

La anti comunidad o la “sociedad del espectáculo”

Richard Trehwella Fernández,

Instituto de Filosofía y Humanidades Luis Espinal

ritrew@hotmail.com

Introducción

Partamos de algunas muestras dentro del abigarrado conjunto de fenómenos contemporáneos. En primer lugar, la **economía**. Una interesante y sarcástica nota publicada por el periodista Julián Gorodischer, del prestigioso periódico argentino *Página 12*, se titula: “*El fin de los tiempos que se mira por TV. Cómo se narra la catástrofe de las finanzas*”.¹ La nota alude a la famosa crisis bursátil de los Estados Unidos, con la consiguiente baja estrepitosa de remesas que haría peligrar, cual la sombra de un gigante que se cierne sobre nuestras diminutas cabezas, las endeble estructuras de una economía mundial cada vez más caótica, más incontrolable. Lo paradójico del asunto es que esas mismas amenazas reales o virtuales (en un mundo donde lo real se hace día a día más indiscernible de lo virtual) se han convertido en una poderosa fuente de ganancias para las gigantes empresas televisivas. Sí, ciertamente el dolor televisado es profundo y colectivo, pero también hace *rating* y mueve millones de dólares. El telespectador contempla pasmado la eclosión de todas las catástrofes (económicas, naturales, ambientales) pero no abandona su cómoda butaca pues no quiere perderse un capítulo más del “apocalipsis planetario” que una empresa de cable le trae, a módicos precios, hasta su domicilio. Gorodischer escribe:

“En la TV estadounidense la ‘gran historia’ es como una película de ficción: las noticias sobre la crisis bursátil de Estados Unidos son cine catástrofe (clase B: por repetido, por plagado de clichés) que reduce todos los personajes a unos pocos estereotipos (el líder salvador, los especuladores mezquinos, las amas de casa desesperadas) [...] En el canal Bloomberg TV la cobertura de finanzas es afín a la estética y la intensidad del espectáculo deportivo: el movilero exagera sus estados alterados desde Wall Street y el

¹ La nota apareció publicada el 3 de octubre de 2008 en *Página 12*.

último momento *no se mueva de ahí* resulta tan afectado como en un partido”.²

Pasemos ahora a la **política**. Hace algo más de cuarenta años Guy Debord publicó un lúcido libro que, tiempo después, provocó intensas reacciones en Italia, puesto que en él se explicaban diáfananamente los sutiles mecanismos de la política terrorista *mediática* del Estado italiano. Concebido en París en 1967, y divulgado por los disturbios de Mayo del año siguiente, *La Sociedad del espectáculo* se proponía como un instrumento teórico capaz de ofrecer armas críticas para las luchas revolucionarias contra el nuevo rostro del capitalismo mundial. Este texto de Debord nos aportará ulteriormente varios elementos para los análisis de nuestro tema.³

Podría decirse que el apelar a un texto de estofa anarquista constituye hoy en día, cuando pocos creen metarrelatos históricos, una verdadera ingenuidad extemporánea. Todo depende, sin embargo, de *cómo* se hagan los cortes para las lecturas sobre la historia.⁴ Debord explica lo siguiente:

[...] Hemos visto que la falsificación se ha espesado y ha descendido hasta la fabricación de las cosas más triviales, como una bruma pegajosa que se acumula a nivel del suelo de toda la existencia cotidiana. Hemos visto que el control técnico y policial de los hombres y de las fuerzas naturales aspira a lo absoluto, hasta la locura ‘telemática’; un control cuyos errores van creciendo con la misma rapidez que sus medios. Hemos visto la mentira estatal desarrollándose en sí y para sí, habiendo olvidado su conflictivo vínculo con la verdad y la verosimilitud hasta tal punto que puede olvidarse a sí misma y sustituirse de hora en hora. Italia ha tenido recientemente la ocasión de contemplar esta técnica...”⁵

² *Ibid.*

³ Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*, Ed. Maldejojo, Madrid: 2000. En lo que sigue abreviaremos este libro con la sigla SE. El libro fue objeto de una hosca censura especialmente de los medios periodísticos del norte italiano, afiliados tradicionalmente a “la derecha”, por entonces en el poder estatal. Debord explica que su libro encontró sus mejores lectores en los obreros de las fábricas de Italia. “Los obreros de Italia, que hoy en día pueden servir de ejemplo a sus compañeros de todos los países por su absentismo, sus huelgas salvajes que no se dejan aplacar por ninguna concesión particular, su lúcido rechazo del trabajo, su desprecio de la ley y de todos los partidos estatistas [...]” (Prólogo a la cuarta edición italiana).

⁴ Más adelante explicitaremos las categorías históricas que hemos utilizado para situar las *tres edades de la mirada en Occidente*, y que se hallan en concordancia con las tesis de Debord.

⁵ Prólogo a la cuarta edición italiana de SE.

El caso es que la realidad económico-política a escala mundial de la *sociedad espectacular* ha conseguido, a la vez que transformar económicamente el mundo, “transformar policialmente la percepción”⁶. Sentimos que corre un sordo rumor por el mundo y la penosa impresión de que la política ha abandonado las plazas y el *ágora*, para ir a instalarse a las bambalinas de los *mass media*, donde la figura *vedette* del momento despliega un sospechoso histrionismo que, siempre condescendiente con el espectáculo mediático, se aleja falazmente de la realidad de los pueblos. Todo ocurre como si la “verdad mediática” ocupara hoy la función del *interpretante* (Peirce) para indicarle al telespectador lo que debe percibir, pensar y, en consecuencia, en qué “dirección” actuar.

La corrupción política hoy se camufla en formas que escamotean hábilmente la ley. “Grandes defensores” del Estado-nación se transforman hoy en escurridizos *camaleones* que prestan sus servicios, sea ya como conferencistas o “asesores”, para intereses *transnacionales*. Serge Halimi, director de *Le Monde Diplomatique* de París, concluye: ¿Vender consejos, ganar dinero con discursos? También es posible convertirse en patrón de una gran empresa. Haber sido ministro de Economía no es la peor manera de lograrlo [...]. Cuando el poder constituye unas veces la etapa necesaria de una carrera lucrativa en los negocios, otras en refugio de hombres adinerados en busca de un segundo respiro, ¿es razonable esperar que los intereses más poderosos cumplan el papel que les cabe en el arreglo de una crisis de la que fueron los primeros responsables?⁷

Pero basta ya de esto. Dejemos de lado las zonas turbias de la mísera condición humana y busquemos el campo de la luz; refugiémonos en el **arte**. Cualquier defensor del “arte por el arte” estará convencido que a él lo mueve es un inefable hálito de pureza. El artista no se ocupa de fruslerías y no mancha sus manos con mundanidades; él sostiene su frente erguida mirando a las alturas del ideal y hace suyo el axioma platónico de que “Lo bello es el esplendor de lo verdadero”. Por naturaleza “el arte es hostil a toda ideología” (Marc Le Bot),⁸ puesto que no se ocupa de lo contingente ni lo

⁶ Prólogo a la tercera edición francesa de SE.

⁷ Serge Halimi, artículo “El Dinero”, en *Le Monde Diplomatique*, La Paz, enero 2009.

⁸ Citado por Régis Debray en *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Ed. Paidós, Barcelona, 1994. p. 47. En adelante, abreviaremos el título de este importante libro con la sigla VMI.

mudable, sino únicamente de la iridiscente cifra de lo Absoluto. “El arte es el tiempo detenido” (Bonnard)⁹ ya que el artista “extrae lo eterno de lo transitorio” (Baudelaire)¹⁰.

Y sin embargo hay quien nos recuerda que “Lo intemporal tampoco es eterno” (Malraux)¹¹. Sin duda alguna que el ambicioso proyecto por crear la independiente ciencia de lo bello, bautizada con el mayestático nombre de *Estética*, tampoco escapa a los avatares de la historia. Los griegos, esos geniales artistas, jamás concibieron idea semejante. Lo que nosotros llamamos ‘arte’ no pasaba de ser, para las prodigiosas mentes de Platón o Aristóteles, una mera *techne*, es decir, una habilidad funcional al servicio de otros fines (religiosos, ontológicos). Un Zeuxis, un Fidias o un Apeles, grandes creadores plásticos de la Grecia antigua, jamás hubieran concebido un “arte por el arte”, puesto que en ellos el arte no era un fin en sí sino un *medium* para otra cosa. La noción de arte en Occidente está fechada y situada: el *Quattrocento* florentino, y sus cartas de acreditación para ingresar en el salón de la epistemología tienen rostro moderno y alemán (Baumgarten, Winckelmann, Kant, Hegel, Schopenhauer, Nietzsche, entre otros, sí podían, por razones históricas, teorizar sobre estética).

Cabe preguntarse entonces por la función del arte o de la ‘estética’ hoy en día, en una época ‘posmoderna’, donde el “todo vale” es la regla imperante, y donde más que de verdad se *demand*a el puro efecto. En *El porvenir de la ciencia* Renan afirma “Vendrá un día en que el gran artista será una cosa anticuada, casi inútil”.¹² ¿Premonición? Aún no. Todavía el artista es útil, es una inestimable pieza del mercado. ¿Quién mejor que él para encarnar la mágica posición del prestidigitador, del amo de los espectáculos? Hace poco el escritor peruano Mario Vargas Llosa en un sobrio como contundente artículo denunciaba los excesos que caracterizan a la corriente de ebriedad contemporánea que amalgama estética con leyes de oferta/demanda.¹³ Vargas Llosa denuncia a un tal Damien Hirst, miembro prominente de la *Young British Artists*, quien bajo el artificioso fuego publicitario de un grupo de *marchands* londinenses, había logrado subastar 223 obras suyas en la estafalaria suma de 198 millones de dólares, en apenas dos días. El escritor peruano no reprime su impresión tras haber asistido a la susodicha subasta: “Yo fui a verla y, ante lo que me pareció una payasada de mal gusto,

⁹ VMI, p. 136

¹⁰ VMI, p.136

¹¹ VMI, p.127

¹² VMI, p.33

¹³ El artículo titulado “Tiburones en formol” apareció en el diario *El País* el año 2001, y fue reeditado por La Razón el 5 de octubre de 2008.

dejé testimonio de mi decepción en un artículo, Caca de elefante, que me mereció algunas protestas”. Lo cierto es que Damien Hirst, fugaz estrella del arte vanguardista, tuvo a buen seguro un innegable “talento”: el haber comprendido las leyes del mercado espectacularista. Un buen día Hirst vendió, en medio de una aparatosa lluvia mediática de interpretaciones pseudoreligiosas y pseudofilosóficas, un tiburón formalizado, no faltando aquel especulador que pagó por ello doce millones de dólares, creyendo que el objeto representaba “*algo así como una hipóstasis de la violencia y la vida*”. ¿Anécdota? No lo creemos. Todo un signo, más aún, *síntoma*. Vargas Llosa no duda:

El arte moderno es un gran carnaval en el que todo anda revuelto, el talento y la pillería, lo genuino y lo falso, los creadores y los payasos. Y –esto es lo más grave- no hay manera de discriminar, de separar la escoria vil del puro metal. Porque todos los patrones tradicionales, los cánones o tablas de valores que existían a partir de ciertos consensos estéticos, han ido siendo derribados por una beligerante vanguardia que, a la postre, ha sustituido aquello que consideraba añoso, académico, conformista, retrógrado y burgués por una amalgama confusa donde los extremos se equivalen: todo vale y nada vale.¹⁴

¿Será que, en efecto, estamos viviendo el “fin de la historia”? Improbablemente. Es plausible más bien pensar que ingresamos –si no estamos ya sumergidos en ello- en otra etapa de la historia, cuyos difusos contornos ciertamente aún no muestran un relieve preciso. Arte, política y economía. Tres “disciplinas” diferentes. Pero quizás lo que aparece en una signifique una clave para comprender la verdad semiescondida de la otra. Así pues, si seguimos las meditaciones de Debray, cuyas categorías de análisis son muy importantes en este ensayo, quizás podamos comprender que lo más revelador de los “campos académicos” se sitúa en los espacios de las márgenes, en los intersticios, en las fronteras equívocas, allí donde los campos empiezan a diluirse y vemos actuar potencias fundamentales. Quizás haya algo común en todo esto, y sea posible considerar que un estudio *mediológico de la imagen y de la mirada* constituya un promisorio campo de estudio y, revelador de nuestro tiempo.

Se hace, pues, necesario examinar a continuación el estatuto de la imagen con cierto detenimiento.

¹⁴ M. Vargas Llosa, *ob. cit.*

En el principio era la Imagen

El nacimiento de la imagen es coetáneo del nacimiento de la humanidad. Allí donde el *sapiens* se ha dirigido ha edificado imágenes; siempre que el hombre se expresa libera su “pulsión imaginera”. Esos dibujos y composiciones rupestres de Altamira o de Lascaux (un hombre boca arriba con cabeza de pájaro, un bisonte herido, caballos que huyen bajo las flechas) nos dicen ya casi todo sobre la condición humana. En esas imágenes rupestres ya está contenido prácticamente todo el arte ulterior. Esas creaciones imaginarias develan deseo y obsesión constantes de los hombres: *su aspiración de trascendencia*. La imagen siempre ha sido y será el *medium* privilegiado por el que las comunidades humanas se vinculan con lo Otro o con el Cosmos. Entre el hombre del paleolítico que hace dibujos de color ocre ejecutados en huesos y el hombre de la “era audiovisual”, que desarrolla un imaginario virtual casi sin ningún soporte material, aparentemente casi nada ha cambiado. Pero no, no nos engañemos: en esta historia del hombre y la imagen hay algo que ha mutado tremendamente: *la mirada*. Cada época determina una mirada y cada mirada determina un modo de relación entre los hombres.

Queremos no obstante enfatizar que, aunque estén correlacionadas, la imagen y la mirada son registros que no deben confundirse. En esta primera parte examinaremos con mayor atención el polo *subjetivo* de la correlación hombre – imagen, esto es, la *mirada* y sus peculiares configuraciones históricas. En la parte final del ensayo retornaremos al polo *objetivo*, a la imagen misma.

Debray nos sumerge en esta historia de la mirada en Occidente y nos señala la distinta función que adopta la imagen en cada una de sus épocas. Desde una lectura original e insólita Debray nos presenta tres momentos de la historia de lo visible: *la mirada mágica*, *la mirada estética* y *la mirada económica*. La primera suscitó el ídolo, la segunda el arte, la tercera lo visual. Se trata de *códigos invisibles* que han determinado organizaciones del mundo o visiones del mundo (cosmovisiones, si se prefiere). Haremos una rápida excursión por estas tres eras de la mirada, dando mayor atención a la mirada económica puesto que es ella la que hoy se despliega en el mundo. Es importante señalar de antemano que la “era audiovisual” implica un grave peligro o amenaza a la propia imagen: mientras que en las dos primeras eras de la mirada, la imagen no deja de ser lo que es, esto es, un *medium*, en la mirada económica

postmoderna la imagen se está convirtiendo en un *fin en sí misma*. Es esto mismo lo que Guy Debord denuncia en *La sociedad del espectáculo*. La imagen ahora probablemente se esté convirtiendo en la potencia de la *mercancía* llevada a su máxima expresión, lo que implica un salto cualitativo del capitalismo a nivel planetario, donde la economía ya está escapando al gobierno y control de los hombres e *inversamente aparece un mundo en el que la imagen – mercancía se contempla a sí misma*.

Pero antes de desarrollar esta sugerente conjetura de Debord, es necesario aproximarnos previamente a ciertas características ontológicas de la imagen en sí misma, y, para ello, seguiremos los análisis que en torno a la imagen realiza Régis Debray.

Es importante reconocer los poderes intrínsecos de la imagen. En primer lugar, la imagen tiene mayor poder de sugestión que la palabra, su poderosa ambigüedad despierta nuestros sentimientos más arcaicos, tanto los violentos como los eróticos; la imagen tiene el poder de despertar a *Eros pero también a Thanatos*. La imagen acaricia, captura, hipnotiza, nos duerme y nos devuelve al origen, la Madre, la Prehistoria. La imagen procede de otro tiempo, del tiempo inmóvil, que es el tiempo de lo afectivo, de lo religioso y de la muerte.

Además, la imagen tiene un don: *puede unir a una comunidad creyente*. Allí donde la palabra separa, la imagen une. La imagen es como una especie de “motor inmóvil” para las masas. La imagen cumple siempre una función de relación, no sólo de los hombres vivos entre sí, sino de *medium* y comunicación de los vivos con los muertos, abre una puerta a lo trascendente, permite el vínculo de la comunidad con el cosmos. La imagen tiene, pues, una *eficacia simbólica*.

Por otra parte, a un texto no se le puede hacer decir lo que se quiera, pero a una imagen sí; ella dispone de una enorme versatilidad de transmisión (esto puede tener toda clase de usos doctrinales o políticos). Pero no creamos, sin embargo, que existe un grado cero de la mirada y una aprehensión de la imagen en estado bruto. Del mismo modo que no hay percepción sin interpretación, ver imágenes y sentir su eficacia implican previamente una *mirada*, un código que determina lo que puede ser visible. Y esta mirada es un constructo subjetivo y social, histórico.

Debray afirma que siempre ha sido un problema en Occidente cómo hacer creer un Credo o una Doctrina. Uno de los secretos posiblemente haya sido el uso de las imágenes, el uso de su poder sugestivo. No se nos puede escapar que esta práctica es también altamente riesgosa. La imagen sirve como un instrumento de expansión pero también es una puerta de ingreso al reino de las idolatrías.

La *mediología*, o ciencia de la imagen, es el proyecto de una disciplina nueva que se hallaría entre las fronteras de varios campos. Plantea a la vez *cuestiones técnicas*: ¿cómo se fabrica una imagen?; *una cuestión simbólica*: ¿qué sentido transmite?; y *una cuestión política*: ¿con qué autoridad, bajo supervisión de quien y con qué propósito o destino? Allí donde la Academia distingue saberes diferentes o excluyentes entre sí, la mediología descubre puntos de contacto: técnica, simbólica y política o, en otras palabras, historia de las artes, semiología y, según Debray, teología. La mediología quisiera mostrar cómo en Occidente todas ellas se han imbricado, pues es constatable que un cambio en el dominio de las técnicas hace que la imagen ya no tenga los mismos efectos políticos ni la misma función simbólica.

Los análisis de Debray, que son evidentemente materialistas, aunque de un “materialismo religioso”, como dice el mismo autor, pretenden hacernos ver que sería algo ingenuo comprender los cambios históricos en la cultura, en las sociedades y las comunidades, sin tomar en cuenta los cambios en la imagen y en las técnicas de producción imaginera. Todas las grandes conmociones de la historia de Occidente han sido a la vez revoluciones en la imagen. Quizás preferimos eludir la idea de que los cambios en la técnica modifiquen en mayor o menor medida nuestra mirada o percepción del mundo. Recordemos a Leroi –Gourhan cuando dice: “La técnica ha inventado al hombre en la misma medida en que el hombre ha inventado la técnica”.¹⁵

Quizás tengamos que tomar muy en serio la sugerencia de que, pese a lo que sostiene cierto humanismo rezagado, la técnica cambió y cambiará la percepción del hombre por el hombre. Pensadores y artistas como Benjamin, Malraux, Paul Valéry fueron en sus tiempos verdaderos visionarios del futuro de la imagen, aunque no siempre coincidieran en sus apreciaciones. Si Valéry saludaba entusiasmado la llegada de la pequeña pantalla¹⁶, Walter Benjamin, en cambio, intuía que las innovaciones

¹⁵ VMI, p. 112

¹⁶ “Como el agua, como el gas, como la corriente eléctrica –decía Valéry- vienen de lejos a nuestras moradas para responder a nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nosotros seremos

técnicas en materia de imagen contenían elementos destructivos para el propio arte, pues la reproducción fotosensible, mecánica o industrial de un objeto artístico lo condenaba a perder ese elemento (su “aura”) que hace de ello algo único e irremplazable. En *La obra de arte en la era de su reproducción técnica* Benjamin afirma: “Al multiplicar los ejemplares, esas técnicas sustituyen un acontecimiento que sólo se ha producido una vez por un fenómeno de masas... [Más adelante pronostica]...De esa selección ante el aparato de reproducción, los que salen vencedores son la estrella y el dictador”.¹⁷

Definitivamente ya estamos instalados en otra era de la imagen. Lo inquietante es que la imagen y la técnica se han independizado, o por lo menos van escapando al control humano, y van adquiriendo una especie de vida propia desde el momento en que se enganchan a la producción de mercancías en el capitalismo global. Si anteriormente la imagen revestía funciones de trascendencia, hoy es inmanencia pura bajo la forma de la mercancía. Debray: “Nuestras imágenes se han desvitalizado y des-simbolizado, pues nuestra mirada se ha privatizado”.¹⁸

El cuadro comparativo que vemos en la página que sigue muestra aquello que Debray llama las “tres edades de la mirada” o *mediasferas* con el propósito de hacer más sensible la comprensión de los cambios que ha sufrido la función de la imagen según las distintas épocas:

alimentados con imágenes visuales o auditivas, apareciendo o desapareciendo al menor gesto, casi a una señal”. Citado en VMI, p. 106

¹⁷ Citado en VMI, p. 106-107

¹⁸ *Ibid.*, p. 63.

	LOGOSFERA (después de la escritura)	GRAFOSFERA (después de la imprenta)	VIDEOSFERA (después de lo audiovisual)
Principio de eficacia (o relación con el Ser)	RÉGIMEN ÍDOLO Presencia (trascendente) La imagen es vidente	RÉGIMEN ARTE Representación (ilusoria). La imagen es vista	RÉGIMEN VISUAL Simulación (numérica). La imagen es visionada
Modalidad de existencia	VIVA La imagen es un ser	FÍSICA La imagen es una cosa	VIRTUAL La imagen es una percepción
Continente de origen y ciudad-puente	Asia-Bizancio (entre Antigüedad y cristiandad)	Europa-Florenia (entre cristiandad y modernidad)	Norteamérica-Nueva York (entre moderno y posmoderno)
Referente crucial (Principio de autoridad)	Lo Sobrenatural (Dios)	Lo Real (La naturaleza)	Lo Ejecutante (La máquina)
Horizonte intemporal (y soporte)	La Eternidad (repetición) Duro (piedra y madera)	La Inmortalidad (tradición) Blando (tela)	La Actualidad (innovación) Inmaterial (pantalla)
Deontología	Exterior (Dirección teológico-política)	Interno (administración autónoma)	Ambiente (gestión tecno-económica)
Contexto Histórico	De la Magia a lo Religioso (tiempo cíclico)	De lo Religioso a lo Histórico (tiempo lineal)	De lo Histórico a lo Técnico (tiempo puntual)
Objeto de culto	El santo (Yo os protejo)	Lo bello (Yo os complazco)	Lo nuevo (Yo os sorprendo)
Meta y espera de...	Protección (y salvación). La imagen capta	Deleite (y prestigio). La imagen cautiva	Información (y juego). La imagen es captada
Ideal y norma de trabajo	Yo ensalzo (una fuerza) según la Escritura (canon)	Yo creo (una obra) de acuerdo con lo Antiguo (modelo)	Yo produzco (un acontecimiento) según Mí mismo (modo)
Objetivo de la mirada	A TRAVÉS DE LA IMAGEN La videncia transita	MÁS QUE LA IMAGEN La visión contempla	SÓLO LA IMAGEN El visionado controla

En ese cuadro, a la logosfera correspondería la era de los ídolos (del gr. *eidolon*, imagen) en sentido amplio, se extiende desde la invención de la escritura hasta la de la imprenta (es decir, toda la antigüedad y la edad media); a la grafosfera, la era del arte,

desde la invención de la imprenta hasta la T.V. en color (esto es, desde el Renacimiento hasta la Modernidad); a la videosfera, la era de lo visual, en la que ya estamos.

Es importante señalar que ninguna mediasfera despide bruscamente a la otra, sino que se superponen; más que cortes hay entre ellas relevos de hegemonía. Nosotros diríamos que en Bolivia tenemos una superposición de las tres miradas, casi sin relevo de hegemonía. Basta que vayamos a Urkupiña para darnos cuenta del entrecruzamiento y la efervescencia de la mirada cültica como de la estética y de la económica.

Con respecto al tiempo, el ídolo es la imagen de un tiempo inmóvil, corte vertical en el infinito inmovilizado de lo divino; el arte es lento, pero sus figuras ya están en movimiento; lo visual es ritmo puro, obsesión por la velocidad. En cuanto al espacio, el ídolo es siempre autóctono, vernacular, enraizado al suelo étnico; el arte es occidental y continental, el artista viaja mucho (Durerro a Italia, Leonardo a Francia, etc.); lo visual es mundial (mundovisión), concebido desde la fabricación para una difusión planetaria.

Debray escribe respecto a esto:

[e]n términos de mentalidad colectiva la secuencia 'ídolo' asegura la transición de lo mágico a lo religioso [...] El 'arte' asegura la transición de lo teológico a lo histórico, o de lo divino a lo humano. Lo 'visual' de la persona puntual en el contexto global [...] Teocracia, Androcracia, Tecocracia [...] Trágico, el ídolo es deificante; heroica, la obra (de arte) es edificante; mediática, la investigación es interesante. El ídolo pretende reflejar la eternidad, la segunda la inmortalidad, la tercera constituir un acontecimiento. Del dominio de lo sobrenatural, pasamos a la naturaleza, y de ésta a lo virtual, y esto sugiere tres posturas afectivas: el ídolo apela al temor, el arte al amor, lo visual al interés.¹⁹

Con el objeto de enfatizar las probables consecuencias que entraña la tercera edad de la mirada que acabamos de señalar, retomaremos en el siguiente acápite los polémicos planteamientos del otro autor que hemos seguido, Guy Debord.

¹⁹ VMI, p. 181.

El lado oscuro de las imágenes contemporáneas

Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación.

Esta es la primera de las 221 Tesis de *La sociedad del espectáculo*, con las que Guy Debord ambiciona adentrarnos en el corazón mismo del nuevo orden mundial que, según él, está domeñado ya absolutamente por el *poder separado* de la economía. Con una retórica provocativa, no exenta por momentos de elegante aforística, Debord desempolva los viejos recursos de la dialéctica para presentar algunos análisis que, aunque polémicos, no deberían hoy quedar inadvertidos. Es importante considerar, sin embargo, que el ambiente político en el que Debord publicó su libro era intenso y beligerante, de ahí que muchas de sus tesis adopten un tono bastante radical. Tomando en cuenta estas consideraciones presentamos algunos de sus planteamientos con el objeto de reflexionar sobre ellos a la luz de nuestro presente.

Según Debord, la nueva dinámica de la producción capitalista, que ahora sí ha hecho su imperio de todo el globo, ha descubierto una nueva *forma-mercancía*, mucho más preciosa y poderosa que todas sus predecesoras: *la imagen*.²⁰ Y esto ocurre así no solamente porque los elevados procesos de tecnologización de la sociedad (*mass media*, redes informáticas, *marketing*, etc.) hagan de la imagen su principal soporte material, sino porque cada vez más las propias relaciones humanas van encaminándose a ser principalmente *mediatizadas* por puras imágenes. El transfondo de todo esto, mucho más grave aun según creemos, por los alcances ontológicos que puede contener, es que el *espectáculo*, nuevo nombre de la producción capitalista, ya ha configurado una nueva visión del mundo, un nuevo régimen de la mirada, en la que *sólo es aquello que aparece*. En otras palabras, si solamente existe lo que se traduce en una imagen y, si el espectáculo es la *principal producción* de la sociedad actual, es porque el mercado determina constantemente *lo único que puede ser visible*. Debord afirma:

La primera fase de la dominación de la economía sobre la vida social había implicado en la definición de toda realización humana una evidente degradación del ser en el tener. La fase presente de la ocupación total de la

²⁰ Debord: “El espectáculo es el capital en un grado tal de acumulación que se transforma en imagen” (Tesis 34).

vida social por los resultados acumulados de la economía conduce a un deslizamiento generalizado del *tener al parecer*, donde todo “tener” efectivo debe extraer su prestigio inmediato y su función última.²¹

No debemos empero confundir los registros ontológicos. Por bella o altiva que pueda ser la imagen (señuelo seductor, voraz fiebre del deseo), una imagen es solamente eso, *apariencia*. Pero apariencia que transporta poderes antiquísimos, entre ellos el de la *magia* del unificar. Puede ella, la imagen, también dividir. Y lo más curioso es que puede reunificar aquello que en el fondo está dividido.

El espectáculo, principal instrumento de unificación de la sociedad moderna, no quiere sin embargo llegar a nada que no sea a sí mismo, puesto que es la economía desarrollándose *en y para sí misma*. De ahí deriva su carácter esencialmente tautológico, al convertir en fines lo que son sólo medios.²² El “reino de la economía”, esa parcela del mundo, ahora toma a su cargo la totalidad de la praxis social. Y es en el momento en que la producción se hace espectáculo, cuando ha logrado adherirse el poder hechizante de la imagen, que la economía puede erigirse como “única realidad global”. Las imágenes, los íconos y los signos que el mercado produce se convierten, a la postre, en la verdadera realidad existente.

Los desgarramientos, empero, no podrán ser colmados. Ninguna de las imágenes y signos que pone en circulación el mercado logra representar auténticamente ni una sola de las vidas de los consumidores. La economía espectacularista ha ahondado la distancia entre lo vivido y lo visto (donde lo visible es la finalidad última de la producción); ella ha escindido el mundo en realidad e imagen, pero quiere que ésta última tome el lugar de la primera. Tal es el grado de irrealismo en el corazón de la sociedad real. Por ello el espectáculo en tanto movimiento autónomo de lo no-viviente, esto es, el *mundo separado* de la economía, viene a ser la *inversión* concreta de la vida. Debord afirma: “El espectáculo reúne lo separado, pero lo reúne en tanto que separado”.²³

²¹ SE, Tesis 17.

²² “La sociedad que reposa sobre la industria moderna no es fortuita o superficialmente espectacular, sino fundamentalmente espectacularista. En el espectáculo, imagen de la economía reinante, el fin no existe, el desarrollo lo es todo. El espectáculo no quiere llegar a nada más que a sí mismo”.-SE, Tesis 14.

²³ Tesis 29.

Es en el flujo de imágenes, que conduce hipnóticamente a las muchedumbres solitarias, donde reside la forma concreta de alienación de la sociedad espectacular. Allí donde el mundo real se muda en simples imágenes, las imágenes se convierten en reales. El trabajador, el consumidor, el telespectador, no están al alcance de percibir del todo esta hábil maniobra de prestidigitación, simplemente quedan atrapados en el juego de manos.

La alienación del espectador en beneficio del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa así: *cuanto más contempla menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad menos comprende su propia existencia y su propio deseo.*²⁴

Y del mismo modo que el trabajador está cada vez más separado de su producto, el sujeto moderno está cada vez más alejado de la realidad de su vida. Las muchedumbres solitarias experimentan vagamente que la promesa de satisfacción de sus necesidades va declinando en quimera o sueño, y en esa misma medida cada vez es mayor su deseo de dormir. Parafraseando a Freud: el espectáculo es el guardián de este sueño.

Existe cierta cercanía entre las afirmaciones críticas de Debord sobre la sociedad “del espectáculo” y el espíritu de la Escuela de Frankfurt en su crítica de la sociedad industrial. Esta última denunciaba que la razón objetiva se estaba transformando en mera “razón instrumental”, es decir, en una razón que iba convirtiendo los *medios* (técnica y economía) en fines por sí mismos, y cuyo autodesarrollo iba acompañado de un *proceso de deshumanización*. Para Horkheimer:

No sólo se le ha de echar en cara [a la razón instrumental] que, en su máximo desarrollo, se haya vuelto ‘irracional y estúpida’, sino, además y sobre todo, que haya pasado a ser instrumento de ideología y propulsora de alienación: *al no querer ocuparse de valoraciones morales se hace incapaz de denunciar la irracionalidad inhumana de nuestra sociedad; y al ser pregonera del fantástico desarrollo de la Ciencia y de la Técnica, que ella misma ha impulsado,*

²⁴ SE, Tesis 30. Las cursivas son nuestras.

legitima el orden social nacido de ese desarrollo técnico y lo cimenta así en su humanismo irracional.²⁵

Podríamos preguntarnos por qué toda vez que un ojo logra ser convocado y capturado por la imagen, el espectáculo inmediatamente se reactualiza. Quizás eso ocurra porque la vista es, entre todos los sentidos, el más abstracto y también el más mistificable. La mirada queda posesada por el espectáculo porque la más vieja especialización social, la *especialización del poder*, se halla en su raíz. El poder que captura al ojo tiene posibilidad de ejercerse unilateralmente, crea la *representación* independiente que excluye toda palabra *otra*. *El espectáculo es lo opuesto al diálogo*. Quizás todo este largo proceso, que hoy llega a nuestros días, tenga sus raíces en la primacía que el pensamiento occidental siempre le ha otorgado a la categoría del *ver*.

La mercancía como espectáculo

Es plausible imaginar al espectáculo como una escena que se desarrolla allá en lo distante, todavía lejos de nosotros, en los centros de decisión y del poder capitalista, y que poco concierne a nuestra cotidianeidad, llegándonos a lo mucho como mera información global puesta a nuestro alcance por los medios de comunicación masivos. Pero no es eso. El espectáculo, según Debord, ya hace mucho que se ha enseñoreado de nuestras vidas. Su riada ha ingresado en nuestras casas con su ruido y su silencio, y en tanto más silente, más eficaz su poder. ¿Cómo, dónde está ello? El espectáculo nos mira diariamente y respira a nuestra sombra. Abrimos, pues, los ojos y lo hallamos, material y concretamente, frente a la vista: *en las mercancías*: “El mundo a la vez presente y ausente que el espectáculo hace ver es el mundo de la mercancía dominando todo lo que es vivido”.²⁶

El mercado, los bienes y las mercancías, son cosas que siempre ha habido, eso es cierto. El intercambio hace a las sociedades y la economía es la base material de la reproducción de la existencia. Sin embargo, el dominio de las mercancías en las sociedades de la antigüedad, dominio aún artesanal, jamás se antepuso a los otros dominios. Fueron históricamente necesarias ciertas condiciones sociales, de gran

²⁵ Citado por Enrique M. Ureña, *La teoría crítica de la sociedad de Habermas. La crisis de la sociedad industrializada*. Ed. Tecnos. Madrid: 1978, p. 49. Las cursivas son nuestras.

²⁶ SE, Tesis 37.

comercio y de acumulación de capitales, para que la mercancía saliera a la escena mostrando su verdad oculta y contenida, como *desarrollo cuantitativo* desmesurado que no conoce otra ley que su propio crecimiento. Llega un momento en que la mercancía exige su independencia, quiere escapar de la tutela y del control de los hombres e imponerles su gobierno. En este momento la mercancía ocupa la totalidad de la economía y tiene vida propia, *crea su propio mundo*.

El espectáculo señala el momento en que la mercancía ha logrado la ocupación total de la vida social. La relación con la mercancía no sólo es visible, sino que es lo único visible: el mundo que ve es su mundo.²⁷

La mercancía, ahora independiente, transforma el mundo pero únicamente en cuanto mundo de la economía.

La alienación designa precisamente el momento en que aquello que fue producto humano se escapa de las manos de su creador, y se vuelve contra él, creándole un sentimiento de infinita distancia entre el trabajo y la real apropiación de la vida. Es entonces cuando el hombre ya no es dueño de lo que *él mismo produce*. Pero para que la vida de la mercancía siga siendo alimentada por el trabajo humano, es necesario que ella retorne continuamente al trabajador/consumidor como un *fetiché* que satisface todas sus necesidades. Coartada: el ciclo requiere que la mercancía nunca retorne *toda una*, sino sólo fragmentariamente para un individuo también fragmentado de tal manera que lejos de experimentar la satisfacción de su subsistencia, experimenta más bien un crecimiento extensivo e intensivo de sus privaciones. Ni bien el consumidor compra un producto éste es ya obsoleto, y aquél va tras la siguiente mercancía-vedette del momento, que el espectáculo ya ha puesto en circulación, en una interminable carrera de la alienación del deseo. “El consumidor real se convierte en consumidor de ilusiones. La mercancía es esta ilusión efectivamente real, y el espectáculo su manifestación general”.²⁸

La *abundancia económica*, que es el dinero contemplándose a sí mismo, se *devela como apariencia*, cuya verdad real es la extensión de la privación. Pseudobienes y pseudonecesidades hablan ahora en nombre de los bienes y necesidades, pero estos últimos, totalmente extraviados en la enmarañada jungla de la escena mercantil, tienen pocas posibilidades de advenir al reconocimiento, a no ser que la conciencia del deseo

²⁷ SE, Tesis 42.

²⁸ SE, Tesis 47.

(y el deseo de la conciencia) consiga devolver la “verdad” del fetiche-mercancía hacia su origen: como lugar de la mentira.

El uso de la mercancía desata olas de entusiasmo por un determinado producto, con un ardor que recuerda a la efusión religiosa, pero lo que ahora religa al mundo no es nada más que el movimiento frívolo de una *banalización general*. El agente banal del espectáculo se pone en la escena mundial como *vedette* que concentra todas las miradas (*vedette* política, mercancía *vedette*, *vedette* actor, etc.) y se ofrece como modelo general de *identificación* para los individuos (pero mientras el individuo, que es real, sólo tiene una vida aparente, la *vedette*, que es un individuo aparente, tiene efectos reales).

La condición de *vedette* es la especialización de lo vivido aparente [...] Las *vedettes* existen para representar diferentes estilos de vida y de comprensión de la sociedad, libres de ejercerse globalmente.²⁹

Reflexiones finales. Lo visible y lo invisible

Con el nombre de *sociedad del espectáculo* (que es el mismo del polémico libro de Debord) hemos querido describir algunas de las características fenoménicas de nuestro actual mundo, en el que, desde diversos sectores sociales, se demanda por una renovación del concepto de *comunidad*, puesto que parece ser general el reconocimiento de que la dinámica mundial (global) se está modificando. ¿En qué sentido hemos de hablar de comunidad? ¿Qué nuevas características habrá ella de adoptar? ¿Acaso como de “comunidad global”?

No se puede desatender el hecho de que las actuales condiciones económicas, técnicas y tecnológicas de los modos de producción difieren ya de los de la primera modernidad. Aunque nacidas de ella nuestras condiciones presentes experimentan una aceleración vertiginosa y, posiblemente, un salto no sólo cuantitativo sino de orden cualitativo. Esto último significa que se han de ver afectadas, no sabemos en qué medida, las propias relaciones humanas y sociales; asunto que hace unos 50 años atrás comenzó a ser problematizado por la Escuela de Frankfurt.

Sin embargo, como también señala Debray: “El error del día consiste en creer que se puede hacer una comunidad con comunicaciones”.³⁰ Las redes de comunicación,

²⁹ SE, Tesis 60.

³⁰ VMI, p. 54.

así sean masivas, no son suficientes para crear el sentimiento de comunidad. Es necesaria, fundamentalmente, la presencia de la imagen, como ya lo sabían nuestros “primeros abuelos”, aquellos hombres prehistóricos que crearon los mitos fundantes de las culturas. ¿Será necesario rememorar y efectuar una especie de *retorno a la caverna* (Lascaux, Altamira) para resignificar la función que la imagen representa para cualquier comunidad? Nosotros creemos que sí. En una época ahogada por la emergencia del tiempo puntual y económico, quizás sea renovador recuperar el gesto de la mirada arcaica de esos primeros hombres, de aquellos que dibujaban rústicas imágenes en las rugosas paredes de la cueva y abrían así una puerta al tiempo de la trascendencia, de lo intemporal, para enhebrar los tejidos más profundos que hacen a una comunidad.

Ciertamente la imagen es una *presencia*, pero el otro error del día, podríamos decir, es convertir esa presencia en una inmanencia pura bajo el modo de cualquiera de las mercancías. De ese modo la imagen pierde su carácter de *medium* y se presenta como fin en sí misma, corriendo el riesgo de morir por autoreferencia (como Narciso que muere ahogado de tanto auto - contemplarse). La imagen es una presencia pero es también el correlato de una *ausencia*; también esto lo sabían nuestros primeros ancestros cuando sentían que la imagen los vinculaba con los muertos, con los antepasados, con los *ausentes*. Pero la imagen no solamente testimonia la gran ausencia que crea el misterio de la muerte (dibujos rupestres de hombres cazadores que yacen tendidos en el suelo), sino que es a la vez “un triunfo de la vida, pero un triunfo conseguido sobre la muerte” (Debray)³¹. *La sociedad del espectáculo* con su arrolladora producción de imágenes *niega aquello otro*, la ausencia, el correlato de la imagen, aquel vacío tan necesario tanto para la creación del símbolo como del sentimiento ante el misterio de la vida y la muerte. La sociedad del espectáculo niega la angustia y la muerte, aunque paradójicamente no deja de mostrar toda clase de escenas del horror, de los desastres y de todas las formas de la muerte humana y animal, bajo la forma de un *reality show*. El espectáculo nos anestesia, nos adormece y hace de la muerte un *episodio banal*, que mengua también nuestra intensidad para gozar. Debray afirma: “Con [la ausencia] de las antiguas ceremonias de duelo y la liturgia pública de los funerales se fueron de nuestras ciudades carnavales, fiestas y mascaradas [...] la muerte de la muerte asestaría un golpe decisivo a la imaginación”.³² ¿No señalaba Nietzsche

³¹ VMI, p. 22.

³² VMI, p. 32.

que la grandeza de Grecia, de ese pueblo alegre, reposaba en su intenso sentimiento para lo trágico?

La imagen es un *trans*, algo que nos abre la dimensión a otra cosa. Ella, la imagen, nos trans-porta al orden de lo *invisible* y nos trans-mite significaciones vitales. Nos conduce, al igual que la metáfora, a lo Otro trascendente. En las últimas palabras de su hermoso libro Debray confiesa que su deseo es, en adelante, saliendo de su disciplina (la mediología) “apostar por lo invisible”.

La imagen y la cultura están en el origen de la humanidad y permitieron el salto para que se irguiese del mero orden de la naturaleza. Pero el salto de la naturaleza a la cultura implicó una primera conquista del hombre sobre sí mismo, una *sublimación* de los instintos, y esta conquista fue posible sólo gracias a una *renuncia* fundamental: la renuncia a la satisfacción inmediata de las pulsiones en el presente. Porque el hombre renunció al presente es que pudo tener futuro, esto es, historia. De ser ciertas las conjeturas debordianas, en torno a una actual edificación de la *sociedad del espectáculo*, nuestro horizonte se vería amenazado por un retorno al estado más primitivo y animal: la cultura como mero *consumo*.

No existe ningún arte sin la presencia de la imagen (imagen plástica, acústica o verbal). Hemos visto como el arte ‘posmoderno’ nos conduce, a veces, a una especie de incredulidad sobre el valor del arte mismo. Maurice Pinguet en su admirable *Digresión sobre el arte del Japón*³³ hacía notar que ese arte no es ampuloso o enfático, no es espectacular, sino que se recoge en la más absoluta reserva y reclama un retiro íntimo como el que ofrecen las colinas o las sombras de una casa. Se dice que los artistas anónimos del Oriente antiguo se concentraban toda una vida en la disciplina, en la austeridad, en la gravedad sin ademanes, para que de esa amistad y de ese silencioso amor con las imágenes brotase el día más inesperado un movimiento perfecto de las manos para plasmarse en una obra de arte. Dice Debray:

De ahí la eterna grandeza de las obras religiosas, más poderosas contra el tiempo que los dioses a los que servían [...] Digamos entonces del arte que surge en el cruce de una actividad profesional y una fe. De una superioridad técnica y de una humildad moral. La belleza no sería sino el encuentro, en un

³³ Citado por Debray en VMI.

punto cualquiera de una cadena artesanal, de un gran orgullo y de una gran sumisión.³⁴

El arte no es, pues, sino un *êthos*, un modo de vivir, del mismo modo que aquel que se consagra al “cuidado del alma” (Sócrates) no hace sino de su existencia una preciosa obra de arte. El porvenir digno para el hombre solamente vendrá cuando el hombre salga de su posición de “espectador de la escena” para formar parte de la escena, pero esta participación no es “una escena más” sino el reingreso en la vida, esto es, la reapropiación de su poder de transformar sus reales condiciones de existencia. Sólo de esta forma el hombre vuelve a ser el protagonista de su historia.

Pero este protagonismo y actuación también se hallan latentes en el *medium* de la imagen. Quizás valga la pena reingresar, una vez más, en la recóndita caverna y recordar que el *eidos* platónico implicaba no solamente que las formas sensibles (o imágenes) nos remontaban a las Ideas o paradigmas, sino que esas mismas formas, con *respecto* al hombre, le permitían ser un “mejor actor de su vida”, es decir, a acomodar de una mejor manera su vivir y su mirar.

En algunas reflexiones, Foucault afirmaba que la ética debía imitar el modelo del arte, esto es, que debía ser creación continua en el mismo vivir humano. Hoy, cuando vemos que el arte lentamente se va transformando en un nuevo campo de ganancia económica, quizás quepe *invertir* la sentencia foucaultiana y decir, más bien, que **el arte imite a la ética.**

³⁴ VMI, p. 60