista de primera división obtiene ingresos de su contrato de imagen, y los “*grandes*” personajes en general poseen ya una imagen que venden a conveniencia como si de un bien de consumo más se tratara. Incluso aquellos formatos que pretendidamente aspiran a escapar de la *mera* imagen y a ofrecer una visión más íntima y redonda del personaje, como es el caso del relato biográfico tan popular en nuestros días, no acaban por ofrecer sino *otra imagen*, en este caso la perspectiva desde la que el escritor pretende que su biografiado sea contemplado. En cualquier caso *la verdadera* imagen acaba por convertirse, como señalaba Sartre, en aquélla desde la que el objeto se nos manifiesta, si es que hablamos de ontología, aunque siempre queda, desde luego, la posibilidad de *vender la imagen*.

El proceso de superficialización generalizada y el consecuente final de la importancia de lo interior, inmuniza convenientemente al sujeto ante la falta de grandes mensajes de sentido. El sujeto postmoderno, liberado del peso de sí mismo, es ahora más *ligero*, y la preocupación y el angustioso lamento de la falta de sentido son sistemáticamente calmados con la seductora narcosis del consumo. Hoy en día todo el mundo sabe que la mejor manera de acabar con la depresión es *irse de tiendas*. La postmodernidad ha solucionado el problema del vacío con dosis masivas de hedonismo consumista y erosión de la interioridad a partes iguales:

“La postmodernidad representa el presunto final de este dilema, al que sustituye por uno nuevo. El fin del ego burgués, o mónada, conlleva sin duda el final de las psicopatologías de este ego (lo que vengo llamando el ocaso del afecto). Pero significa el fin de mucho más: por ejemplo, del estilo como algo único y personal, el fin de la pincelada individual y distintiva (simbolizado por la incipiente primacía de la reproducción mecánica). En cuanto a la expresión y los sentimientos o emociones, la liberación que se produce en la sociedad contemporánea de la antigua anomia del sujeto centrado puede significar, asimismo, no sólo una liberación de la angustia sino también de todo tipo de sentimiento, al no estar ya presente un yo que siente”<sup>16</sup>

No queda más que la asunción de lo que podríamos llamar una especie de *burguesía emocional* que no concibe ni cimas ni simas, una mediocridad afectiva que veda al sujeto el acceso a lo sublime pero que a su vez le libera de angustias y conflictos

interiores. Incapaz ya de soportar por más tiempo tantas tensiones y distensiones, tantos *tiras y aflojas* en forma de hiperestimulación continua, el sujeto acaba por refugiarse en la práctica sistemática de la apatía y la laxitud crónica. El nivel de excitación requerido para estimular a un sujeto –si se nos permite la expresión– “*dado de sí*” es cada vez mayor; ya nada sorprende ni excita, ni atemoriza ni desafía –a pesar de los denodados esfuerzos de la sociedad del espectáculo– a un sujeto que hace ya tiempo que está *curado de espanto*, aunque es cierto que también hace tiempo que lo está de ilusión. El producto de tanta indiferencia no puede ser otro más que el de un sujeto *polifacético* que responde a lógicas múltiples, en lo que podría caracterizarse como una especie de fragmentación o esquizofrenia de la subjetividad. Al no haber ya un relato de sentido dominante ni especial compromiso con ningún discurso, podemos adoptar sin mucha molestia la lógica del “*zapping*” o del “*grazing*” como modo de vida, la cual nos permitirá abrazar temporalmente esta o aquella fe, al menos hasta que empiece a resultarnos aburrida o demasiado exigente. La ausencia de aptitud crítica para articular un discurso coherente posibilita la convivencia amalgamada en un mismo individuo de una multitud de tendencias que asumidas de manera “*cool*” no resultan ya contradictorias pues: “La indiferencia pura designa la apoteosis de lo temporal y del sincretismo individualista.”<sup>17</sup> El “*zapping*” como forma de vida, es la mejor manera de *no echar raíces* en nada, de estar en todos los sitios simultáneamente gracias a la lógica proteica de una personalidad fragmentada que tiende inercialmente a la realización de los arquetipos de turno propuestos por la moda y la televisión.

Comprobamos pues, como todos estos mecanismos generan un remedio que equilibra los desajustes producidos por el trauma que supuso pasar de la modernidad a la sociedad contemporánea. Queda a juicio del lector decidir si como decía Jameson vale la pena sustituir este dilema por uno nuevo. En definitiva, ya no hay grandes fines, pero el sujeto postmoderno tampoco parece añorarlos. Tan sólo es cuestión de *deslizarse* por la vida esquivando la gravedad y la pesadez de los discursos serios y el esfuerzo, y encontrar la manera más divertida y liviana de pasar nuestro tiempo. Parques de atracciones, agencias de viajes, centros comerciales, ciudades del ocio, etc, ocupan cada vez más el tiempo libre de los ciudadanos, los cuales ni siquiera necesitan adoptar un papel activo en la configuración de su propio tiempo de ocio. Basta con pagar para que algo o alguien nos entretenga.

En cuanto a la cuestión ya sugerida sobre la modalidad de habitación en este nuevo espacio *massmediático* propuesto por la postmodernidad, esto es, el planteamiento de si dicho espacio es más o menos habitable que aquél que le precedió en el tiempo, antes del advenimiento, hoy definitivo, de la sociedad de la imagen, una vez más la lectura no es unívoca. Por un lado se ha sugerido ya la creciente dificultad que entraña para un sujeto cada vez más epidermificado la articulación de una experiencia que se precipita torrencialmente sobre su conciencia, añadiendo además un *plus* de esfuerzo a dicha tarea el carácter heterogéneo, cuando no directamente caótico, de dicha experiencia. Este “*mirón de imágenes*” se vería en la situación de tener que “[...] totalizar la infinitud *óptica* de lo efectiva y potencialmente massmediático en un compendio básicamente acumulativo menos propenso a la conciliación esencial o eidética que a la destrucción o deshechura, por *proliferación*, de su propio contenido”<sup>18</sup>. Teniendo en cuenta que la primacía del parecer y lo visual han venido precedidas de lo que ya hemos denominado como *fuga de las esencias*, y que la capacidad de la conciencia, desfondada y erosionada *a conciencia*, dificulta al sujeto una asunción más o menos crítica, o al menos ordenada de este río experiencial, parece no ya una labor titánica, sino directamente imposible que podamos hilvanar o *dar pie con bola* a la hora de esbozar o siquiera de balbucear una “idea de Mundo”. Por no hablar de hacer de éste un –parafraseando a Heidegger– *horizonte óptico-existencial*, es decir, de asumir un rol activo y principal en la elaboración de aquel proyecto vital propuesto por el raciovitalismo de Ortega, quien contemplaba, entonces, allá por los opulentos y *felices años veinte*, con creciente preocupación, la proliferación generalizada de un nuevo tipo de hombre adocenado y pasivo; el *hombre masa*<sup>19</sup>.

Sin embargo no sería completo el cuadro sin la inclusión en el mismo de los planteamientos de una voz simpatizante con el estado de cosas que venimos discutiendo. En este caso hemos elegido al pensador italiano Gianni Vattimo, en concreto su obra *La sociedad transparente*. El autor italiano coincide con la apreciación más o menos generalizada que concibe la postmodernidad como la etapa que carece de aquel impulso histórico de la modernidad que otorgaba sentido al presente de manera retroactiva. Podría decirse que es *moderno* todo aquel momento histórico que se concibe a sí mismo situado un paso por delante en la realización de un determinado fin con respecto al momento histórico inmediatamente anterior, y que vive el presente como un tránsito hacia la actualización total de dicho fin. Por ello, ser moderno significa ocupar

el lugar más cercano en ese momento a la conclusión o acontecer final del sentido de la historia. El modernismo postnietzscheano asistió al final de un paradigma que era sentido no ya como faro o comfortable habitación en tierra natal, sino como prisión o encorsetamiento de una vitalidad llena de matices y sutilezas inapreciables para una mirada decimonónica que contemplaba el avance unívoco de la historia hacia un final presuntamente ya escrito. No sería sin embargo hasta el final de este período, cuando habría de surgir esa “*sensación de final*” de la que hablaba Jameson, no ya como gozoso cumplimiento de la promesa histórica, sino como vivencia absurda de un camino carente ya de destino. Lo que habría de venir después es, como señalaba el autor estadounidense, “empírico, caótico y heterogéneo”.

Vattimo no contempla la postmodernidad como un caótico río revuelto en el que unos cuantos pescadores han de sacar pingües ganancias. La “*ausencia de transparencia*” del batiburrillo *massmediático* contemporáneo es precisamente la única esperanza que existe, según el autor italiano, para la manifestación de una individualidad que ha de fundamentar el derecho a la diferencia, a la marca propia, y por lo tanto a la emancipación y expresión de un sujeto más libre y responsable de sí mismo. El siguiente fragmento es bastante ilustrativo al respecto:

“Lo que intento sostener es: a) que en el nacimiento de una sociedad postmoderna los mass media desempeñan un papel determinante; b) que éstos caracterizan tal sociedad no como una sociedad más <<transparente>> , más consciente de sí misma, más <<iluminada>> , sino como una sociedad más compleja, caótica incluso; y finalmente c) que precisamente en este<<caos>> relativo residen nuestras esperanzas de emancipación”<sup>20</sup>

Los *media* no se han convertido para Vattimo en una herramienta de seducción de los individuos a través de la visualidad postmoderna que lleve cuidadosamente a cabo la labor de adecuar la subjetividad y la oferta del mercado:

“Sin embargo, lo que de hecho ha sucedido, a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y las grandes centrales capitalistas, es, más bien al contrario, que la radio, la televisión y los periódicos se han convertido en componentes de una explosión y multiplicación generalizada de *Weltanschauungen*: de visiones del mundo”<sup>21</sup>

Resulta difícil pensar hoy por hoy el *sentido de la realidad* de manera unívoca. Pero resulta aún más difícil volver la mirada hacia atrás y contemplar nostálgicamente

cualquier tiempo pasado –no necesariamente mejor– en el que todavía la Realidad fuera una grande y firme pantalla que sustentada sobre el sólido fundamento del Ser, nos ofreciera la *verdadera imagen del mundo*. La cuestión reside en si efectivamente los *mass media* contribuyen a una enriquecedora multiplicación de los matices de la realidad haciéndola *más viva*, o si por el contrario, contribuyen sistemáticamente a la destrucción de la posibilidad de elaboración no ya de la Idea de mundo, sino de una humilde pero dignamente construida “*Weltanschauung*” de cosecha propia. No nos parece que sea evidente de suyo que la aceptada por Vattimo “*falta de transparencia*” de la sociedad contemporánea, contribuya a la proliferación de las “*visiones del mundo*” en lugar de propiciar y fomentar aquellos usos que apoyan la difusión de una cada vez más compacta y homogénea indiferencia. No es que corramos el peligro de perder el *sentido de la realidad* pues como dice el propio Vattimo “quizá no sea ésta, después de todo, una gran pérdida”<sup>22</sup>. En nuestra opinión, el verdadero peligro sería la posibilidad de que finalmente tuviéramos que recurrir a una realidad *de prestado*, que, no dudamos ni por un segundo, alguien –o algo– vendría presta y *servicialmente* a ofrecernos. En medio de este “*caos relativo*” podemos concebir la posibilidad de que finalmente los *media* pudieran un día ser foro de una viva irisación de la realidad, expresión de una multitud de minorías que habitan en la periferia no ya de nuestras sociedades supercapitalizadas y *massmediatizadas*, sino incluso en los –para nosotros– lejanos márgenes del empobrecido extrarradio mundial. En medio de tanto optimismo, y aun a riesgo de ser acusados de irredento pesimismo, nos preguntamos de qué servirá la libertad de expresión cuando nuestras sociedades no tengan ya nada que expresar; de qué servirá el turno de palabra cuando ya no haya nada que decir.

### **3.- Hacia una nueva forma de vivencia temporal**

*“Adversity is the  
diamond dust Heaven polishes its jewels with”  
Thomas Carlyle.*

La *sensación de final* que preside la cultura contemporánea no podía dejar de afectar a la forma en la que se había experimentado hasta ahora la vivencia del tiempo en nuestras sociedades. El *fin de la historia*, que supuso el abandono definitivo de los *metarrelatos* de sentido de los que hablaba Lyotard, ha modificado substancialmente la manera en la que una cultura como la occidental, una cultura que de una manera u otra



ha sido profundamente teleológica, ha vivenciado el tiempo. No podemos entrar aquí en el análisis minucioso del proceso a través del cual el inicial mensaje soteriológico del cristianismo fue evolucionando hasta transformarse en optimismo científico primero, con su idea de progreso hacia la transformación final de la Naturaleza en paraíso a la medida del Hombre (Bacon), y en filosofía de la historia después, con un Hegel profeta de la realización final del proceso a través del cual la actualidad del Mundo, su realidad empírica, acabaría por coincidir plenamente con la Idea. En cualquier caso, es fácil comprender la importancia de este *fin de la historia* y la necesidad de revisar, en primer lugar, el estado de cosas en lo concerniente a las tradicionales categorías de análisis de la temporalidad, como son pasado, presente y futuro.

Hasta hace relativamente poco los hechos del pasado eran contemplados como la armoniosa imagen unitaria que venía a confirmar de manera indubitable que el tiempo histórico no era un azaroso acontecer fruto de la aleatoriedad y la casualidad más absolutas. La aguda mirada del historiador era capaz de mostrar la causalidad que recorría el sustrato de los acontecimientos, haciendo de ellos una línea coherente que llamaron “historia universal”. Desde su atalaya en la cima de los tiempos, el especialista determinaba que efectivamente la historia era un proceso claramente encaminado hacia un ineludible destino final cuyo acontecer era solamente *cuestión de tiempo*. En toda época, sus habitantes –al menos aquéllos con conciencia histórica– sentían sobre sí la responsabilidad y el peso del pasado, la conciencia de ser eslabones de una cadena en la que habían de realizar su *misión histórica* o *cumplir con su destino*. El pasado era la confirmación de un presente que adquiriría sentido en función de la promesa del advenimiento final de un *telos* histórico. En este contexto, adquiere sentido la figura del líder como personificación de las ideas de progreso y de vanguardia que flotaban en el ambiente. Si la historia es un proceso lineal con principio y final claramente definidos, el héroe revolucionario, el líder vanguardista es la historia encarnada, es el individuo dotado de una especial *visión histórica* o *clarividencia* que guiará a las masas hasta el siguiente estadio en el necesario devenir de los tiempos, representando lo que Hegel denominó “*el espíritu de los tiempos*”. Así pues, su figura representa el punto más cercano a la realización final del *sentido de la historia*, siendo por tanto faro y camino que conduce hacia el advenimiento final.

No es por tanto casual que la postmodernidad represente el final de las vanguardias, no sólo de las vanguardias históricas, sino de cualquier posibilidad de

*espíritu vanguardista*. Ya no es posible mantenerse –de manera honesta– en una posición de vanguardia porque simplemente no hay término absoluto de comparación, no hay destino al que llegar, no hay meta ni *telos*; y por tanto no hay posición aventajada sobre el resto. La postmodernidad es la época de la disolución de las concentraciones, desaparece la figura del “*Führer*” como profeta y redentor de la historia, como *primus inter pares* que ha sido desposeído de su halo distintivo y casi divino. Ya no hay líderes, y cualquiera que cometa la torpeza de intentar serlo será calificado rápidamente de charlatán, o incluso de algo peor. El centro de gravedad se ha dispersado radialmente hacia la periferia, cobrando importancia lo individual, lo personal, lo local. De esta forma la concepción lineal y unitaria de la historia acaba también por desaparecer. Ya no se habla de *historia universal*, sino de *historia multiversal*; incluso los propios hechos históricos terminan relativizándose, pues éstos han sido determinados, como “históricos”, es decir, de especial relevancia, según criterios parciales que respondían a los intereses de una clase dominante o a una visión determinada del mundo, considerada hoy sesgada y excluyente. La noción de *Historia* desaparece a favor de las *historias* de las cosas que hasta ahora habían carecido de especial relevancia histórica: historia de la cocina, historia de la educación, historia de las mujeres, historia de la historia, historia de la sexualidad, etc. Desaparece la vivencia de la noción de *proceso*, que acaba por convertirse en un mero nombre hueco, pero sobre todo, y más importante para el tema del que venimos hablando desaparece también la idea de *proyecto*.

Para una subjetividad educada en la sensibilidad postmoderna resulta difícil vincularse a un pasado del que no siente haber recibido herencia ni culpa, y desde luego menos aún a un futuro que ni está en sus manos ni tampoco desea que lo esté. Para nosotros, hijos de *la indiferencia pura*, los sucesos históricos no son ya más que una amalgama informe de *cosas* que han sucedido en el pasado, nada más que una erudita recopilación de *datos* cuya función principal es llenar las páginas de los libros de historia. El pasado ya no es motor para nosotros ni acicate el futuro, las inercias históricas han desaparecido y las utopías son más utópicas que nunca, no ya porque haya un camino histórico predeterminado e invariable que las sitúe fuera del *topos* de la Historia, sino porque sus mensajes se hunden en la más completa indiferencia por nuestra parte, siendo reciclados –en el mejor de los casos– como *estéticas* vacías ya de contenido que nos sirven como modos de socialización hasta que nos cansamos de ellas.

En definitiva el pasado deja de estar presente, y ya no es experimentado como nexo con nuestra experiencia ordinaria. Se puede decir que el futuro está incluso más desconectado con el presente que el pasado. Dejando a un lado la cuestión del valor de lo novedoso como tal, del que ya hemos comentado algo, podemos decir que el futuro ha desaparecido como proyecto, o mejor, que la noción de futuro se ha vaciado por completo. Si ya no hay un *telos* cuya presencia en el horizonte otorgue sentido a nuestras acciones, es absurdo diferir el resultado de las mismas hacia un *más allá* que nunca llegará. Se liquida la idea de *proyecto*, y nuestras acciones dejan de ser medios para convertirse en fines en sí mismas. *Fast food*, *drive thru*<sup>23</sup> o la expansión de lo *instant* son iconos representativos de la nueva forma de una temporalidad que viene a caracterizar uno de los rasgos por excelencia de la postmodernidad: la inmediatez. En vista de que no hay futuro, o de que cuando menos éste es incierto, se prefiere, se exige satisfacción inmediata, resultados inmediatos. Esta vivencia de la temporalidad impide proyectar la acción hacia cualquier cosa que no sea el *aquí* y el *ahora*. Ya nadie quiere esperar, porque todos saben que no hay nada que esperar.

Si a esta lógica de la inmediatez del *Carpe Diem* postmoderno le añadimos la primacía del hedonismo individualista –sobradamente ilustrada por Lipovetsky–, y el sustitutivo de sentido que es hoy día la cultura del sector terciario, la ecuación podría resultar de la siguiente manera: “yo”+ aquí + ahora + plenificación consumista del vacío = ... dejemos que James Graham Ballard nos ofrezca el resultado:

“Así como el pasado mismo –en un plano social y psicológico– fue una víctima de Hiroshima y la era nuclear, así a su vez el futuro está dejando de existir, devorado por un presente insaciable. Hemos anexado el mañana al hoy, lo hemos reducido a una mera alternativa entre otras que nos ofrecen ahora. Las opciones proliferan a nuestro alrededor. Vivimos en un mundo casi infantil donde todo deseo, cualquier posibilidad, trátase de estilos de vida, viajes, identidades sexuales, puede ser satisfecho en seguida.”<sup>24</sup>

La vivencia postmoderna de la temporalidad no se encuentra por más tiempo apoyada en el pasado ni comprometida con el futuro. Liberada de estos anclajes, las líneas fronterizas entre pasado, presente y futuro se difuminan hasta acabar solapándose, cediendo su espacio a un eterno y uniforme presente en el que reina la conciencia de la inmediatez y de la velocidad, otro valor al alza de esta nueva temporalidad que ya no

quiere –ni tampoco quizás puede– esperar, haciendo del vértigo tecnológico su mejor aliado en un estadio civilizatorio en el que pararse, reposar, es sinónimo de morir. Si la voluntad no se ve ya condicionada, anclada a un pasado que ya no existe como pariente inmediato del presente, y el futuro carente de programa se torna –en función de dicha carencia y de nuestro propio drama– un eterno presente, la opción es clara: el mañana ya no existe como promesa de sentido, por lo tanto *no future* –bien lo sabía el movimiento *punk*–, vive rápido y muere joven podría ser la nueva consigna de la fe en el eterno presente; consigna, por cierto, que de no ser por su crudeza, bien podría valer como eslogan para el anuncio de una crema facial antiarrugas. En la nueva temporalidad ya no hay espacio para el *cada cosa a su tiempo*, pues ya no existe una articulación temporal, ya no hay tiempos diferentes para cosas diferentes, es la época de la velocidad, la indiferencia y la juventud, de una juventud eterna que se agarra al presente como si le fuera la vida en ello –quizás realmente le vaya la vida en ello– quizás porque en medio de su vorágine de frivolidad, de su hedonismo y de su superficialidad, acierta penosamente a intuir que el mañana sólo traerá un futuro sin promesa, sin progreso y sin *más allá*. Vivir en el torrente del eterno presente o no vivir. La cibervelocidad exige un continuo *estar en marcha* un *no parar*. Si se para, se corre el riesgo de ser aburrido o de quedar obsoleto, carente de operatividad, y por lo tanto inservible y viejo como un trasto que no fue capaz de seguir la estela del eterno presente. Se nos propone de nuevo un *más alto, más fuerte, más rápido*, que sin embargo, no aspira esta vez a la superación de los obstáculos hacia la consumación de algún absoluto de romántico cariz. El futuro y el progreso siguen siendo valores en sí mismos, pero desprovistos ya de ninguna tensión histórica. El futuro por el futuro y el progreso hacia no se sabe dónde son dogmas incuestionados e incuestionables de los que sensibilidad postmoderna no duda en absoluto, pues cualquiera que ose hacerlo se arriesga a ser acusado de *ir contra el progreso*, un progreso que mientras tanto demanda una continua optimización del sistema que garantice el imparable avance hacia el mañana. En definitiva, el tiempo ya no es vivido con ningún tipo de tinte emocional, no existe ya una vivencia cualitativa de la temporalidad –no puede serlo desde una subjetividad afectada por el *ocaso de los afectos*– sino como simple acumulación o como organización racional de meras cantidades desprovistas de cualidad o de sentido. Por ejemplo, la vivencia del *tiempo mágico* es desconocida para la mayoría de los hijos de la postmodernidad. Épocas de presunta *vivencia mágica* del tiempo como Navidad o Pascua, pasan ante la conciencia

con una inquietante sensación de indiferencia, con la sensación de no estar viviendo un momento especialmente destacado sobre los demás, o bien, vestidos de una ritualidad ya osificada, superficial, más bien lúdica y cada vez más mercantilizada.

En lo concerniente a la articulación de la línea temporal de la propia conciencia, Jameson vincula la experiencia postmoderna de la temporalidad con una desconexión *esquizofrénica* entre pasado, presente y futuro. En una lectura estructuralista de la cuestión, este autor adopta la noción de esquizofrenia a modo de *modelo estético* de la organización temporal postmoderna y sus producciones culturales. Como sabemos, en el estructuralismo el sentido de cada significante se determina relacionamente, esto es, no como correspondencia o adecuación con una entidad permanente, estable, fija y trascendente a dicho significante –el significado– sino con respecto a la relación existente entre los demás significantes y la propia dentro de la estructura. Es decir, el sentido procede de la articulación de la relación entre el elemento y el resto de elementos de la estructura. Si la esencia del existente es, como Heidegger sostiene, su propia biografía y por tanto la propia conciencia, por parte del sujeto, de la exclusividad de su propio devenir, no parece tarea fácil el hallazgo o construcción de la propia identidad si no se dispone de una articulación coherente entre la actualidad de la conciencia y su propio pasado. Si esa desconexión con el presente se extiende además al futuro, aparece ya harto improbable la posibilidad para la existencia de un espacio u horizonte –*óptico-existencial*– en el que ensayar diseños propios. El vaciamiento de la subjetividad y su consecuente debilitamiento supone el final de la unidad estructural en la que la articulación de los significantes temporales adquiere sentido. De esta forma, la desconexión existente entre pasado, presente y futuro en la vivencia contemporánea del tiempo propicia que el propio presente no se pueda pensar más como puente hacia nada, y que por lo tanto acabe por no ser más que *eterno presente*. Para Jameson esta vivencia esquizofrénica de la temporalidad es la responsable de que “difícilmente sus producciones culturales [*las del sujeto*] pueden producir más que <<cúmulos de fragmentos>> y una práctica azarosa de lo heterogéneo, fragmentario y aleatorio”.<sup>25</sup> Un poco más adelante encontramos su conclusión final a todo ello:

“Somos tan incapaces de unificar el pasado, el presente y el futuro de la oración como el pasado, el presente y el futuro de nuestra experiencia biográfica o vida psíquica. Así pues, con la ruptura de la cadena significativa el esquizofrénico

queda reducido a una experiencia de puros significantes materiales o, en otras palabras, a una serie de presentes puros y sin conexión en el tiempo.”<sup>26</sup>

La perspectiva de una temporalidad abierta y de una primacía generalizada de la imagen ofrece como hemos visto tanto nuevos espacios de libertad y emancipación como de inestabilidad emocional y psíquica. La sustitución en nuestras sociedades contemporáneas de las patologías somáticas por las psíquicas muestra las crecientes dificultades de una subjetividad a la que cada día le cuesta más trabajo estar *en paz consigo misma*. La extensión del *desierto* es un fenómeno creciente que la tecnificación del saber no sólo no ha ayudado a paliar, sino que quizás ha agravado por no decir que producido. Quizás sea la huida hacia lo rural, hacia la cotidiana sencillez del provincianismo heideggeriano –casi más literal que figurada en vista de las masivas *huidas* de las grandes ciudades cada fin de semana– la mejor prueba de la saturación fenoménica de una subjetividad que no soporta por más tiempo el desmembramiento al que se encuentra continuamente sometida por aquellos caballos de la *Física ontomassmediática*. Algo de sensatez puede que hubiera en ese gesto de retirada hacia la cotidianeidad pueblerina en la que el filósofo alemán esperaba encontrar, quizás, no ya un paraíso hace tiempo devorado por la furia del *pensamiento calculador*, sino tan sólo resonancias de una época –a lo mejor un tanto idealizada– en la que aún fuera posible una concepción del saber como *vivencia* o *habitación en la verdad* y no como mera *gestión técnica del ente*. La tecnificación del saber ha permitido a nuestra civilización alcanzar cotas insospechadas en la manipulación del ente, a cambio, hemos tenido que prescindir del saber como horizonte o posibilidad de construcción de Mundo. El mundo surgido del conocimiento, concebido –únicamente– como técnica y organización racional de la vida, es aquél en el que a diario madrugamos, trabajamos y producimos, es el mundo de la prisa, del atasco, de la oficina en la que el inmisericorde reloj nos recuerda que, de lunes a viernes, nos pasamos la vida esperando a que se nos pase la vida, anhelando un fin de semana minúsculo que devoramos compulsivamente. No queda espacio para la pausa, para aquella *cesura televisiva* que nos permitiera pararnos a pensar un poco sobre el “*Da*” de nuestro “*Dasein*” y olvidarnos por un segundo del *joven profesional, dinámico, versátil, polivalente y con capacidad de adaptación al cambio* que alimenta con su vida la resultante civilizatoria de aquel *olvido de (la relación con) el Ser* heideggeriano. Aquel *error –antológico– de apreciación ontológica* que cometimos llevados de nuestro entusiasmo con nosotros mismos en

algún momento, más cercano que lejano, de nuestra historia espiritual acabó con lo *abierto del Ser*. Nuestro afán de control nos impidió aceptar el *malentendido fundamental* sobre el que Heidegger intentó llamar la atención con su “necesidad de repetir explícitamente la pregunta por el ser”<sup>27</sup> y que nos llevó a vincular verdad y ente impidiéndonos comprender la íntima relación ser-verdad, la cual a buen seguro habría de proporcionarnos la clave para hacer del mundo un lugar más habitable por el ser humano. Esta clave *ontológica* no estaría ya sustentada exclusivamente en una concepción técnica del saber, sino además –repetimos– en una concepción del mismo que hiciera del mundo un lugar más *humano*, más parecido a un *cosmos* que a una acumulación desvertebrada de experiencias, quizás hasta entonces no nos veríamos menos acuciados por aquellas cuestiones que lanzara Heidegger en su *Introducción a la metafísica*: *¿para qué? ¿hacia dónde? ¿y luego qué?*

---

<sup>1</sup> J. P. Sartre, *El Ser y la Nada*, trad. Juan Valmar, Losada, Barcelona, 2004, p. 9.

<sup>2</sup> J. P. Sartre, op. cit. p. 10.

<sup>3</sup> Vid. F. Jameson, *La lógica cultural del capitalismo tardío*, en *Teoría de la postmodernidad*, Trotta, Madrid, 1996, pp. 36-46. Para Jameson el *pastiche* no es más que el inevitable producto cultural de una subjetividad que ha sustituido la alienación por la fragmentación, el dolor por la indiferencia anímica, una especie de burguesía emocional en la que el sujeto no tiene ya nada que expresar, por ello la apropiación individualizada del estilo ajeno satisface con mucho sus necesidades expresivas. Su contraste cultural sería la parodia, satírica y subversiva, en la que a través de la reproducción ridícula o transgresora de la forma original se expresaría la intención significativa –y seguramente disidente– de quien lleva a cabo la parodia.

<sup>4</sup> F. Jameson, op. cit. p. 23.

<sup>5</sup> G. Lipovetsky, *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona, 1993, pp. 9-10.

<sup>6</sup> F. Jameson, op. cit. p. 10.

<sup>7</sup> Vid. C. Moreno, *La hechura del mundo. Espacio massmediático y marginalidad de lo cotidiano*, en *ER. Revista de Filosofía* 15 (1992), pp. 82-113.

<sup>8</sup> D. De Kerckhove, *La piel de la cultura*, Gedisa, Barcelona, 1999, p. 38.

<sup>9</sup> En su segunda acepción *The Oxford Spanish Dictionary* (Oxford University Press, Oxford, Second Edition, 1998) traduce el verbo “graze” como “pastar” “pastorear” o “apacentar” ganado. La metáfora vinculada a este contexto sugiere la acción según la cual los herbívoros rumiantes pastan “aquí” y “allá” sin permanecer demasiado tiempo en un mismo lugar. El uso ha sido extraído de un epígrafe del libro de De Kerckhove titulado “*El grazing y el zapping son formas de atender a todo*” en D. De Kerckhove, op. cit. p. 41.

<sup>10</sup> Vid. G. Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, Anagrama, Barcelona, 1993.

<sup>11</sup> G. Lipovetsky, *La era...*, pp. 12-13.

<sup>12</sup> C. Palahniuk, *El club de lucha*, El Aleph, Barcelona, 2004, p.9.

<sup>13</sup> G. Lipovetsky, *La era...*, p. 36.

<sup>14</sup> G. Lipovetsky, *El imperio...* p. 180.

<sup>15</sup> Vid. G. Lipovetsky, *La era...*, pp. 106 ss.

<sup>16</sup> F. Jameson, op. cit. p. 36.

<sup>17</sup> G. Lipovetsky, *La era...* p. 41.

<sup>18</sup> C. Moreno, op. cit. p. 89.

---

<sup>19</sup> Vid. J. Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, Círculo de Lectores, Barcelona, 1969. En esta obra Ortega caracteriza al *hombre masa* como el modelo humano que habitando en una época que le brinda un horizonte vital con más posibilidades existenciales de las que jamás haya podido disponer a lo largo de la historia, practica sin embargo, por sistema, el abandono de sí mismo, y por lo tanto de sus más propias posibilidades. Como sabemos, para Ortega “*Toda vida es la lucha, el esfuerzo por ser sí misma*” (p. 123) Retomando la idea romántica del “*streben nach*” esto es, del “*aspirar a*” o del “*ambicionar*” propone la figura del aristócrata como metáfora del existente que adopta un papel de sujeto agente y decide hacer reales las opciones de aquel “*horizonte óntico-existivo*” que Heidegger propondrá prácticamente de manera simultánea en “*Ser y Tiempo*”. El modelo humano que Ortega presenta en esta obra se forja a través de su propia *razón vital* un proyecto que se esfuerza por realizar: “*La vida humana, por su naturaleza propia, tiene que estar puesta a algo, a una empresa gloriosa o humilde, a un destino ilustre o trivial*” (p. 166) Quizás sea interesante comparar a los hijos de *la cultura del sector terciario*, alérgicos al esfuerzo y siempre dispuestos a pagar a cambio de cualquier servicio, con el aristócrata de Ortega, siempre dispuesto a enfrentar “*deportivamente*” la adversidad consustancial a la realización de cualquier programa o meta vital: “*Faltan programas de tamaño congruentes con las dimensiones efectivas que la vida ha llegado a tener dentro de cada individuo europeo*” (p. 172).

<sup>20</sup> G. Vattimo, *Posmoderno: ¿una sociedad transparente?* en *La sociedad transparente*, Paidós/UAB, Barcelona, 1990, p. 78.

<sup>21</sup> G. Vattimo, op. cit. p. 79.

<sup>22</sup> G. Vattimo, op. cit. p. 83.

<sup>23</sup> En Estados Unidos, por ejemplo, el fenómeno “*drive thru*” hace tiempo que dejó de ser algo exclusivo de cines o hamburgueserías, tal y como la gran pantalla nos mostró hasta el aburrimiento. Hoy en día establecimientos como farmacias o incluso sucursales bancarias ofrecen el sistema de atención “*drive thru*”.

<sup>24</sup> J. G. Ballard, prólogo de 1974 a la edición francesa de *Crash*, p. 11, extraído de C. Moreno, *El futuro como propaganda. Sociedad post-tradicional, neofuturismo y axiología*, en *Cuadernos de razón técnica*, 2003, pp. 113-137.

<sup>25</sup> F. Jameson, op. cit. pp. 46-47.

<sup>26</sup> F. Jameson, op. cit. p. 48.

<sup>27</sup> Vid. M. Heidegger, *Ser y tiempo*, Trotta, Madrid, 2003, § 1.