

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Tesis

El simulacro y lo virtual en Jean Baudrillard

El nacimiento de la Sociedad Visual

Que para optar por el grado de Licenciado en Sociología

Presenta:

Pedro Jiménez Vivas

Director de Tesis: Mtro. Pablo Armando González Ulloa Aguirre

Ciudad Universitaria, 2011.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Me enseñaste eso tan difícil que no se aprenden en la universidad y que hoy se olvida con demasiada facilidad...
Compartir...*

A mi padre: Pedro Jiménez Volcanes

Mi primer amor, primero al que se confronta y por lo cual debo tanto. Eres la profundidad de tus ojos que al mirarlos todo vuelve a comenzar, por lo cual hay en eso una peligrosa necesidad...

A mi madre: María Olga Vivas Serrano

Es por ti que he comenzado a comprender el significado de decir gracias, elemento significativo para empezar a vivir. Nombrar esa palabra me hace una mejor persona y eso te lo debo a ti...

A mi hermana: Marisol Jiménez Vivas

Contigo me da por pensar en los CRONOPIOS, juguetones, risueños y hasta miedosos. Que palabra tan linda es esa, loca invención que reclama la indispensable necesidad de ser renombrada. Por ello nos hemos dado a la tarea de evocar al PARNELO, actividad rizomática y deconstructiva que nos permite volver a jugar, ser los niños eternos que habitan el otro lado de la costumbre para así constituirnos en ese 'acto creativo' que se lanza en contra de la estructura...

A: Laura Ochoa Portillo

No queremos seguir soportando el peso de las “verdades”, continuar siendo sus víctimas o sus cómplices. Sueño con un mundo en el que se muriera por una coma.

Emil Michel Cioran

La Pantera Rosa no imita nada, no reproduce nada, pinta el mundo de su color, rosa sobre rosa, ese es su devenir-mundo para devenir imperceptible, asignificante, trazar su ruptura, su propia línea de fuga, llevar hasta el final su “evolución paralela”.

Gilles Deleuze y Félix Guattari

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: EL NACIMIENTO DEL SIMULACRO Y LA ILUSIÓN | 8 |
| Introducción | 9 |
| 1.1. La Ilusión en la Historia | 10 |
| 1.1.1. El ídolo y su pasado | 13 |
| 1.1.2. Cristianismo e ilusión | 18 |
| 1.2. La ilusión en el Arte | 21 |
| 1.2.1. El arte y su ascenso en el mundo visual | 24 |
| 1.2.2. El imperio de la re-presentación artística | 30 |
| 1.2.3. La ilusión del arte contemporáneo | 35 |
| 1.3. La Trascendencia de 1968 | 48 |
| 1.3.1. El significado de 1968 en la teoría de Baudrillard | 50 |
| 1.3.2. La televisión y lo visual | 58 |
| 1.3.3 Recapitulación | 69 |
| CAPÍTULO II: EL SIMULACRO Y LO VIRTUAL DESDE SU PRESENTE | 74 |
| Introducción | 75 |
| 2.1. El Simulacro en la Sociedad Actual | 76 |
| 2.1.1. Lo invisible y el tiempo virtualizado | 82 |

| | |
|--|-----|
| 2.1.2. El fin de la ilusión..... | 92 |
| 2.2. Imagen Virtual y los <i>Mass Media</i> | 102 |
| 2.2.1. Los <i>mass media</i> en el simulacro..... | 106 |
| 2.2.2. El Internet y lo virtual..... | 111 |
| 2.3. El Riesgo de la Simulación en el Mercado | 114 |
| 2.3.1. La violencia del simulacro..... | 121 |
| 2.3.2. El chantaje de lo virtual | 125 |
| 2.3.3. Recapitulación | 130 |
| CAPÍTULO III: LA SOCIEDAD VISUAL Y SU FATALIDAD | 137 |
| Introducción | 138 |
| 3.1. Lo Visual en el Mundo de los Bienes | 139 |
| 3.1.1. El problema de la economía simbólica..... | 143 |
| 3.1.2. Economía viral..... | 149 |
| 3.2. La Pérdida de lo Trascendental en el Mundo de los Bienes | 157 |
| 3.2.1. Imágenes en guerra una competencia económico-mediática..... | 161 |
| 3.2.2. El efecto <i>iPod</i> | 171 |
| 3.3. La Sociedad Visual y su Fatalidad | 179 |
| 3.3.1. Una sociedad transgredida en las apariencias..... | 183 |
| 3.3.2. La metamorfosis de la sociedad occidental | 190 |
| 3.3.3. Recapitulación | 196 |
| CONCLUSIONES | 203 |
| FUENTES DE CONSULTA | 215 |
| Bibliografía General | 215 |
| Documentos electrónicos..... | 217 |

Introducción

La presente investigación nace a partir de una detallada revisión de los ensayos elaborados por Jean Baudrillard, teórico de la llamada posmodernidad y aunque las apreciaciones de este análisis no parten de elementos propuestos por dicha corriente, no dejo de desentenderme de los postulados básicos que hacen alusión a tal forma del pensamiento, como es el caso del llamado “fin de la historia”. Por lo anterior, las ideas que desarrollo aquí parten del análisis de la sociedad occidental, a la cual entiendo inscrita en un escenario de conflictos y tensiones, un momento que no tiene parangón alguno en la historia.

De esta manera, me ocupo de un Baudrillard fuera del adoctrinamiento que una etiqueta determina, en este caso la posmodernidad, de tal forma mi interés se dirige a un análisis de la sociedad occidental desde una perspectiva crítica, una perspectiva que me permite concordar con el autor al mismo tiempo de refutarlo, lo que me ha posibilitado elaborar un discurso mucho más enriquecido y por lo tanto plural, previniendo así las trampas de la devoción.

Hablar de la sociedad occidental es sin duda un universo por demás vasto, por tanto, es bien sabida la necesidad de particularizar en torno a cualquier fenómeno que se diga representante de la reflexión científica, siendo así, para este trabajo he trazado ciertos elementos teóricos y empíricos que me permiten particularizar en este fenómeno que a continuación presento.

En lo que se refiere a lo teórico parto del análisis del concepto de “simulacro” en la teoría de Jean Baudrillard. La elección de este concepto me parece central por dos razones: la primera de ellas es debido al propio significado que dicho concepto tiene en la obra de

Baudrillard, pues cabe destacar que éste en toda la obra de nuestro pensador se mantiene como un argumento central en las disertaciones planteadas. Por otro lado, la utilización de esta idea me ha permitido desarrollar la crítica que persigo y que considero pertinente.

Es importante señalar que este concepto comparte la importancia en el pensamiento del autor con algún otro: “la hiperrealidad”. Y es así que de ambos elementos categóricos se desprenden conceptos que nos ayudan a entender el pensamiento del autor, conceptos como “lo virtual”, la cual es el segunda noción que recupero para la argumentación teórica que tiene lugar en esta investigación.

Es así que el simulacro y lo virtual son los pilares teóricos que han conducido esta indagación, pilares que me han permitido elaborar una serie de reflexiones encaminadas a una crítica de la situación actual de la sociedad occidental desde el punto de vista social. Se trata justamente de conceptos que me permiten desarrollar dicha crítica, basado naturalmente en los planteamientos del autor, al mismo tiempo de poder colocar en el escenario de la discusión ideas que han sido desarrolladas por mi cuenta.

Ahora bien, en lo que respecta a los elementos empíricos he tomado dos ejes base en los que descansa esta investigación de principio a fin. Se trata de los *mass media* y el mercado, los cuales he considerado que son una prueba sólida para la propia argumentación empírica, esto debido a que son elementos en donde se puede constatar la experiencia y por tanto relación que ha deparado en un vínculo indisociable con las unidades teóricas que presento.

Los *mass media* son uno de los pilares empíricos en donde se sostiene la teoría de Baudrillard, por lo que sin el análisis de ellos la comprensión de las ideas propuestas por este

autor no podría ser posible. De esta manera son los *media* un elemento de primer orden que en todo momento son cuestionados por esta investigación, ya que es ahí precisamente donde las dimensiones de la crítica propuesta reclaman su sentido. Y dado el papel que constituyen, así como el impacto que están ocasionando en la sociedad, la crítica a los *mass media* además de ineludible se vuelve para el pensamiento crítico, el pensamiento científico, algo más que una necesidad, tal vez una obligación.

En lo que respecta al mercado, su utilización puede parecer injustificada dado lo ambiguo que éste puede parecer, en el entendido que en éste repercute todo intercambio material, por lo que su utilización en cuestiones empíricas puede parecer sobrada. A este respecto, bien habría que apuntar que al hablar del mercado me refiero puntualmente a aquellos sitios donde tiene lugar el fenómeno del consumismo, sitios que como es sabido son un templo a aquella adoración superficial de los objetos, y que para nuestra actual sociedad tal hecho significa una constante. De esta manera, al recuperar el significado empírico del mercado estoy pensando en aquellos impresionantes *malls* donde el dominio de los objetos es apabullante, y así mismo la mercadotecnia es el lenguaje en el que objetos y usuarios se comunican. Por esta razón, el mercado es uno de los elementos empíricos donde podemos ver reflejadas las ideas del autor, y así mismo el espacio donde la crítica toma lugar.

Una vez trazadas estas rutas tanto teóricas como empíricas, es decir, referentes que funcionan como una guía y no precisamente como una medición o comprobación, me encuentro en las condiciones de sistematizar, tanto en términos metodológicos como teóricos, los rumbos de esta investigación, de esta forma localizo problemática e hipótesis, las cuales son el cuerpo de este trabajo, así mismo esto que compone el cuerpo de la

investigación me ha permitido el desarrollo de ejes argumentativos, mismos que han sido planteados en tres capítulos.

Como sabemos no existe investigación desentendida de un problema, ya que es problematizando la manera en cómo el conocimiento científico ha visto el desarrollo de todos sus campos. Siendo así, el problema que esta disertación presenta atiende los conflictos y las tensiones que un ambiente mediático y volcado al consumismo ha ocasionado en la sociedad occidental. Se trata de un ambiente en donde la propia negación de la otredad está de manifiesto, un ambiente en donde la preocupación de todos los días se dirige a los objetos, es decir, las mercancías. De esta manera la sociedad occidental se halla en un espacio donde lo superfluo y lo banal constituyen este feroz individualismo que hoy deteriora la sociedad.

Por lo anterior, la hipótesis de esta investigación toma lugar en la posibilidad de encontrarnos en una atmósfera social dominada por lo visual, una atmosfera donde el simulacro y lo virtual pueden ser considerados como los fenómenos que conducen el malestar de esta sociedad. Hablar de una sociedad dominada por lo visual es hablar de la supremacía de la mirada por la palabra, es hablar de que todo lo que tiene sentido es aquello que se ve, pero dicha mirada está sujeta a un tiempo muy limitado lo que entonces nos coloca en un frenesí de las miradas, es decir, una obsesión por ser vistos que se vuelve tan demencial que impacta en las concepciones que se tienen por lo que es y lo que no es real.

Entonces, esta atmosfera dominada por lo visual, desde un sentido hipotético arroja la posibilidad de una nueva sociedad. Una sociedad que atraviesa por una metamorfosis, y a la que he dado el nombre de Sociedad Visual, ubicada a partir de la coyuntura de 1968 y hasta

nuestro presente, en donde los elementos tanto teóricos como empíricos que he presentado me ayudan a sostener esta posibilidad de metamorfosis, que es al mismo tiempo una posibilidad de ruptura y transformación.

En términos narrativos, como ya he dicho, presento tres capítulos, cada uno de ellos responde a objetivos particulares emanados de problemáticas específicas, que en su conjunto expresan ideas generales, lo que me permite presentar un trabajo argumentativo en donde no hay cabida a elementos aislados.

De esta manera, el primer capítulo se centra en la problemática que hay en torno a la imagen desde una perspectiva socio-histórica. He elegido partir de dicha problemática ya que las imágenes son un elemento de relación en toda la teoría de Baudrillard, así como son un factor que se entreteje entre los *mass media* y el mercado. Las imágenes son así un elemento tanto empírico como teórico que a lo largo de la historia han tenido y tienen un impacto en la sociedad, así como a cada momento han sido pensadas de manera diferente. De esta manera, un análisis socio-histórico de la imagen me ha permitido historizar la propia idea del simulacro y lo virtual para de esta manera comprender de mejor forma las consideraciones teóricas que Baudrillard tiene en la actualidad.

Para el segundo capítulo, me he limitado a la problemática que refiere el simulacro y lo virtual desde nuestro presente, aquí me ocupo de trazar un mapa de las circunstancias actuales de la sociedad, donde por supuesto se destacan las ideas ofrecidas por Baudrillard en combinación con los *mass media* y el mercado. De esta forma expongo el análisis de una sociedad dominada por la técnica y deteriorada por los malestares del mercado, lo que ha provocado una transformación del espacio y el tiempo, colocándonos así en una ilusión del

propio espacio social lo cual favorece el dominio de los objetos, llevándonos así al escenario del simulacro, el escenario en donde lo real sólo puede ser re-presentado y ya no dado.

Para el tercer y último capítulo me coloco en la posición de sostener una metamorfosis de lo social, una metamorfosis que para ser argumentada recupera las ideas de los dos capítulos precedentes, de esta manera vuelvo a recurrir a los *mass media* y al mercado, solo que esta vez viendo en ellos no sólo el principio o fin de un problema, sino el medio, es decir, la razón principal de una gran transformación. De esta forma, acompañado de las posturas de Jean Baudrillard coloco a la Sociedad Visual como producto de dicha metamorfosis que aún no ha sido completada y que muy probablemente no estemos en condiciones de saber cuándo lo esté, siendo algo en lo que no muestro interés, pues mi atención está puesta en la propia idea de metamorfosis, en la idea misma de cambio, un cambio que no es del todo positivo y que tiene lugar en nuestro presente.

Por último, cabe decir, a diferencia de Baudrillard, encuentro la posibilidad de invertir esta sociedad dominada por los objetos, no obstante, esta vuelta que además de complicada por la propia determinación que impone el sistema socio-cultural, es poco esperanzadora dado que no encuentro las acciones necesarias para hablar de una verdadera posibilidad de revertir este dominio de los objetos. Un dominio que hoy día se localiza en la mayor parte de la atmosfera social y que nos coloca en un marco social donde la desaparición del sujeto encuentra argumentos cada vez más serios y dignos de ser estudiados.

Hablar de un dominio de los objetos puede parecer una idea extrema a la que se podría calificar además de pesimista, exagerada. Ante esto sólo habría que echar un vistazo al mundo exterior, un mundo que luce colapsado por los lastres de las grandes empresas, transnacionales que aparentan haber llegado a la utopía, pero que precisamente es una apariencia, una terrible ilusión en donde lo humano ha quedado maniatado a decir de la disolución de su propio significado.

Jean Baudrillard fue sin duda uno de los pensadores más controversiales del siglo pasado, por lo que el análisis de sus ideas se vuelve sugerente, más aún, en una sociedad en donde el mañana ha dejado de ser claro. La lectura de este pensador nos propone un panorama enriquecedor respecto a la saturación en los órdenes de la sociedad, comprender dichos ordenes nos permiten una mejor interpretación de este mundo de lo social¹, al mismo tiempo que nos abre las puertas hacia una manera diferente de pensar la sociología, justamente el hecho de pensar diferente es la posibilidad de hacer una nueva lectura de dichos órdenes para con ello poder dilucidar un panorama mucho más esperanzador, un panorama en donde lo humano recupere el lugar perdido.

¹ *Supra*, Capítulo III, Tema 3.2 *—La Pérdida de lo Trascendental en el Mundo de las Imágenes—*, p. 160.

CAPÍTULO I

**EL NACIMIENTO DEL SIMULACRO Y
LA ILUSIÓN**

La verdadera imagen del pasado pasa súbitamente.

Sólo en la imagen, que relampaguea de una vez
para siempre en el instante de su cognoscibilidad,
se deja fijar el pasado

WALTER BENJAMIN

Ensayos escogidos

Introducción

La base argumentativa que en este primer capítulo habremos de encontrar, descansa en una explicación que nos permite ubicar los antecedentes del fenómeno del simulacro y lo virtual, esto resulta de suma importancia ya que sin dicha base las manifestaciones de nuestro presente resultan ser poco claras.

De esta forma, al proponer un sistema explicativo orientado a partir de los antecedentes de estos fenómenos, propongo entonces un sistema basado en el ejercicio crítico de la historia como herramienta que nos ayude a elaborar una descripción más aguda respecto a las circunstancias actuales de nuestra sociedad.

La sociedad no puede prescindir de la mirada histórica, de lo contrario ella misma es condenada a un tiempo corto, el tiempo donde la reflexión es efímera y por consiguiente las personas echan raíz en un territorio poco fértil. La descripción de la sociedad al ser ejecutada por la sociología debe tener en cuenta las diferentes manifestaciones que lo social ha revelado a lo largo del tiempo. La sociología en su tarea de captar la descripción formal de la realidad, no puede dejar de apreciar los diferentes espíritus de la sociedad, es decir, debe captar las diversas irrupciones de lo social que a la postre es aquello que configura a la sociedad y para lo cual la historia resulta indispensable.

Por lo anterior, este primer capítulo expone una serie de momentos elementales que al tener lugar han transformando la subjetividad del hombre, misma que es orientada hacia una antropología caótica dominada por el fenómeno del simulacro y lo virtual, misma que hoy día se aprecia con mayor claridad .

1.1. La Ilusión en la Historia

Comprender el fenómeno del simulacro y lo virtual desde la óptica de Jean Baudrillard nos pide por fuerza entender un pasado relacionado con esta meditación, esto es así dado que toda reflexión por nuestro presente nos lleva a cuestionarnos lo ya recorrido. Por tanto, pasado y presente se conjugan proyectándonos ideas más sólidas hacia un futuro.

Por lo anterior, para el desarrollo de este capítulo me apoyaré de los tres regímenes de la imagen según la propuesta de Régis Debray, los cuales llevan el nombre de: “flogosfera”, “grafosfera” y “videosfera”². Las ideas propuestas por este pensador me sirven para alcanzar el objetivo de desarrollar una historicidad de la imagen, esto debido que para Baudrillard las imágenes han traicionado la realidad, siendo esta traición que resalta lo particular de nuestro tiempo y que bien puede ser sintetizado en el problema del simulacro y lo virtual. De esta manera, relaciono estos tres regímenes de la imagen con la idea del simulacro y lo virtual propuesta por Jean Baudrillard, para de esta forma tener un entendimiento más claro hacia las circunstancias actuales de nuestra sociedad.

Al hablar entonces de los regímenes de la imagen, mi intención es no sólo describirlos históricamente, ya que al desarrollar una historicidad de la imagen me permito ver a fondo los orígenes del simulacro y con ello el fenómeno de ilusión el cual siempre ha acompañado a la imagen, por lo que entonces un estudio socio-histórico me permite ir observado esta tensión que ha existido a lo largo del tiempo entre lo simbólico y la realidad, hasta llegar a esto que el autor a dado el nombre de simulacro. Al desarrollar esta

² El trabajo de Debray resulta una herramienta de gran ayuda, por ello me apoyo para esta problematización de la imagen en las ideas propuestas por: *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, obra de gran interés que tiene lugar a lo largo de esta investigación.

historicidad pretendo así describir el cambio que la sociedad ha experimentado hasta el punto actual de poder considerar el advenimiento de un nuevo tipo de sociedad, condicionada principalmente bajo los efectos de la imagen, ya que son las imágenes un factor de conflicto que impide el entendimiento de la realidad según Baudrillard³; siendo este conflicto lo que nos permite pensar en un nuevo tipo de sociedad, en este caso aquella que yo nombro: la Sociedad Visual.

Y el hablar de un nuevo tipo de sociedad no es mero un mero adorno, pues nombrar esta forma de sociedad nos permite comprender de mejor manera las circunstancias en las cuales hoy nos encontramos con respecto a esta idea del simulacro y lo virtual.

De esta forma al desarrollar un modo explicativo basado en la historia busco, por un lado, destacar los momentos más importantes que la imagen ha tenido en relación al mundo de lo social, y cómo ésta ha influenciado a dicho mundo en cuanto su percepción de ver la realidad, de esta manera puedo hacer notar de mejor forma los momentos coyunturales por los que ha pasado la sociedad, momentos que podemos decir han significado transformaciones. Hablamos de una serie de grandes saltos que a medida que se presentan van transformando la subjetividad del hombre, lo que como consecuencia trae tipos de invenciones el proceso histórico de la humanidad en su conjunto nos permite ver entonces esta serie de transformaciones, las cuales para nuestro presente significan un factor de primer orden que nos acercan a la comprensión de esta nueva antropología entendida como una corporalidad humana diferente, esta nueva sociología del ser humano tal y como hoy la

³ -El objeto fotografiado es lo que, paradójicamente, revela la no-objetividad del mundo, este algo que no será resuelto por el análisis o por la semejanza. Mediante su técnica, nos lleva más allá de la semejanza, al fondo de la ilusión de la realidad". Jean, Baudrillard, *El paroxista indiferente. Conversaciones con Philippe Petit*, Barcelona, Anagrama, 1998, p.142.

conocemos y que desde mi perspectiva devienen en un nuevo tipo de sociedad, que como diría Michel Foucault, se trata de la invención más reciente en términos de esto que hemos nombrado como ~~hombre~~”; y que en cuanto encuentre una nueva forma, desaparecerá⁴. Esta desaparición habrá de provocar un nuevo tipo de sociedad.

Y por otro lado, un modo explicativo basado en la historia me habrá de permitir tomar una posición crítica con respecto al propio discurso de Baudrillard, para el cual la historia ha llegado a su fin: *–Con la instantaneidad de la información, ya no queda tiempo para la historia. En cierto modo no tiene tiempo para existir.*”⁵, postura de la cual, como lo señalo en la introducción, tomo distancia, y que está manifiesta en el propio eje argumentativo de este trabajo, pues no por nada he decidido partir de una explicación histórica.

Es claro que para Baudrillard vivimos en un momento donde la construcción de simulacros culturales e históricos fundamentan lo que hoy conocemos por realidad social, sumida en los terrenos de la ilusión de los objetos y la cual se ha ido afianzando con el paso del tiempo, por ello comprender la construcción de los simulacros a lo largo de la historia, es comprender el sistema cultural en el que hoy nos encontramos y que por cierto dan vida a esta ilusión de los objetos, lo cual define el simulacro de la realidad.

⁴ –Por extraño que parezca, el hombre –cuyo conocimiento es considerado por los ingenuos como la más vieja búsqueda desde Sócrates– es indudablemente sólo un desgarrón en el orden de las cosas, en todo caso una configuración trazada por la nueva disposición que ha tomado recientemente en el saber. De ahí nacen todas las quimeras de los nuevos humanismos, todas las facilidades de una ~~antropología~~”, entendida como reflexión general, medio positiva, medio filosófica, sobre el hombre. Sin embargo, reconforta y tranquiliza el pensar que el hombre es sólo una invención reciente, una figura que no tiene ni dos siglos, un simple pliegue en nuestro saber y que desaparecerá en cuanto éste encuentre una forma nueva”. Michel, Foucault, *Las palabras y las cosas*, México, Siglo XXI, 2005, p. 9.

⁵ Jean, Baudrillard, *op. cit.*, p18.

1.1.1. El ídolo y su pasado

Nos remitimos ahora a la idea del ídolo, esto es así debido a que es en él donde tienen lugar las primeras formas de la ilusión en el mundo de lo social, así como son formas que serán recuperadas por ciertas prácticas de la sociedad contemporánea⁶. Comprender la ilusión en el pasado, representa comprender la significación que la imagen ha tenido en otros momentos y cómo dicha significación ha venido cambiando, con lo que ha venido cambiando la forma de entender los objetos⁷.

Ya montados en la explicación que nos ofrece Debray, debemos iniciar diciendo que la logosfera es el régimen visual de mayor extensión, dado nuestro conocimiento histórico y arqueológico, podemos ubicar que los primeros momentos de la logosfera corren a partir de 30.000 años a.C. (paleolítico superior) con las sepulturas del Auriñaciense y dibujos de color ocre ejecutados en huesos, hablar de los significados de estas sepulturas y de estos dibujos naturalmente que es un tema por sí solo digno de otra investigación, por lo que únicamente quiero referirme a la aparición de este tipo de imágenes, las cuales tienen un fuerte vínculo con la fecundidad, la muerte y lo sagrado, así mismo se mantienen como una constante hasta prácticamente el inicio del siglo XVI, cuando llega a su fin la Edad Media.

Con lo anterior quiero hacer énfasis en lo que Fernand Braudel entendía como la larga duración⁸, en este caso referida a la logosfera. Estamos hablando entonces de 30.000 a.C. y de 16 siglos d.C. en que la logosfera ha mantenido su influencia en la composición del mundo desde un ángulo visual, siendo esto algo que no hay que perder de vista para poder

⁶ *Supra*, Capítulo II. Subtema 2.1.2 –*El fin de la ilusión*”, p.95.

⁷ *Supra*, Capítulo III. Subtema 3.3.1 –*Una sociedad transgredida en las apariencias*”, p.183.

⁸ *Vid*, Fernand, Braudel, *La historia y las ciencias sociales*, Madrid, Alianza editorial, 1984, p. 64.

comprender nuestro mundo actual y así mismo este simulacro en el que Baudrillard nos dice que hemos caído y que luce como un crimen perfecto⁹.

Es importante entender que en el tiempo de vida de la logosfera se forman características visuales tan importantes que todavía en nuestro tiempo seguimos heredando, y que en el fenómeno del simulacro y lo virtual, estas herencias se retoman sólo que en direcciones diferentes. No obstante, esto es algo que pretendo explicar más adelante¹⁰, ya que por lo pronto sólo he querido enfatizar en esta larga duración y en las herencias que de ahí se transmiten; por ahora, únicamente me seguiré avocando a este fenómeno de la logosfera.

Hablar de la logosfera nos propone una modalidad de existencia en donde la imagen es un ente vivo, la imagen es entonces un ser espiritual con pretensiones sobrenaturales tales como las de Dios. Para la logosfera hay entonces una fuerte intención sobre la adoración de la imagen, ya que lo que se ve ahí, no es un simple objeto, sino todo lo contrario, debido a que se trata de un ente al que se le conceden poderes sobrenaturales y atributos de esta índole, es claro que para el referente cultural de la logosfera dichos atributos corresponden a la idea de Dios, ese Dios de la tradición judeo-cristiana que tanto ha influenciado a Occidente. No obstante, es oportuno dar un paso hacia atrás, y poder ver así que esta preponderancia de la imagen como representante de un ídolo, es decir, de un

⁹ –El crimen perfecto sería la eliminación del mundo real. Pero lo que me interesa es la eliminación de la ilusión, la ilusión fatal del mundo. Cabría afirmar que el propio mundo es un crimen perfecto: carece en sí mismo de móvil, de equivalencia, de presunto autor. Cabría imaginar por tanto que ya desde el origen estamos en el crimen”. Jean, Baudrillard, *Contraseñas*, Barcelona, Anagrama, 2002, p. 65.

¹⁰ *Supra*, Capítulo II, Tema: 2.1 –*El Simulacro en la Sociedad Actual*”, p. 78.

ente con cualidades sobrenaturales, se empieza a gestar desde tiempos mucho más atrás del nacimiento de Cristo¹¹.

Cabe resaltar que esta idea de retroceder un paso no pretende encontrar un origen, pues la idea de plantear una matriz que explique el inicio de un fenómeno es además de complejo, inseguro, dado que todo lo que tenemos son documentos, y es a través de ellos la forma en cómo nos acercamos al pasado, por lo que es entonces una idea incompleta que siempre se encuentra en la actividad de terminarse, por lo tanto, la idea de retroceder, se fundamenta en poder hacer un mejor ejercicio del devenir histórico, para poder apreciar con más claridad las permanencias y las continuidades en lo que se refiere a este fenómeno de la imagen como referente empírico para la construcción del simulacro. Y es también un antecedente de la evolución de la plástica hasta llegar a nuestros días, tal y como lo explica Régis Debray para las sociedades arcaicas, algo que no se aleja de ningún modo de la disertación de este problema:

Los honores de la tumba relanzan de un sitio a otro la imaginación plástica, las sepulturas de los grandes fueron nuestros primeros museos y los difuntos nuestros primeros coleccionistas, pues esos tesoros de armas y vajilla, vasos, diademas, cofrecillos de oro, bustos de mármol, muebles de madera preciosa, no se ofrecían a la mirada de los vivos. No eran amontonados en el fondo de tumultos, pirámides o fosas para que sirvieran de ornamento, sino para que prestaran servicio. En la mayoría de casos estaba prohibido el acceso a las criptas, tan pronto como se volvían a cerrar, a pesar de que en ellas se acumulaban las materias más ricas. Nuestros depósitos de imágenes, entre nosotros los modernos, se exponen a la vista¹².

¹¹ –Sepulturas del Auriñaciense y dibujos de color ocre ejecutados en huesos, 30.000 años a.C. Composiciones radiantes de Lascaux: un hombre boca arriba, con cabeza de pájaro, un bisonte herido, caballos que huyen bajo las flechas, 15.000 años a.C. Insistente retorno, durante milenios, del simbolismo conjunto de la fecundidad y la muerte: la azagaya-pene frente a la herida-vulva. Cadáveres abigarrados de la Edad de Bronce, congelados en el suelo de Altai, cráneos de orbitas realzadas con hematites, 5.000 años a.C.”. Régis, Debray, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós, 1994, p. 20.

¹² *Ídem*.

Retroceder en el tiempo nos abre la posibilidad de realizar un mejor ejercicio de historizar esta idea de la imagen, para poder ver cómo ésta manifiesta sus cambios a lo largo del tiempo, y así comprender lo que hoy es lo virtual¹³, y la aparición del simulacro. En esto radica el ejercicio de retroceder en el tiempo, un ejercicio que es compatible con el proyecto de hacer una sociología de las ideas o bien una etnología histórica del arte, como ha dicho Bourdieu, justo como se puede apreciar en *las reglas del arte*¹⁴.

Entonces antes de dar paso al advenimiento del cristianismo en la Logosfera, sólo habría que describir (a grandes rasgos) el momento de las sociedades arcaicas, las cuales, están instaladas en estas tres variables que determinan el momento de la logosfera: fecundidad, muerte y divinidad. Las sociedades arcaicas al igual que las del cristianismo, van a seguir influenciadas por la muerte, que es la que incluso regula el comportamiento de estas sociedades, pero a diferencia de la sociedad cristiana, las arcaicas no construyen sus monumentos a la muerte de la misma manera, ya que hablamos de cosmogonías diferentes, en otras palabras, son dos maneras diferentes de entender al mundo, y va ser, como ya lo he dicho, hasta el cristianismo que la imagen adquiere usos mucho más dogmáticos, al grado de que la sociedad cristiana expresa una fuerte diversificación de las imágenes¹⁵.

¹³ —Lo virtual, en tal caso, sólo es una hipótesis de la tendencia de pasar de lo simbólico a lo real, que sería su grado cero. En dicho sentido, lo virtual abarca la noción de hiper-realidad. La realidad virtual, esa que estaría perfectamente homogenizada, numerizada, operacionalizada, sustituye a la otra porque es perfecta, controlable y no contradictoria”. Jean, Baudrillard, *Contraseñas*, *op. cit.*, pp. 47-48.

¹⁴ Vid, Bourdieu, Pierre, *Las reglas del Arte*, Barcelona, Anagrama, 2002, p. 462.

¹⁵ —Las sociedades arcaicas que han hecho de la muerte su núcleo organizador no tienen la misma monumentalidad, puesto que no tiene el mismo más allá. La tumba egipcia, invisible desde fuera, está vuelta en su totalidad hacia el interior, hacia el alma del difunto. Se entierran ofrendas para alimentarlos mejor, para acompañarlos en su supervivencia. La tumba griega, vuelta al exterior, interpela directamente a los vivos. Se alza una estela visible de lejos para perpetuar una memoria. En los dos casos, el espacio de la tumba, morada del muerto, es distinto del espacio del templo, mansión de los dioses. La cultura cristiana fue la primera en hacer entrar los despojos físicos en el espacio sagrado. Esto empezó con los santos y los mártires, siguió con los prebostes y los príncipes”. Régis, Debray, *op. cit.*, p. 25.

Durante todo este tiempo que marca la vida de la logosfera, vamos a ver que la imagen tiene a su cargo el ejercicio de re-presentar a un objeto, es decir, a un individuo en la mayoría de las veces, por tanto el ejercicio de re-presentar la divinidad en torno a un hombre, va ser entendido como la gran característica para la sociedad cristiana. De esta manera se concede a la persona re-presentada, facultades divinas¹⁶, las mismas que tienen una estrecha relación con la fecundidad y con la muerte, es decir, que la relación de la imagen para esos momentos puede ser relacionada con el origen y con el fin, todo en un marco de divinidad que manifiesta una recomposición cíclica.

Hay en la imagen una especie de magia o de hechizo que influye en el tiempo y que lo vuelve cíclico, la propia divinidad en la que se encuentra esta estructura de la imagen no permite su final, porque después de cada final hay un nuevo origen. Y es así que este régimen de la imagen había logrado su eternidad; eternidad que dura esos 30.000 años y esos 16 siglos¹⁷. Tan sólo habría que pensar en la administración política de Roma, conocemos las imágenes de sus principales gobernantes, y cada vez que por razones diversas uno abandonaba el mando, le continuaba otro; el origen y el final repitiéndose una y otra vez, es un ciclo que la divinidad sostiene y reproduce.

De esta manera, es como si la historia estuviera atrapada en un tipo de mismidad de los eventos, como si éstos siempre fueran los mismos, sólo que con atenuaciones un tanto diferentes, que otorgaban a los momentos colocados entre el principio y el fin características un tanto diferentes, pero que en el fondo de ninguna forma se rompía con esta lógica de divinizar la imagen. Mejor dicho, divinizar la re-presentación que la imagen

¹⁶ *Supra*, Capítulo II, Tema 2.1, *–El simulacro en la Sociedad Actual–*, p. 80.

¹⁷ Régis, Debray, *op. cit.*, p. 20.

proyecta, esta divinidad a la re-presentación del objeto por medio de la imagen, adquiere más poder que la del original con lo cual hay una distorsión de lo real¹⁸, tal y como lo explica Debray para el caso francés:

Los ritos de los funerales de los reyes de Francia, entre la muerte de Carlos VI y la de Enrique IV, ilustran tanto las virtudes simbólicas como las ventajas prácticas de la imagen primitiva como sustituto vivo del muerto. El cuerpo del rey debía permanecer expuesto durante cuarenta días. Pero la putrefacción a pesar de la extracción inmediata de las viseras y los métodos de embalsamamiento, va más de prisa que la duración material requerida para la exposición, el transporte de los restos mortales hasta Saint-Denis (sobre todo para los muertos en tierras lejanas) y la organización oficial de las exequias. De ahí la utilidad de una efigie exacta, verista, del soberano desaparecido (Clouet fabricó personalmente el maniquí de Francisco I). Vestida con sus mejores galas y provista de sus símbolos de poder, la efigie va a presidir durante cuarenta días los banquetes y las ceremonias de la corte; sólo ella recibe los homenajes y, mientras está expuesta, el nuevo rey debe permanecer invisible. Así, de los cuerpos del rey, el percedero y el eterno, es el segundo el que se instala en su maniquí de cera pintada. En la copia hay más que en el original¹⁹.

Vemos entonces cómo para el caso de los rituales funerales franceses, la fertilidad y la muerte tienen un papel preponderante en esta representación divina por medio de una imagen, en este caso, la efigie; viendo de esta manera cómo es el cristianismo la sociedad responsable de que los restos físicos trasciendan y penetren en la atmósfera de lo sagrado, es decir, del propio espacio divino. La divinidad es para el cristianismo, como ya se ha dicho, un espacio sobrenatural en donde el gran soberano es Dios.

1.1.2. Cristianismo e ilusión

Para el cristianismo, tal y como lo sabemos, Dios es un motivo de culto, y en la logósfera Dios se vuelve el máximo referente; de esta forma, la imagen de los dioses es la encargada de proteger a este tipo de sociedades, y la forma en como siempre pueden recurrir a él (o ellos) es por medio de la imagen. Jesucristo alguna vez habitante de esta tierra, luego de un tiempo se instala en la atmósfera de lo divino y lo sagrado. A partir de ahí su representación

¹⁸ *Supra*, Capítulo II, Tema 2.1, *“El simulacro en la Sociedad Actual”*, p. 80.

¹⁹ Régis, Debray, *op. cit.*, p. 23.

va estar dada por medio de las imágenes, siendo así que se puede apreciar con suma claridad lo que ya hemos dicho en palabras de Régis Debray: la copia termina volviéndose más poderosa que el original.

Y esto es precisamente algo que no hay que perder de vista, ya que será una de las grandes herencias que la logosfera va transmitir a los demás regímenes históricos, y que actualmente podemos ver con más claridad, principalmente reflejado en los *mass media*, pues es ahí donde la copia adquiere más poder que el original, por lo que vamos a poder ver que desde la logosfera se han desarrollado características de gran importancia para este fenómeno del simulacro y lo virtual.

En la Logosfera el cristianismo toma el papel de un genio en la expresión pictográfica. Lo anterior tiene sentido si analizamos el papel que la imagen de Jesucristo ha tenido para el cristianismo, y en términos institucionales para el papel de la iglesia. La aparición de Jesucristo instruye un dogma de fe, el cual sería administrado por la iglesia cristiana, es como si la iglesia hubiera asumido el papel de una agencia de publicidad, la cual entre otras cosas tenía y tiene la tarea de manejar la imagen de una súper estrella (un *pop star*), en este caso Jesucristo, el cual había adquirido una gran popularidad debido a su doble naturaleza, un mortal venido de una humilde familia, y por otro lado, hijo de Dios padre creador de la tierra y por ende de la propia existencia de la humanidad.

Jesucristo es entonces enviado a la tierra para salvar a la humanidad de sus pecados, he ahí un segundo rasgo que explica su poderosa popularidad, pues a medida que el tiempo iba transcurriendo, su imagen se divinizaba más, lo cual significó un gran aliciente para la iglesia, y como su gran acierto supo administrar la imagen de esta súper estrella, una

imagen donde a medida que transcurría el tiempo se volvía hasta cierto punto hegemónica (con lo cual ya podemos ver elementos de un simulacro²⁰), imagen que pasa de ser libre a ser autoritaria, y expresarse como todo buen monoteísmo un tanto iconoclasta²¹.

Es entonces Jesucristo para este periodo comprendido por la logosfera, lo que hoy puede significar para nosotros *Michel Jackson*²² (más aún ahora ya muerto, con los cientos de tributos que hoy se le hacen, idolatrando su imagen), o una extraña combinación entre *The Beatles*, *Madonna*, *Britney Spears*, *Shakira*, *RBD* y *Daddy Yankee*, claro está, manteniendo las debidas distancias.

Quiero decir con lo anterior que la imagen de Jesucristo ya había desvirtuado hasta cierto punto la realidad, por supuesto, no al grado como nos encontramos hoy en día, no obstante, es la imagen de Jesucristo una especie de simulacro que va tomando lugar.

Comprendamos que la imagen de Jesucristo (y por supuesto, la de toda esta diversidad de imágenes difundidas por el cristianismo y que de cualquier forma nos llevan a esa gran imagen de Dios) se muestra ya para la logosfera, como una especie de contagio del cual pocos pueden escapar, como si se tratara de un virus salido de control (si es que alguna vez estuvo bajo control), el cual es capaz de aglutinar a las masas con el extremo propósito

²⁰ *Supra*, Capítulo II, Subtema 2.1.1 *—Lo invisible y el tiempo virtualizado*”, p. 82.

²¹ *—*Fodos los monoteísmos son iconofobos por naturaleza, e iconoclastas por momentos. La imagen es para ellos un accesorio decorativo, alusivo en el mejor de los casos, y siempre exterior a lo esencial. Pero el patrón de los pintores tiene el santo nombre de Lucas. El cristianismo ha trazado la única área monoteísta donde el proyecto de poner las imágenes al servicio de la vida interior no era en su principio estúpido o sacrilego. La única donde la imagen toca directamente la esencia de Dios y de los hombres”. Régis, Debray, *op. cit.*, p. 65.

²² *—*Michael Jackson es un mutante solitario, precursor de un mestizaje perfecto porque es universal, la nueva raza a partir de las razas, por así decirlo [...] Michael se ha hecho rehacer el rostro, desrizar el cabello, aclarar la piel, o sea que se ha construido minuciosamente: esto es lo que le convierte en un niño inocente y puro; el andrógino artificial de la fábula que mejor que Cristo, puede reinar sobre el mundo y reconciliarlo dado que es más que un niño dios: un niño prótesis, un embrión de todas las formas soñadas de mutación que nos liberarían de la raza y del sexo”. Jean, Baudrillard, *Cool Memories*, Barcelona, Anagrama, 1997. p. 127.

de controlarlas, es decir, de nublarlas, de volverlas silenciosas al extremo de desaparecerlas, tal y como ya lo ha dejado de ver Baudrillard²³.

Después de la experiencia de la imagen en la figura de Jesucristo, Occidente no volverá a ver a ésta desentendida de poder y de una inmensa propagación de la sacralidad, pues la imagen se volverá más contagiosa y más virulenta²⁴.

Aquí concluye mi análisis referido a este régimen histórico de la logosfera. Como se puede apreciar he puesto en la mesa de discusión diferentes elementos, tales como el hecho de que la imagen es utilizada sólo para re-presentaciones divinas, o bien, la idea de que es aquí donde ya podemos ver que la percepción de la realidad es ampliamente influenciada por el fenómeno de las imágenes, lo que nos ayuda a ir historizando esta idea del simulacro y lo virtual propuesta por Baudrillard. Y siguiendo con este ejercicio de historizar las ideas, doy paso al siguiente momento histórico.

1.2. La ilusión en el Arte

La descripción de la grafosfera por fuerza nos habrá de introducir a nuevas características con el ánimo de poder observar una nueva relación de las personas con la imagen. Y como ya he dicho la historia está llena de cambios y continuidades, de esta manera la grafosfera no rompe con las características que tiene la imagen respecto a la logosfera, se trata

²³ Vid, Jean, Baudrillard, *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kaidos, 1978, pp. 5-11.

²⁴ —La imagen es más contagiosa, más virulenta que el escrito. Pero más allá de sus reconocidas virtudes, en la propagación de las sacralidades, que en última instancia sólo harían de ella un expediente recreativo, nomotético y didáctico, la imagen tiene el don capital de unir a la comunidad creyente. Por identificación de los miembros con la imagen central del grupo. No hay masas organizadas sí soportes visuales de adhesión. Cruz, Pastor, Bandera roja, Mariana. Siempre que las multitudes se ponen en movimiento, en Occidente, procesiones, desfiles, mítines, llevan delante el icono del santo o el retrato del jefe, Jesucristo o Karl Marx. Algunos clérigos, devotos de la Letra pérdida, se sobresaltan ante la vuelta de las supersticiones primitivas. No comprenden que un texto sin imagen sería una teoría sin práctica. La carta sin correo. Una doctrina de la liberación sin catequesis ni pastoral, o una utopía social sin —trabajo de organización” social. O sea, un hecho intelectual, no un hecho político”. Régis, Debray, *op. cit.*, p. 80.

entonces de comprender que hay cosas que cambian y cosas que permanecen, en este sentido, la grafosfera nos ofrece nuevos elementos que influyen a la imagen en sociedad, es decir, cambios. Así mismo no rompe con su pasado, por lo que entonces siguen de manifiesto las continuidades. Por tanto, presento ahora la descripción de la grafosfera y su relación con la ilusión, y por consiguiente con el simulacro.

Hay que iniciar este análisis diciendo que si la modalidad de existencia de la imagen para la logosfera se presenta como viva, es decir, a través de la imagen de un ser (Jesucristo, el santo o incluso el mismo monje). Para la grafosfera la imagen toma su existencia a partir de las cosas, lo que significa que ahora se vuelve física esta existencia de la imagen, es decir, que ahora su prioridad o su intención no está focalizada a un ser, o una persona.

Las imágenes, entonces, ahora están dadas a partir de las cosas, las re-presentaciones pictóricas ahora van a estar inclinadas hacia la forma de dichas cosas, es decir, la imagen es una cosa. Y si es una cosa, su referente ahora deja de ser lo sobrenatural, pues Dios ha sido hecho a un lado en el momento en que ha sido desplazada la modalidad de existencia en la imagen (aunque no por ello deja de ser preponderante en la conformación de la sociedad) por lo que entonces ahora su referente es lo real. Ahora se está interesado por captar aquello visto de manera simple y que se encuentra en un plano más cercano a la existencia de las personas, con esto la perspectiva que se tiene del mundo se habrá de multiplicar, ya que ahora la atención no sólo está puesta en una figura divina, sino en una serie de posibilidades que han multiplicado lo que es susceptible a verse, de esta manera se reemplaza la idea divina, por la revolución que significa el arte, dado que ésta fija su atención en el mundo

real de las cosas, para así tomar distancia de la omnipotente visión de la religión, la misma que se centra en gran medida en la idea del alma.²⁵

No podemos pensar que llegado el fin de la Edad Media el modo de existencia de la imagen cambia, ya que de esta forma los cambios no se explican en la historia y en ninguna otra manifestación donde intervenga el ser humano. Estos cambios necesitan cierto tiempo para que después se puedan asimilar dentro del comportamiento de la sociedad, es decir, que dichos cambios sean insertados en el campo de la cultura. Entonces vamos a ver que para la Edad Media por algunos momentos (casi a su final entre los siglos XV y XVI) confluyen estos dos modos de existencia de la imagen, es decir, la imagen de la logosfera que es una imagen ante todo divina, y la imagen de la grafosfera, que es una imagen creativa basada en el uso del arte, un “arte moderno” como lo entiende Debray, en donde poco a poco se ira desgastando una para ir cediendo paso a la otra. Tan sólo hay que pensar que el monopolio de la imagen estuvo al mando de la iglesia, los pintores de ese tiempo estaban supeditados a las órdenes de los clérigos. Así que la autonomía que los pintores vayan ganando va a ser muy importante para que la modalidad de existencia de la imagen se pueda dar no en función a lo divino y a lo sobrenatural, sino en función a la realidad y a la concepción física de las cosas.

En este sentido, para la grafosfera la mirada deja de ser mágica para convertirse en estética, y la manera en cómo esta estética se irá reproduciendo en el mundo va ser a través

²⁵ –Se nos había querido hacer creer que el arte es una invariante, región del ser o parcela del alma, que se llenaba poco a poco de imágenes generales fabricadas aquí y allá. Se hacía como si el movimiento de la imágenes desde hace treinta mil años declinara, al hilo de los siglos; una estructura ideal, junto con propiedades comunes que definían una determina clase de objetos y de la que cada época esta o aquel tramo o segmento. Nuestro «arte moderno», al abrazar la ley del último que ha llegado y del más fuerte extrae su justificación exclusivamente en sí mismo”. *Ibid.*, pp. 127- 128.

del arte. Es así que se da a través de esta nueva expresión de la imagen llevada por el arte, una serie de transformaciones que dan justo en la base de la idea del orgullo y la sumisión que ya había puesto en práctica en la logofera por medio de la imagen cristiana. La belleza está cambiando, su valor estético ahora es mayor, y esto es algo en lo que la grafosfera se ocupa, en este sentido la importancia radica en que se profesionaliza la práctica de la estética²⁶. Tal profesionalización es tratada por medio del arte, fenómeno que está de manifiesto en la reflexión de Baudrillard.

1.2.1. El arte y su ascenso en el mundo visual

Hablamos entonces de una estética que se construye ahora por medio del arte, abandonando así el modelo de construcción por vía de la divinidad, para ese entonces expresada por Jesucristo, para que ahora sean las técnicas de fabricación las que vengán a dar el desarrollo a la imagen, le van a dar nuevas formas de estilo, lo que significa, un nuevo matiz iconográfico, lo cual multiplicará las posibilidades de la re-presentación.

Es importante entender entonces que el diafragma de la imagen como expresión del mundo muestra una importante expansión a partir de las técnicas utilizadas por el arte, con lo cual se puede ver que los seres humanos en sociedad se empiezan a entender de manera distinta en el mundo. De hecho, las técnicas de fabricación utilizadas por el arte son un síntoma claro de esta forma diferente de entenderse en el mundo por parte de las sociedades, y esto quiere decir que la mirada se ha diversificado, multiplicándose así las ideas que se extraen del propio mundo. El mundo ya no puede ser pensado únicamente por medio de la imagen de Jesucristo y de la iglesia en general, porque ahora serán las

²⁶ –Digamos entonces del arte que surge en el cruce de la actividad profesional y una fe. De una superioridad técnica y de una humildad moral. La belleza no sería sino el encuentro, en un punto cualquiera de una cadena artesanal, de un gran orgullo y de una gran sumisión”. *Ibid.*, p. 60.

imágenes en sociedad lo que recorra el terreno de lo cotidiano, incrementándose así las variables que influyen sobre la producción de la imagen, con lo que poco a poco el arte se irá dotando de importantes elementos hasta constituirse como un instrumento lleno de omnipotencia, prácticamente imposible de ser eludido.

Pero antes de hablar de esta omnipotencia del arte, misma que va ser abarcada de manera esplendida por Marcel Duchamp, del cual me he de referir más adelante, es necesario hacer ver cómo el arte pasa de ser una modesta herramienta de re-presentación visual dominada y captada por el monopolio de la fe expresado por la iglesia, a lograr su autonomía para posteriormente constituirse como este instrumento lleno de omnipotencia²⁷. Y es que si comprendemos este importante papel que tuvo el arte, vamos a entender lo importante que esto significó para la consolidación de la videosfera y así mismo del simulacro.

Las posibilidades de expansión del arte hasta llegar a su omnipotencia, por un lado explican su separación de la logosfera, por supuesto sin romper de lleno con ésta; y por el otro, nos ayudan a comprender cómo el arte juega un papel de gran importancia para la consolidación y reafirmación de la videosfera, y particularmente de aquello que autores como Debray y Baudrillard han denominado como lo “visual” y que se constituye como uno de los ejes de gran importancia que dan sentido a esta investigación.

Si la teología se mezcla íntimamente con la política, el arte no será la excepción, aunque a diferencia de la teología ésta ira desarrollando vínculos con la economía, tan

²⁷ “Entre nuestras imágenes y nosotros se alza una palabra pantalla: ~~arte~~”. Todos hemos tropezado en distintas ocasiones, y como maquinalmente, con ese trasto. La engañosa palabra bisílaba constituye un obstáculo para una elucidación de las variables de la imagen. Presenta un artefacto como producto natural, un instante como esencia y un folclore como universal. La retórica sumaria del arte, gran embuste, es demasiado omnipresente para eludirla”. *Ibid.*, p.127.

parecidos como los desarrollados con la política, lo que nos ayuda a explicar el poder con el que poco a poco se le ira caracterizando al arte, pues tan sólo hay que pensar que el arte logra cambiar la concepción estética en todo el mundo, con lo cual logra transformar la propia imagen de las personas, es decir, que el arte tendrá un fuerte vinculo con el vestido, es decir, con la moda²⁸; teniendo en las mujeres a sus principales seguidoras, por supuesto que se trata de mujeres de alcurnia: aristócratas por excelencia y en donde la economía siempre será el elemento aliado²⁹.

Entonces, si el arte se vincula de una manera muy intensa con el vestido, y éste a su vez lo hace con las mujeres, no tardará de este modo la economía en beneficiarse de estas relaciones. Poco a poco se irán consolidando mercados alrededor de estas relaciones, naturalmente que se tratan de pequeños mercados, dado que a este tipo de productos sólo tiene acceso la clase aristócrata, ya que son ellos los que cuentan con los recursos económicos para poder costearlos.

De esta manera nace el fenómeno de la moda, el cual tiene una fuerte relación con la estética; por lo tanto la moda y el arte tienen como hilo conductor la estética, manteniendo por supuesto sus diferencias. Esta moda aristocrática de finales de la Edad Media puede ser entendida en un primer momento como la moda de los grandes exponentes de una elite

²⁸ *Supra*, Capítulo II, Subtema 2.1.2 *—El fin de la ilusión—*, p. 94.

²⁹ —En su origen se encuentra el derrumbe del sistema de estamentos, del absolutismo y de su aristocracia. Pero teniendo en cuenta que con esta evolución, a partir de la Revolución Francesa, se inicia una nueva aceleración del cambio de la moda, que hasta ahora se ha atenuado, basta esta circunstancia para comprender que poco tiene que ver en el fondo la moda con el sistema de estamentos. Al propio tiempo, desde ese momento se advierte con gran claridad la polifonía de la motivación de la moda, que no sólo acepta sugerencias de fondo de todas partes, sino que al mismo tiempo se erige por multitud de principios, de los que en parte ya conocemos algunos, y otros conoceremos luego. Lo moda se muestra cada vez más en su carácter de principio configurador universal de la sociedad, cuya evolución en el tiempo gobierna tiránicamente para lo cual encuentra en la economía moderna un aliado con reservas verdaderamente inagotables, Rene, Koning, *Sociología de la moda*, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohle, 1968, p 145.

económicamente desarrollada, caracterizada por ejemplo a través del interés de los reyes que tiene lugar a partir del siglo XV.³⁰ En un primer momento son productos dirigidos hacia las reinas, es decir, hacia lo femenino, posteriormente dichos productos pasarán a ser parte de la indumentaria de los reyes, lo que significa, de lo masculino. Llama la atención que a partir de estos momentos ya es posible pensar a lo femenino como la forma estrictamente indisociable en el juego irónico de la seducción el cual va estar presente en gran parte de los ensayos de Baudrillard³¹.

Se trata entonces de una seducción que ha ido evolucionando, que sólo se puede ver en el continuo de una larga duración tal y como nos lo ha propuesto Lipovetsky en su estudio relacionado con la moda³², en donde es posible ir apreciando el desarrollo de la seducción y su papel indivisible que tiene con lo femenino visto a través de un devenir histórico, llegando justo hasta donde hoy estamos parados, en una sociedad abatida por el infinito simbolismo de la seducción que descansa en la base de lo femenino tal y como apunta Jean Baudrillard³³.

³⁰ «La curiosidad por las modalidades «antiguas» del vestir y la percepción de las rápidas variaciones de la moda están también presentes en la exigencia, formulada en 1478 por el rey René de Anjou, de investigar los detalles de los atuendos llevados en el pasado por los condes de Anjou. A comienzos del siglo XVI, Vecellio diseña un libro «de trajes antiguos y modernos». En Francia en el siglo XVI diferentes autores destacan la inconsistencia en el vestir, especialmente Montaigne [...] Desde la Antigüedad lo superfluo del arreglo personal y en particular la coquetería femenina han sido objeto de múltiples quejas, pero a partir de los siglos XV y XVI las denuncias recaerán tanto en los atavíos de la mujeres como de los propios hombres, sobre la falta de constancia de los grupos en general. La mutabilidad de la moda se ha impuesto a la conciencia de los cronistas como un hecho evidente, la inestabilidad, la extravagancia de las apariencias, se han convertido en objeto de polémica, de asombro de fascinación, a la vez que en los blancos reiterativos para la condena moral». Gilles, Lipovetsky, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2002, pp. 32-33.

³¹ En mi opinión, el universo de la seducción era lo que se inscribe radicalmente contra el de la producción. Ya no se trata de hacer surgir las cosas, de fabricarlas y de producirlas para un mundo del valor, sino de seducirlas [...] Me interesa una forma del devenir masculino de lo femenino, del devenir femenino de lo masculino, frente al perjuicio que afirma que lo masculino es en sí la identidad sexual. Baudrillard, Jean, *Contraseñas*, op. cit., pp. 29-31.

³² Gilles, Lipovetsky, op. cit., p. 76.

³³ Vid, Jean, Baudrillard, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 2001, p. 41-43.

Lo Femenino y la seducción tal parece que nacen inseparables, y la relación actual que hoy vivimos es producto de rupturas y continuidades con respecto a este desarrollo de la seducción, una seducción que hoy se nos presenta como un juego perverso e irónico desde la óptica de Baudrillard y que en gran medida se debe a una idea errónea de las necesidades³⁴, por lo que se puede entender como una falsa conciencia³⁵, y que por el momento sólo he querido destacar la relación que tiene con el tiempo histórico que representa la grafosfera. Una relación que tiene en la moda un elemento imprescindible para una mejor y más clara comprensión, siendo la moda precisamente así, una falsa conciencia.

A medida que transcurra el tiempo la moda tomará un papel más frívolo y superfluo, el cual va a ser uno de los grandes distintivos de nuestras sociedades contemporáneas, constituyendo así un componente fundamental para el desarrollo del simulacro desde la óptica de Baudrillard, esto en parte a una falsa idea de las necesidades³⁶. Así mismo cabe mencionar que la moda mantendrá una relación más estrecha con el arte, es una importante relación desde el punto de vista estético (y que va a ser de gran importancia para el desarrollo del actual momento histórico conocido como videosfera, según la propuesta de Régis Debray), donde se puede observar un importante cambio de las mentalidades en el ámbito de la cultura y la sociedad; por lo tanto esta relación con el arte delata una nueva manera de interpretar al mundo, se puede decir que retrata una forma diferente de estar en

³⁴ *Supra*, Capítulo III, Subtema: 3.2.1 *–Imágenes en guerra una competencia económico mediática*”, p. 161.

³⁵ *Supra*, Capítulo III. Tema 3.2 *–La pérdida de lo trascendental en el mundo de las imágenes*”, p. 164.

³⁶ *Supra*, Capítulo II, Subtema: 2.1.2 *–El fin de la ilusión*”, p. 94.

el mundo, y es precisamente el arte medieval el que atestigua esta gran ruptura entre la forma sobrenatural del arte y la forma real³⁷.

Si en la grafosfera, como hemos revisado hasta ahora, hay una profesionalización del arte, la cual es capaz de cambiar por completo la manera contemplativa sobrenatural de mirar que se tenía en la logosfera, por una manera creativa real, podemos decir entonces que se está dando la continuidad estética, o en otros términos, se está desarrollando o evolucionando el gran consenso estético que había tenido lugar a partir de los griegos, pues éstos sabemos que son la primera gran civilización de Occidente que desarrolla un importante sistema estético, para de esta manera en la grafosfera se de paso a la consolidación del *Homoaestheticus*³⁸ iniciado por los griegos.

Es así que nos habla Debray sobre una íntima relación entre la estética y la filosofía (tal y como he descrito la importante relación que hay para Lipovestky entre arte y moda) por lo que existe una premura por romper con la divinidad en el arte, entendida como una producción sobrenatural; y en donde en la figura de Miguel Ángel se colocan los inicios de esta división, la cual puede ser entendida como toda una revolución:

Miguel Ángel, al esculpir *La noche*, ha «extraído la forma pura de la masa de piedra bruta». Forma que no reside ya en el cielo de las Ideas o en el

³⁷ «Con el arte medieval se desarrolla una nueva visión del mundo terrenal y de lo concreto: la expresión del misterio irreconocible y de lo sobrehumano impersonal retrocede en beneficio del descubrimiento y de la descripción de lo real en toda su diversidad. El escultor gótico sustituye los monstruos fantásticos por animales vivos, bosques, pequeños jardines, follajes del entorno. Representa los trabajos de los hombres, acerca de Dios al hombre propagando una nueva imagen de la Virgen más femenina y maternal, un Cristo impregnado de dulzura y humanidad. Realismo artístico de origen medieval que tomará un nuevo rostro en el renacimiento, con la búsqueda de la profundidad y el relieve del arte del retrato, del paisaje, de la naturaleza muerta. Ese sentido de lo concreto, ese interés por la experiencia visual y las apariencias en el arte, tienen una gran importancia porque traducen la glorificación del mundo creado, la valoración de la belleza del mundo humano y terreno. Esa es la nueva inversión mundana que se encontrará también en la moda y que contribuirá a su establecimiento. La moda representa en efecto, la faceta frívola de ese nuevo amor por las apariencias y el espectáculo del hombre, que se produce en Occidente». Gilles, Lipovetsky, *op. cit.*, p. 73.

³⁸ *Vid.*, Debray Regis, *op. cit.* p. 104.

Entendimiento divino –ahí está la revolución– sino en el alma del artista. Esa separación de cuerpos debía revelarse propicia a las generalidades filosóficas: la exaltación de la forma ha engendrado la Estética, que globaliza su objeto por invención de un género único, el Arte con mayúscula. La estética de los filósofos, como es sabido, presenta poca atención a la especificidad de las artes y de las obras. La disociación artes/oficios legitima el formalismo de la reflexión sobre el Arte. Cuando más se separan las formas de sus soportes, tanto más se las puede someter a una lógica espiritual interna, cuyo entusiasmo pertenece por derecho al filósofo. *De minimis non curat homo aestheticus*³⁹.

Se observa entonces con esta importante división, una trascendental disociación entre las artes y los oficios, a este respecto cabe mencionar que hemos tomado la idea que Walter Benjamin nos ofrece, donde queda de manifiesto el problema de la técnica y su ineludible tendencia hacia la reproducción que en gran medida se dirige a la ganancia⁴⁰. El uso de la técnica involucra un dominio de la naturaleza, el cual ha de irse perfeccionando con el paso del tiempo, la técnica es entonces una muestra del desarrollo del uso de la razón.

1.2.2. El imperio de la re-presentación artística

Con lo anterior podemos hablar así de la racionalidad del arte, que irá posibilitando una nueva estética que para nuestros días se basa en lo visual, al grado de construir un nuevo *Homoaestheticus*⁴¹. Esta nueva estética tiene una inseparable relación con el modo de producción industrial, que siguiendo a Benjamin, es inseparable del uso de la técnica, y esto se hace aún más evidente cuando Benjamin nos propone el ejemplo entre la mano y el ojo, en donde este último ejemplifica el desmedido poder que la técnica va adquiriendo⁴².

³⁹ *Ídem*.

⁴⁰ –La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción. Lo que los hombres habían hecho, podía ser imitado por los hombres. Los alumnos han hecho copias como ejercicio artístico, los maestros las hacen para difundir las obras, y finalmente copian también terceros ansiosos de ganancias. Frente a todo ello, la reproducción técnica de la obra de arte es algo nuevo que se impone en la historia intermitentemente, a empellones muy distantes unos de otros, pero con intensidad creciente”. Walter, Benjamin, *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid, Taurus, 1989, pp. 18-19.

⁴¹ *Supra*, Capítulo III, Subtema: 3.1.2 –Economía viral”, p. 155.

⁴² –En el proceso de la reproducción plástica, la mano se descarga por primera vez de las incumbencias artísticas más importantes que en adelante van a concernir únicamente al ojo que mira por el objetivo. El ojo

Se puede decir que es la Revolución Industrial la que acoge los antecedentes inmediatos de este nuevo *Homoaestheticus*, y el cual va tener como reafirmación el momento histórico representado por la videosfera, en donde la sobrepotencialización de la técnica estará de manifiesto, algo que veremos más adelante al referirnos al tipo de sociedad que dibuja Baudrillard.

En relación a lo anterior, el fenómeno de la alta costura que tiene lugar a partir del siglo XIX y encontrado a Francia como su principal exponente, se va a constituir como un pilar de gran importancia, expresado como ya se ha dicho en la videosfera. La alta costura va ser así una importante manifestación de las grandes expresiones del arte, y no sólo entendido desde la utilidad que ésta va tomando, sino desde su poderosa diversificación en el mundo.

El arte y la alta costura mantendrán una relación prácticamente eterna, popularizándose más esta relación con el concepto de moda, y sobre todo con la disminución de los precios que ésta traerá tiempo después, poniendo así las bases de una nueva estética, o lo que es lo mismo, una indumentaria moderna⁴³, y donde el fenómeno de la seducción queda acentuado de una manera mucho más palpable.

es más rápido captando que la mano dibujando; por eso se ha apresurado tantísimo el proceso de la reproducción plástica que ya puede ir a paso con la palabra hablada". Walter, Benjamin, *op. cit.*, p. 19.

⁴³ —La moda en sentido estricto apenas sale a la luz antes de mediados del siglo XIV, momento en que se impone esencialmente por la aparición de un tipo de vestido radicalmente nuevo, diferenciado sólo en razón del sexo: corto y ajustado para el hombre, largo y envolviendo el cuerpo para la mujer. Revolución de indumentaria que colocó las bases del vestir moderno. La misma ropa larga y holgada que se había llevado indistintamente durante siglos por los dos sexos, se substituyó por un atuendo masculino compuesto por un *jabón*, especie de chaqueta corta y estrecha unida a calzones ceñidos que dibujaban la forma de las piernas, y por un traje femenino que perpetuaba la tradición del vestido largo, pero mucho más ajustado y escotado". Gilles, Lipovetsky, *op. cit.*, p. 30.

Esta indumentaria moderna y este preponderante fenómeno de la seducción va a ser posible a partir de las técnicas implementadas por la industria, es ahí en donde el apogeo del uso de la técnica se va a dar, lo que posibilita esta nueva estética y por consiguiente este nuevo *Homoaestheticus* y en donde el periodo de transición, es decir, el abandono de la vieja estética por la nueva, va a correr a partir de 1820 en Revolución Industrial⁴⁴ y hasta 1968 con la Revolución Cultural⁴⁵. Por supuesto que no tomo estas fechas (ni las anteriores que he utilizado) de manera dogmática, como si estuviera entendiendo a la historia desde una visión positiva, simplemente ofrezco estas fechas con la intención de podernos ubicar, ya que es para inicios del siglo XIX donde se da el fenómeno de la alta costura, que como ya he dicho, sólo es posible a través del desarrollo que ofrece la Revolución Industrial, y que precisamente es por medio de sus adelantos tecnológicos que va a ser posible reproducir los atuendos desarrollados por la alta costura de una manera, digamos que a gran escala, lo que incitaría un consumo cada vez más acelerado y una manifestación más importante en la moda⁴⁶.

Consumo acelerado y una importante manifestación en la moda, son factores que se relacionan directamente en la videosfera, y que así mismo quedan inscritos en el momento histórico en donde la idea de simulacro y lo virtual de Baudrillard va a tener lugar. La

⁴⁴ Vid, Jürberg, Lannert, "Revoluciones de los países nórdicos", en: M Carlo, Cipolla, *Historia económica de Europa: El nacimiento de las sociedades industriales*, Barcelona, Ariel. 1982, p. 52.

⁴⁵ Vid, Carlos Antonio, Aguirre Rojas, *Para comprender el mundo actual. Una gramática de larga duración*, Buenos Aires, Prehistoria, 2005, p. 37.

⁴⁶ —[.].]la confección industrial precedió a la aparición de la Alta Costura. En Francia, en los años 1820, y a imitación de Inglaterra, se da una nueva producción de nuevos trajes, baratos y en serie, esta producción conoce una verdadera expansión después de 1840 —antes incluso de entrar en la era de la mecanización, posible gracias a la máquina de coser—, hacia 1860. A medida que se implementan los grandes almacenes, que las técnicas progresan, que disminuyen los costos de producción, la confección diversifica la calidad de sus artículos dirigiéndose a la pequeña y mediana burguesía". Gilles, Lipovetsky, *op. cit.*, p. 78.

videosfera, que tiene un fuerte vínculo con la re-presentación de los objetos⁴⁷, se estrena entonces a partir de los efectos de la llamada Revolución Cultural en donde historiadores como Carlos Aguirre Rojas nos dicen que las estructuras sociales entran en crisis⁴⁸, debido a que es a partir de esta importante coyuntura que vamos a poder apreciar, cómo la sociedad va perdiendo sus contornos definidos.

De esta manera es la estética por conducto del arte, una de esas estructuras que entran en crisis, y bien lo señala Baudrillard al referirse al caso de Marcel Duchamp⁴⁹, el cual es uno de los grandes representantes donde descansa esta crisis del arte, que puede ser entendida como una crisis paradójica o irónica, pues al tiempo que el arte se vuelve un acumulador de indicadores que hasta cierto punto obligan al espectador a ver aquello que se debe ver, colocándolo así en un fetichismo; el arte va perdiendo su libertad de exposición tal y como sostiene Debray. Mientras que por otro lado, es este arte en crisis el que cada vez se va confundiendo más con la publicidad, lo que entonces le permite ganar más adeptos, mayor popularidad entre las personas.

⁴⁷ *Supra*, Capítulo II, Tema: 2.1 *—El Simulacro en la Sociedad Actual—*, p 78.

⁴⁸ —[.]1968 ha sido, en primer lugar, una ruptura de dimensiones prácticamente planetarias, y en segundo lugar, un punto de crisis global o generalizado, que presentándose como un momento de condensación histórica excepcional, alcanzó a poner en cuestión los fundamentos civilizatorios mismos —es decir, las formas de la *—cultura—* moderna en el sentido más amplio de este término— de las sociedades contemporáneas entonces existentes”. Carlos Antonio, Aguirre Rojas, *op. cit.*, p.45.

⁴⁹ En un principio me atrajo Warhol, Duchamp vino después. Me parecía que con ellos se producía una especie de fractura antropológica en la historia del arte, un fin del principio artístico. Una vez más, no se trata de una extinción del arte, sino una saturación estética. Con Duchamp la banalidad se hace arte y a partir de ese momento el arte, en lugar de inventar otra escena, una escena de la ilusión, una escena sólida, se contenta con apropiarse de la realidad. El problema (y ésta es la razón del malentendido con los profesionales del arte y de la historia del arte) no está en buscar una alternativa específica en el campo del arte. El tema del arte es una problemática local. Lo que yo reprocharía a los guardianes del arte contemporáneo es que encarnan un medio autorreferencial, muy narcisista, y disfrutan de un espectáculo invariable. Baudrillard, Jean, *op. cit.*, pp. 159-159.

Por lo anterior para Regis Debray es Marcel Duchamp⁵⁰ el que inaugura la mediología⁵¹ dejando ver así una profunda e incierta división entre el medio y el mensaje⁵², promoviendo en el arte la pérdida de todo sentido práctico, lo que entonces la confunde a tal punto de enmarañarse más con la publicidad.

La mediología entonces es un rasgo más de esta crisis de las estructuras, donde la característica principal es que se instituye una especie de *fast-thinker*⁵³ según Bourdieu⁵⁴ por lo que mediólogos como Duchamp se caracterizan por pensamientos que se cruzan con lo imbécil⁵⁵. La mediología es entonces un fenómeno que queda inscrito en este momento histórico que corresponde a la videosfera, un momento en el que para Debray nuestra estética es reducida, pero donde yo diría que la estética sólo está cambiando, siendo la profundidad de los cambios lo que hay que comprender; así mismo hay que notar son éstos quienes tienen lugar en el periodo de la imagen comprendido por la videosfera y a la que a continuación me he de referir.

⁵⁰*Supra*, Capítulo III, Subtema: 3.3.1 –*Una sociedad transgredida en las apariencias*”, p 187.

⁵¹Duchamp es, en los hechos y con su trabajo, el que ha inaugurado la mediología en el arte, con sus riesgos y sus peligros, al abrir el catálogo –indicaciones”. Al ganar su apuesta, Duchamp ha catapultado la mediación hasta la cabina de mando. ¿Quiere usted una obra de arte? Coja este urinario, llévelo al museo y mire bien dentro: es un espejo. Así descubrirá que un museo es una acumulación de indicadores, –atención: esto se debe ver” Debray, Regis, *op. cit.*, p. 123.

⁵² Digamos que en la mediología el medio vale más que el mensaje, o en otras palabras, las apariencias se imponen a los contenidos. El mensaje (los contenidos) en la mediología es cada vez más simplificado y repetitivo, mientras que el medio (la apariencia) es lo que capta la atención.

⁵³ El *fast-thinker* es la persona que sólo muestra atención por los mensajes simples y efímeros, al tiempo que reprime todo interés por lo complejo y abstracto. Se trata así de una antropología que se constituye a partir de la hegemonía mediática.

⁵⁴*Vid.*, Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama. 1997. p. 25.

⁵⁵El mediólogo es, pues, ese imbécil que, cuando se le señala la luna, mira al lado. En lugar de seguir la dirección de las flechas, a ciegas, trepa brazo arriba para ver el cuerpo o los cuerpos que señalan. Nuestra época está viendo como la museografía se extiende a medida que la estética se reduce y los espacios de exposición ganan en manifestación a medida que las obras materiales se ausentan de ellos. Debray, Regis, *op. cit.*, pp. 123, 124.

1.2.3. La ilusión del arte contemporáneo

Después de ocurrida la revolución cultural de 1968, las instituciones que para ese momento daban cierta regularidad a la sociedad empiezan a poner en entre dicho, la autoridad del Estado y la de la Iglesia vienen a menos⁵⁶, las propias reglas que los erigen comienzan a adelgazarse. El Estado no puede garantizar el bienestar para todos, y si bien es cierto, nunca lo ha logrado, a partir de esta fecha su ineficiencia será más evidente. La iglesia lejos de luchar por la construcción de un mundo mejor, no logra desentenderse de un papel dogmático inferido a sus propios intereses y los que comparte con el Estado, dejando ver así, una relación que se resiste a ser separada.

A partir de 1968 inicia la pérdida de la confianza principalmente ocasionada por la supremacía del mercado, por su ilimitada productividad que ha disuelto en gran medida todo sentido crítico y por lo cual ha favorecido la fragmentación⁵⁷. Es así que se acentúan las deficiencias del Estado como de la Iglesia, por lo que entonces el Estado ha perdido la voluntad de responder a las demandas de la ciudadanía, y Dios, le ha dado la espalda a la humanidad, parece que Dios no ha logrado cumplir o mejor dicho escuchar las suplicas y las adoraciones de sus fieles, por lo que la fe cristiana se presenta como una gran

⁵⁶ Si bien es cierto que esta debilidad por parte del Estado y la Iglesia son previas a 1968, encontrando para el caso de México el siglo XIX como su punto más álgido –según la óptica de historiadores como Francois Guerra en trabajos como: *Del antiguo régimen a la revolución*–, también es verdad que es para 1968 en donde las instituciones relativas al Estado y a la Iglesia vuelven a encontrar ante una nueva crítica.

⁵⁷ —[.] en el crecimiento de la productividad mediante el refinamiento incesante de la división del trabajo en fragmentación de gestos, ya dominados por el movimiento independiente de las máquinas; y trabajando para un mercado cada vez más extendido. Toda comunidad y todo sentido crítico se han disuelto a lo largo de este movimiento, en el cual las fuerzas que han podido crecer en la separación no se han *re encontrado* todavía”. Guy, Deboard, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-textos, 1999, p. 47.

decepción, como una gran vergüenza tal y como contundentemente ha afirmado Nietzsche.⁵⁸

El Estado antes que nadie evidencia una profunda crisis que aqueja a nuestras sociedades modernas y que por ejemplo en el caso de México el crimen organizado se ha encargado de evidenciar este conflicto. Hablamos así de una crisis de sentido que no se encuentra en el individuo, sino en nuestra propia estructura social⁵⁹. Entramos entonces en un malestar social⁶⁰ en donde la confianza en las grandes instituciones se ha comenzado a deteriorar, ya que a partir de esta Revolución Cultural las instituciones del Estado se vieron en jaque, lo que ocasionó una crisis de confianza.

La estructura social a partir de la segunda mitad del siglo XX experimenta una nueva desorientación, esto debido a los problemas que trae consigo una sociedad que ha alcanzado un grado de industrialización nunca antes visto hasta ese momento; por lo que esta nueva desorientación no tiene precedente alguno en la historia, lo que la hace única.

La oferta en el mercado se vuelve cada vez más amplia, por lo que ahora los deseos son mayores, al menos los deseos relativos a la obtención de alguna mercancía; las

⁵⁸ –Yo quiero escribir sobre todas las paredes esta eterna acusación contra el cristianismo, allí donde haya paredes; yo poseo una escritura que hace ver aún a los ciegos... Yo llamo al cristianismo la única gran maldición, la única gran corrupción interior, el único gran instinto de venganza, para el cual ningún medio es bastante venenoso, oculto, subterráneo, pequeño; yo la llamo la única inmortal vergüenza de la humanidad”. Friedrich, Nietzsche, *El anticristo*, Lea, Buenos Aires, 2002, p. 62.

⁵⁹ –Si las crisis de sentido subjetivas e intersubjetivas ocurren en forma masiva en una sociedad, de tal manera que llegan a transformarse en un problema social generalizado, entonces no debemos buscar las causas en el sujeto mismo, ni tampoco en la supuesta intersubjetividad de la existencia humana. Más bien lo más probable es que dichas causas se encuentren en la propia estructura social”. Peter, Berger, y Thomas, Luckmann, *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Barcelona, Paidós, 1997, p.50.

⁶⁰ Esta idea de malestar social bien puede ser entendida a partir de la explicación que Berger y Luckman nos han ofrecido en un trabajo como: *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, respecto de la –crisis de sentido”, en donde vemos como a partir del siglo XX hemos construido una sociedad con características fugaces gracias a nuestros desmedidos niveles de producción, los cuales resultan ser opuestos a nuestras leyes y reglamentaciones, ocasionando de esta manera un profundo malestar social.

mercancías son el centro de la adoración social, es decir, terminan por ser el universo de las personas, es ahí donde está el principio del fetichismo, lo que significa, el mundo sensible remplazado por imágenes⁶¹

Se trata de un mundo donde la gran mayoría de las personas pretenden ser parte del intercambio simbólico que hay en todo el mundo, lo que se constata en una sociedad que antes que ciudadanos tiene consumidores, pues son ellos los que adoptan esta satisfacción simbólica que sólo el objeto puede dar. De esta forma las personas están interesadas en obtener un significante que los re-presente y los reafirme ante la sociedad, ése es en realidad el gran malestar de nuestra sociedad hoy día, pues al ser parte del intercambio simbólico el sujeto intercambia su ser, con lo cual se completa para Lacan una castración, o lo que es lo mismo, una alienación en términos de Marx. Por lo que el sujeto tal y como nos lo dice Zizek termina reducido a ser una mercancía de compra y venta sujeta al mercado:

... la castración es simbólica: por medio de ella, el sujeto intercambia su ser (un objeto) por un lugar en el intercambio simbólico, por un significante que lo represente. Concebida de este modo, la castración es estrictamente homologa la alienación, no sólo en el sentido lacaniano de alienación en el orden del significante sino también en el marxista, de la que corresponde al status de un proletario. Este es privado del núcleo mismo de su ser, de su productividad, de la plusvalía originada en ésta (Lacan modeló el término plus de jouir, plus de gozar, según la plusvalía marxista), y a cambio de ello, ¿qué recibe? El mismo se ve reducido a fuerza de trabajo, un objeto-mercancía intercambiable que puede comprarse en el mercado⁶².

Este fetichismo de la mercancía, es también un fetichismo de las imágenes trae consigo un feroz hiperindividualismo, pues insertos dentro de una sociedad determinada

⁶¹ –Este es el principio del fetichismo de la mercancía, la dominación de la sociedad por "cosas suprasensibles aunque sensibles" que se cumple de modo absoluto en el espectáculo, donde el mundo sensible se encuentra reemplazado por una selección de imágenes que existe por encima de él y que al mismo tiempo se ha hecho reconocer como lo sensible por excelencia". Guy, Debord, *op. cit.* pp. 51-52.

⁶² Slavoj, Zizek, *Goza tu síntoma. Jacques Lacan dentro y fuera de Hollywood*, Buenos Aires, Nueva visión, 1994, p.207.

por el consumo y la competencia; el individualismo se erige como un factor ineludible para la base de nuestras sociedades, sociedades que como se ha dicho, se encuentran atrapadas en un profundo malestar. Y es así que después de 1968, la igualdad como el sinónimo de movilización y reclamo se han ido desvaneciendo, en sustitución por los imperativos del mercado, el cual trae consigo la exigencia a la individualidad⁶³.

Las demandas sociales han renunciado a las generalidades, porque todo proyecto a gran escala pareciera ser que está destinado al fracaso, atravesando así por un fuerte desencanto, la desilusión de la vida misma en sociedad, la decepción de la vida dentro de la sociedad es tan grande que la gente prefiere sumirse en sí misma, pues aceptar los riesgos que implica la construcción de una sociedad mejor, de una sociedad digna que garantice la seguridad y una vida mejor en general, tal parece que es una pérdida de tiempo, entonces las personas se habrán de desentender de la propia sociedad, desentendiéndose así de los problemas que con ella vienen; tan sólo pensemos que con el siglo XX da inicio la crisis ambientalista, los problemas son tantos y tan graves que hemos puesto en peligro nuestro propio espacio de existencia, ya que los resultados de nuestros actos, productos de una cultura criminal⁶⁴, son capaces de modificar nuestro propio hábitat⁶⁵.

⁶³ –El Mayo del 68, la pasión individualista escribía en las paredes –prohibido prohibir”, y pretendía cambiar el mundo y la vida. Hoy día, ha sentado la cabeza y se ha –responsabilizado”, limitándose a pedir –deja en paz a mi facultad” o –esto, jamás”, se ha desprendido de la gran utopía y rechaza toda perspectiva política, toda afiliación a un partido y toda visión general del mundo. Las movilizaciones tienen objetivos concretos, identificables y posibles a corto plazo, y, se diga lo que se diga, se han puesto en movimiento menos por un ideal abstracto de igualdad que en razón de la reivindicación de autonomía individual y de la *inquietud personal*”. Gilles, Lipovetsky, *op. cit.*, pp. 317-318.

⁶⁴ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.1.1, –*El problema de la economía simbólica*”, p. 143.

⁶⁵ –PREGUNTA.– Los últimos informes del panel de la ONU sobre el cambio climático son realmente alarmantes. ¿Es la situación tan dramática como la pintan? RESPUESTA.– El cambio climático es probablemente la amenaza más grave a la que se enfrenta la Humanidad en este siglo. Desde luego, es la amenaza ambiental más importante porque es un problema global, que forma parte de un proceso de agotamiento de recursos naturales y una acumulación de desechos de nuestras actividades. Se trata de un problema que ya tenemos encima, y un síntoma del potencial que tiene la Humanidad para modificar toda la

Caemos así en una encrucijada de la que hasta ahora no hemos podido encontrar salida alguna, esto por pensar que se trata sólo de una exageración de tintes apocalípticos, como si este fenómeno de la crisis ambientalista estuviera envuelto por los efectos de este hiperindividualismo feroz en el que hemos entrado. Por lo que esto se vuelve tan patético que de serlo más parecería haber sido tomado de algún argumento de tipo Hollywoodense⁶⁶, pero no es así, y lo patético a lo que hago alusión es tan real que se ha llegado a pensar que sólo puede ocurrir en las películas de ciencia ficción mostrando así lo irónico de nuestras relaciones en sociedad dentro de este momento de la videosfera. Este periodo de la historia se ha vuelto tan escalofriante y real que hemos preferido desentendernos de todo ello, haciendo a un lado toda clase de conciencia, para así mejor echar un vistazo a la pantalla.

Entre nosotros y las imágenes se erige un intermediario, la pantalla, una estructura de base digital y de características virtuales, por lo la pantalla se instituye como la nueva ventana donde vemos al mundo, un mundo que al ser intermediado por dicha pantalla, se enfrenta al problema de los acontecimientos y sus límites hacia la re-presentación, combinándose así, con el problema de la realidad. En este nuevo régimen de la imagen, la

superficie del planeta”. Molina Mario, “Ya existen las tecnologías para frenar el cambio climático”, en *elmundo.com*, 2008. URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/25/ciencia/1182764934.html>. revisado el 04 de julio de 2009.

⁶⁶ -P.- Sin embargo, quizás a nivel popular el oscarizado documental de Al Gore, *Una verdad incómoda*, y no digamos ya productos cinematográficos hollywoodienses como *El día de mañana*, han presentado un panorama exageradamente apocalíptico, ¿no le parece? R.- Bueno, hay que distinguir entre películas concebidas sólo para entretener a la gente, y un documental como el de Al Gore, que ha contado con el asesoramiento de la comunidad científica. Es cierto que en algunos puntos exagera, pero por lo general presenta una visión consensuada por los expertos. Mi propio punto de vista, y creo que también el de Al Gore, no es apocalíptico. Es decir, no estamos hablando de que la civilización vaya a acabarse o que el cambio climático arrase con nuestra especie de un día para otro. Pero eso no quiere decir que los problemas a los que nos enfrentamos no sean muy serios. Las visiones apocalípticas pueden ser una excusa para no actuar, y no las comparto. Lo que necesitamos es tomar conciencia de que estamos ante un problema con consecuencias muy serias para buena parte de la Humanidad”. *Ídem*.

realidad se ha bifurcado exponencialmente. Con los acontecimientos de 1968 nos desplazamos a la segunda mitad del siglo XX, donde tiene inicio este hiperindividualizado⁶⁷ en el cual cada imagen es una posible forma de ver la realidad que está íntimamente relacionada con un cambio en la manera de estar en sociedad.

La crisis de confianza, trae como resultado el adelgazamiento del modelo institucional, no trato de decir con esto que hoy en día la sociedad haya abandonado por completo el modelo institucional, sino que a medida que ha transcurrido el tiempo las personas han dejado de delegar su confianza en las instituciones, desatando con esto un fuerte proceso de despoltización⁶⁸, por lo que ahora únicamente parece tener sentido la persona misma, generando así este hiperindividualismo del que hemos venido hablando y que se acompaña de un hiperconsumo fomentado por el trajín de la imagen, que para nuestro momento histórico tiende a ser de tipo virtual.

De esta manera, los ciudadanos desaparecen para entonces ser sustituidos por los consumidores, los cuales están envueltos por una seducción infinita⁶⁹, y con lo que se

⁶⁷ –El proceso de personalización procede de una perspectiva comparativa e histórica, designa la línea directriz, el sentido de lo nuevo, el tipo de organización y de control social que nos arranca del orden disciplinario-revolucionario-convencional que prevaleció hasta los años cincuenta. Ruptura con la fase inaugural de las sociedades modernas, democráticas-disciplinarias, universalistas-rigoristas, ideológicas-coercitivas, tal es el sentido del proceso de personalización cuya asimilación a una estrategia de recambio del capital, aunque tenga aspecto humano, resulta absolutamente limitada”. Gilles, Lipovetsky, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 2002, p. 6.

⁶⁸ –Después de la agitación política y cultural de los años sesenta, que podía verse aún como una inversión masiva de los asuntos públicos sobreviene un abandono generalizado que de una manera ostensible se extiende por lo social, cuyo corolario es el reflujo de los intereses en preocupaciones puramente personales, independientemente de la crisis económica. La despoltización y la desindicalización adquieren proporciones jamás alcanzadas, la esperanza revolucionaria y la protesta estudiantil han desaparecido, se agota la contracultura, raras son las causas capaces de galvanizar a largo tiempo las energías”. *Ibid.*, pp. 50-51.

⁶⁹ –Se ha definido la sociedad postindustrial como una sociedad de servicios, pero de manera todavía más directa, es el auto –servicio lo que pulveriza radicalmente la antigua presión disciplinaria y no mediante las fuerzas de la Revolución sino por las olas radiantes de la seducción– Lejos de circunscribirse a las relaciones interpersonales, la seducción se ha convertido en el proceso general que tiende a regular el consumo, las organizaciones, la información, la educación, las costumbres. La vida de las sociedades contemporáneas está

levanta un narcisismo como el agente rector de los espacios sociales, los cuales se encuentran bajo el influjo del mercado que a su vez introduce el infinito campo de la imagen virtual, la misma que se acompaña de la publicidad como herramienta de diseño e idealización.

Con la videosfera da inicio entonces la era de la preeminencia por lo virtual, lo que ocasiona una sociedad bajo la influencia del simulacro, situación que significa toda una fatalidad, la fatalidad de un sujeto indeterminado tal y como lo explica Juan Pablo Cordoba en su tesis de maestría al analizar el pensamiento político en Baudrillard⁷⁰.

Entramos de esta manera a un momento en donde lo virtual es catapultado por un desarrollo tecnológico de gran envergadura y que se convierte entonces en la forma en cómo se percibe ahora la imagen⁷¹. Y es que, después de la irrupción ocurrida a efectos de la Revolución Cultural de 1968, el objeto de culto de la imagen, a diferencia del santo y lo bello para la logosfera y la grafosfera respectivamente, está dado ahora por medio de lo nuevo, lo novedoso entonces se vuelve la nueva obsesión de nuestra sociedad, lo cual se refleja en el comportamiento de las personas, un comportamiento que se inclina de manera más acentuada hacia el consumo, debido a que es en lo económico el ambiente donde se mueve esta nueva modalidad de la imagen, siendo el mercado la base por donde se llevaban a cabo sus intercambios; así los intercambios de esta imagen virtual dentro de la estructura

dirigida desde ahora por una nueva estrategia que desbanca la primacía de las relaciones de producción en beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción". *Ibid.*, p. 17.

⁷⁰ Vid, Cordoba Elias, Juan Pablo, *La elipse del poder: lectura del ensayo político en Jean Baudrillard (Tesis de maestría)*, Ciudad de México, UNAM, 1993.

⁷¹ –El inicio de la videosfera se sitúa en torno a 1968. Este año, en los Juegos Olímpicos de Grenoble, se ensayó y lanzó en Francia la retransmisión hertziana de las imágenes en color, mientras que la alta definición lo fue en 1992 en los Juegos Olímpicos de Albertville. La segunda sigue el movimiento, pero la primera nos parece natural, sin por ello obligarla a marcar un corte". Regis, Debray, *op. cit.*, pp. 224.

de mercado son ahora mucho más veloces que en el pasado (logosfera y grafosfera) pudiendo decirse que la imagen virtual tiene como características inseparables un fuerte grado de omnipotencia y omnipresencia. Es omnipotente debido a su acentuada inclinación hacia lo económico, y por lo tanto hacia el consumo, un consumo apropiado de un diseño fuerte y seductor⁷². Y es omnipresente gracias a su fijación con la velocidad, hablamos de una rapidez que sólo es comparable a la de la luz, son nada menos que 300.000 K/s la rapidez con la que transita en el mundo, por lo cual tiene la velocidad que ningún Dios ha tenido antes, pero sobre todo, tiene la seducción que ni el propio Jesucristo llegó a concebir, pues Jesucristo difundía la verdad de la salvación de la humanidad, mientras que el diseño seductor de la imagen virtual es capaz de cambiarle el sentido a las cosas para de esta manera apartarlas de su verdad, y consolidar así el simulacro⁷³.

Con la videosfera la sociedad se hace oír, mejor dicho se hace ver (recordando que en la videosfera lo que se ve es lo que existe) por medio de la pantalla, por lo que entonces el fundamento de su existencia corre a cargo de la influencia de los *mass media* y del mercado, particularmente los centros comerciales; ya que son ellos los que difunden un mar de espectros, una inmensidad de fantasmas, es decir, una pantalla que convierte nuestra

⁷² –Estética industrial, diseño, desde este momento el mundo de los objetos se halla bajo la férula del estilismo y el imperativo de la magia de las apariencias. El paso decisivo en este avance se remonta a los años de 1920-1930, cuando tras la gran depresión los EE.UU., los industriales descubrieron el papel primordial que el aspecto exterior de los bienes de consumo podía representar en el aumento de las ventas: *good design, good business*. Paulatinamente se ha impuesto el principio de estudiar estéticamente la línea y la presentación de los productos de gran serie, de embellecer y armonizar las formas, de seducir la vista conforme al celebre eslogan de R. Loewy: ‘La fealdad se vende mal’.” *Ibid.*, p. 185.

⁷³ La seducción es lo que sustrae al discurso su sentido y lo aparta de su verdad. Sería lo inverso de la distinción psicoanalítica entre el discurso manifiesto y el discurso latente. Pues el discurso latente desvía el discurso manifiesto no de su verdad, sino hacia su verdad. Le hace decir lo que no quería decir, le hace traslucir las determinaciones y las indeterminaciones profundas. Jean, Baudrillard, *De la seducción, op. cit.*, p. 55.

percepción en un mosaico y que es inaugurada por cuenta de la imagen televisiva⁷⁴, la cual estrena el emblema característico de este nuevo régimen de la imagen, en donde se inaugura un tipo sociedad, la cual fomenta un desmedido fenómeno de la ilusión de la imagen tal y como McLuhan astutamente comprendió⁷⁵.

Ilusión de la imagen, ilusión de lo real, es como si todo lo que viéramos ahora, estuviera plagado de una atmosfera de incertidumbre, donde lo ficticio y la desaparición de todo límite es lo que alimenta dicha incertidumbre, y con la cual es posible caracterizar este nuevo tipo de sociedad. Una sociedad circunscrita entonces en un completo *reality-show*, donde tiene lugar un vertiginoso fluir de imágenes virtuales que en su conjunto se nos presentan como una pantalla, como un simulacro capaz de fraccionar lo real tal y como apunta Debray:

Al ficcionar lo real y materializar nuestras ficciones, tendiendo a confundir drama y docudrama, accidente real y reality show, la televisión pasa una vez más de la tesis a la antítesis, “de la ventana abierta al mundo”, al “muro de imágenes”, de la música al ruido, y viceversa. Y esa imprevisible oscilación es tal vez su verdad última. Factor de certidumbre e incertidumbre, *súmmum* de transparencia y colmo de ceguera, fabulosa máquina de informar y desinformar, es en la naturaleza de esa máquina de ver, donde se hace bascular a sus operadores de la mayor

⁷⁴ “En nuestras sociedades industriales modernas, el objeto es rara vez un puro fetiche, en general, el imperativo técnico de funcionamiento se impone. Hay que manifestar objetos en marcha, o que sirvan para algo. No tanto como razón objetiva que como mana suplementario: sino funciona el objeto pierde su potencial de prestigio. El valor de uso es todavía en el fondo una coartada al valor de cambio signo. Es preciso que sea de utilidad: la rentabilidad es un imperativo moral, no una función económica. Así, lógicamente en las mismas categorías sociales en las que el objeto-tv está sacralizado como tal, al margen de su función de comunicación, es en las que se practica la visión sistemática y no selectiva. Se ve la tele todas las noches, se siguen las emisiones diversas y sucesivas del principio al fin. En defecto de una economía racional del objeto, el televidente se somete deliberadamente a una norma económica, formal e irracional: el tiempo de uso absoluto. La pasividad aparente de las largas horas de visión oculta, pues, de hecho una paciencia laboriosa”. Jean, Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI, 2005, pp. 40-41.

⁷⁵ No podríamos mencionar un ejemplo más extremado de esta ilusión de nuestra imagen actual de la televisión como una variación corriente sobre el modelo mecánico, cinematográfico, de tratar la experiencia por percepción. De aquí a pocos decenios será fácil describir la revolución en la percepción y en la motivación humana que se producirá como consecuencia de la contemplación de la nueva red en mosaico que es la imagen televisiva. Hoy es fútil en absoluto discutirla. Mc Luhan, Marshall, *La galaxia Gutenberg*, México, Artemisa, 1985, p. 321.

credibilidad al mayor descrédito en un instante, como a nosotros, los telespectadores, del arrobamiento al hastío⁷⁶.

Esta nueva sociedad está embestida por un constante fluir de información que llevado al grado extremo se vislumbra como demencial, dado que el momento histórico en el que nos encontramos es influido por una amplia gama de tecnologías virtuales, las cuales un gran número se concentran alrededor del fenómeno de Internet⁷⁷. La red de redes, la que algunos conocen como la octava maravilla del mundo, y en lo cual esta nueva sociedad ha comenzado a tejer buena parte de sus cimientos, donde especialistas en el tema como Castells, nos hablan de un tipo de cultura caracterizada en gran medida por los negocios, los cuales se apoyan estrechamente en la publicidad, y por un tipo de relación muy íntima con el mundo de las finanzas, pues tal parece que en dicha relación se encuentra el futuro de nuestras sociedades⁷⁸.

Sucede que los referentes de credibilidad en esta sociedad se borran debido a que todo lo que hay son flujos de información que son elevados a niveles exponenciales de acuerdo a los propios intereses de los *mass media*, con lo cual somos rehenes de la información tal y como sostiene Baudrillard⁷⁹.

De esta manera, la sociedad es dominada por los *mass media*, encontrando en el Internet una herramienta que pone en lo virtual un énfasis más grande que el que la TV había puesto. Y como es sabido los *media* representan a su vez los intereses de las

⁷⁶ Régis, Debray, *op. cit.*, pp. 297, 298.

⁷⁷ *Supra*, Capítulo II, Subtema 2.2.2 –*El Internet y lo virtual*”, p 112.

⁷⁸ —[.]. Los emprendedores de Internet venden el futuro porque están convencidos de que lo van a hacer ellos. Se basan en su *know-how* tecnológico para crear productos y procesos que les permitan conquistar el mercado. Así. Lo más importante de entrada es convencer a los mercados financieros de que el futuro está en esa empresa y tratar de vender esa tecnología a los usuarios -por todos los medios- haciendo así que se cumpla dicha predicción. La estrategia consiste en cambiar el mundo mediante la tecnología y recibir a cambio una recompensa de dinero y poder, a través de los mercados financieros”. Manuel, Castells, *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janés, 2001, p. 73.

⁷⁹ *Vid*, Jean, Baudrillard, *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Barcelona, Anagrama, 1991.

poderosas elites económicas, las cuales cada vez son más cerradas y reducidas, debido a que las eminentes irregularidades de la economía global han afectado hasta los grupos que parecían intocables ante las sacudidas de la economía.

La economía a escala global muestra signos de fuerte debilitamiento, por ello que los *mass media* resultan tan importantes, ya que son ellos los que en gran medida están guiando el rumbo de la sociedad, en otras palabras, son ellos quienes influyen sobre aquello que se ve, y aquello que no, por ello es que el debilitamiento de nuestro sistema económico no termina por conocerse, pues hay una poderosa pantalla que impone una única escena; por lo cual se dificulta apreciar las contradicciones y los errores de nuestro sistema económico, el mismo que hoy se nos presenta a través de una “economía de deuda” en donde están coludidos tanto los paraísos fiscales como los bancos más importantes del mundo, además de los políticos que dicen defender la democracia, pero que en realidad esto no ha sido así⁸⁰.

Nos encontramos en una sociedad con un tránsito continuo de información que al rebasar todo límite se desborda de cualquier cálculo racional, abandonando así su sentido informativo para constituirse entonces como una gran máquina de desinformación. Pudiendo decir que esta sociedad es la continuidad de la sociedad del espectáculo, y así mismo continuidad de esta destrucción vista a través del goce de una nueva estética, la cual

⁸⁰ —En la “nueva economía de deudas”, sustentada por los ominosos *hedge funds* (fondos de cobertura de riesgo) de “contabilidad invisible” en los “paraísos fiscales”, el universo privilegiado del mayor banco de inversiones del mundo, Goldman Sachs, los ciudadanos resultan inesperadamente quebrados, además de despedidos de sus empleos, pese a que aportan sus participativos ahorros, colocados en los bancos centrales del G-7 y que sirven discrecional y unilateralmente para rescatar a los insolventes bancos y banqueros: el “síndrome Fobaproa/IPAB global”, que epitomiza en México el “amigo de Zedillo y Fox”, el tuxpeño Roberto Hernández Ramírez, quien vendió a Citigroup —subbanco”, quebrado y sin pagar impuestos. Alfredo, Jalife, —La quiebra de Citygroup, el mayor banco del mundo”, en [rebellion.org](http://www.rebellion.org), 2008. URL <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=58722>, revisado el 05 de Julio de 2009.

es frívola e ilusoria y que atenta en contra del propio desarrollo humano tal y como afirma Walter Benjamin: *—La humanidad se ha convertido ahora en un espectáculo de sí mismo. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético⁸¹—*. Por tanto, nuestro espacio social se ve saturado de imágenes virtuales que se acompañan de diseños completamente suntuosos y seductores adheridos a una poderosa estructura de mercado. Se trata de una sociedad en donde todo está sujeto a ser una probable moda que envuelve de apariencias a sus consumidores. Hablamos de un espacio donde lo político no tienen lugar pues su lugar es tomado por una economía de mercado vapuleada por una gran cantidad de errores donde la corriente neoliberal más que una corriente ideológica, es una moda, y donde el riesgo del enfrentamiento siempre está latente tal y como señala Lipovetsky:

La actual corriente neoliberal es más una moda que un estricto credo ideológico, seduce más la atracción por lo nuevo y la imagen de lo *—privado—* que el programa político liberal. Como toda moda, ésta segregará su antítesis, y sin ninguna duda, en el lapso indeterminado del tiempo, vendrá una nueva ventolera de locura para el Estado y la racionalidad de lo Universal, habrá nuevas oleadas de contestación, más o menos agresiva, y utopías románticas en guerra con el mundo del dinero, de la jerarquía y del trabajo⁸².

De esta manera podemos ver que en éste, nuestro régimen actual de la imagen, al que Debray denomina como videosfera, se inscribe una sociedad en la cual el tráfico de la información se ha elevado a niveles tan grandes que el riesgo de la desinformación está de manifiesto a cada momento. La circulación de esta información/desinformación las más de las veces es por medio de una pantalla, que como ya he dicho es de base digital y de características⁸³ virtuales, por lo cual, se trata de toda una maquinaria que se aloja en los

⁸¹ Walter, Benjamin, *op. cit.*, p. 96.

⁸² Gilles, Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, *op. cit.*, pp. 283- 284.

⁸³ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.2.2 *—El efecto iPod—*, p. 171.

mass media y que trabaja por medio de las imágenes virtuales y que es definitoria en aquello que Baudrillard entendía por simulacro.

Por lo anterior, pensemos en la posibilidad de que a partir de 1968 se ha dibujado un momento de inflexión histórica, el cual es diferente al resto de las anteriores ocurridas en el largo trayecto de nuestra historia. Por lo que con este trabajo nos damos a la búsqueda de elementos que nos permitan pensar en esta inflexión no como producto de una de las tantas crisis por las que ha atravesado el sistema capitalista y la modernidad misma, ya que desde mi punto de vista esta inflexión habrá de provocar una transformación total en la civilización, una metamorfosis⁸⁴ que habrá de cambiar la forma actual de vivir en sociedad, por una forma líquida en donde el engaño de la re-presentación de los objetos es una constante.

Y la videosfera es en mi opinión una gran evidencia para poder hablar de la metamorfosis en la sociedad, una sociedad que ante todo está influenciada por el fenómeno de lo visual y que ha construido un simulacro donde el fenómeno de lo virtual se constituye como su columna vertebral.

Una vez expuesto lo anterior, daré ahora cuenta de la descripción del fenómeno de la televisión y el significado de la coyuntura de 1968, esto con el afán de elaborar un análisis a profundidad de la manera en cómo la pantalla (este entramado de tecnologías mediáticas), tiene su origen; y de esta forma cómo es que tiene lugar la consolidación del simulacro y por consiguiente este desmedido tránsito de imágenes virtuales. Todo esto en el propio seno del nacimiento de un nuevo tipo de sociedad. Siendo este momento de gran importancia

⁸⁴*Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.2 *—La metamorfosis de la sociedad—*, p 190.

para los objetivos de mi investigación, ya que para Baudrillard la televisión es el prototipo de la simulación, en ella se encuentra la base de un conjunto de estructuras simbólicas que devienen en el simulacro de lo social y por lo tanto en el nacimiento de la Sociedad Visual.

1.3. La Trascendencia de 1968

Lo característico de 1968 no sólo apunta hacia el tránsito de un momento histórico a otro, sino que es a partir de esta fecha tan significativa en donde se inicia un fuerte declive de la sociedad occidental reflejado principalmente en la idea de sociedad industrial avanzada de Marcuse, por lo que da inicio así una ruptura histórica que se puede entender en términos de inflexión⁸⁵.

Esta inflexión se explica a partir de la existencia de la curva negativa del capitalismo que encuentra para 1968 su punto más crítico, dado que desde un cierto punto de vista, los reclamos expresados por la sociedad hacen ver las contradicciones e incongruencias de la política y de la economía, lo que al final del día en gran medida pone en tela de juicio el papel del sistema capitalista, el cual no cae, sino que se agudizan las críticas hacia éste, con lo que se pone en tela de juicio su correcto funcionamiento, aunque desde el punto de vista de Baudrillard el problema va orientado al fenómeno de la producción, el fin de la producción es para nuestro autor lo que pone en crisis al capitalismo, pues el fin de la producción está dado en el dominio de la reproducción:

La primera onda de choque de este paso de la producción a la pura y simple reproducción fue Mayo del 68. Primero alcanzó a la Universidad, empezando por las Facultades de ciencias humanas, porque fue allí donde se hizo más evidente (incluso sin una conciencia política clara) que *no se producía ya nada*, y que no

⁸⁵ —La historia supone una continuidad, un principio de explicación. En cambio, lo que ocurre puede hacerse en contra de la historia, en contra de la política. El 68 me pareció una discontinuidad de ese tipo, y en dicho sentido un acontecimiento anunciador. A partir de entonces, todo se ha constituido, realmente un acontecimiento se ha forjado en contra de la política y en contra de la historia”. Jean, Baudrillard, *El paroxista indiferente*, op. cit. p.43.

se hacía más que reproducir (docentes, saber y cultura, todos ellos factores de reproducción del sistema general). Es esto, vivido como inutilidad total, irresponsabilidad (Para qué los sociólogos) relegación lo que fomentó el movimiento estudiantil del 68 (y no la ausencia de salidas --salidas hay siempre suficientes *en la reproducción*--, lo que no existe ya no son lugares, espacios donde *se produzca* verdaderamente algo). Esta onda de choque continúa corriendo. No puede sino propagarse hasta las extremidades del sistema, a medida que sectores enteros de la sociedad vayan cayendo del rango de *fuerzas productivas* al puro y simple estatuto de *fuerzas reproductivas*. Si este proceso ha llegado primero a los sectores de la cultura, del saber, de la justicia, de la familia, es decir, los sectores llamados superestructurales, está claro que hoy va afectando progresivamente a todo el sector llamado infraestructural⁸⁶.

Ahora bien, de regreso al fenómeno de la imagen, debemos entender que a medida que la videosfera va ganado terreno, nuestra manera de ver al mundo, y todo lo que ahí se inscribe habrá de cambiar de manera drástica. Como ya hemos dicho, la videosfera es producto de dos regímenes anteriores, no obstante van a ser los adelantos tecnológicos los que le den a este momento histórico su sello particular, el sello de la reproducción.

Por tanto la Revolución Industrial es el componente de peso que brinda en parte las características de nuestro actual régimen, se trata así de una maduración por el que va transcurriendo dicha revolución, ya que al transitar de una primera etapa, donde el uso de la máquina de vapor es el factor principal, a una segunda, donde la máquina eléctrica se convierte en el emblema de gran renombre, se abre así la posibilidad a un desarrollo cada vez más acelerado de las tecnologías, por lo que para 1968 en manos de la televisión inicia la gran base que da pie hoy a la idea de reproducción de Baudrillard, la cual se asocia con esa otra idea del simulacro.

De esta manera es Mayo del 68 sin lugar a dudas un hito en la historia contemporánea de la sociedad occidental, se trata de un momento histórico que si bien no fue abordado de manera puntual por el autor, sí responde a consideraciones claves en relación a su pensamiento, particularmente en el paso de la producción a la reproducción, la

⁸⁶ Jean, Baudrillard, *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas, Monte avila editores, 1993, p.39.

reproducción que se sostiene a partir del orden simbólico y por lo cual tiene una estrecha relación con el simulacro.

1.3.1. El significado de 1968 en la teoría de Baudrillard

Como ya se ha dicho, la importancia de 1968 radica en que a partir de ahí la sociedad capitalista toca su punto más bajo⁸⁷, por lo que luego de este momento la sociedad occidental entra en un momento de declive, siendo así, he planteado que es a partir de ahí donde nace la Sociedad Visual, ya que es Mayo del 68 donde se inaugura el proceso de la “ausencia en la apariencia”, se da así un proceso de inflexión histórico en donde Baudrillard ubica el inicio del fin de lo político, y de lo histórico:

Nietzsche se pelea con la muerte de Dios, nosotros sólo nos ocupamos de la desaparición de lo político, de la historia. Esta desaparición puede adoptar una forma patética (Mayo del 68) pero sin duda fue la última vez. El mayo del 68 inaugura un largo proceso sin acontecimientos. Por eso quienes no lo vieron jamás comprenderán lo que hoy sucede en forma diluida, así como aquellos que no vieron la muerte de Dios no pueden entender nada de la convalecencia de los valores⁸⁸.

El Mayo del 68 es entonces el inicio de lo que se puede entender como una metamorfosis social, dado que es a partir de ahí donde inicia una nueva serie de complicaciones en relación a un cambio social que favorezcan a la propia sociedad, y no obstante, considero que dicha metamorfosis puede llevar mucho tiempo, en palabras de Fernand Braudel puede tratarse de un proceso de mediana o incluso de larga duración⁸⁹.

Bien entonces, es a partir de este momento que ubico el fenómeno del simulacro de una

⁸⁷ “Crisis general o civilizatoria del capitalismo, que habiendo comenzado precisamente con la revolución cultural del 1968 y con la crisis económica mundial de 1972-73, se ha ido desplegando a lo largo de las tres últimas décadas que, no por casualidad, coinciden con el supuesto periodo que abarca también la “globalización”. Eliminando entonces la visión tersa y sin conflictos que propone ese concepto de “globalización”, la mirada crítica presta en cambio atención a todas esas mutaciones civilizatorias de los últimos seis lustros, que en su conjunto, lejos de aparecer como una etapa nueva y promisoría del capitalismo, parecen más bien estar anunciando ya su crisis terminal definitiva, y su entrada evidente dentro de una *clara situación de transición histórica global*”. Carlos Antonio, Aguirre Rojas, *op. cit.*, p 16.

⁸⁸ Jean, Baudrillard, *Cool Memories*, *op. cit.*, p. 159.

⁸⁹ *Vid*, Fernand, Braudel, *op. cit.*, pp. 63-64.

manera más evidente, por lo anterior esta nueva sociedad no puede ser entendida separada del simulacro, y es precisamente el fenómeno del simulacro lo que posibilita este gran cambio en la sociedad, es decir, esta metamorfosis, la cual se acompaña de una inflexión histórica en donde es posible ver más cambios que continuidades.

Y como nos dice Paul Hegarty el grave problema de mayo del 68 fue el hecho de no poder revertir el orden simbólico, ya que en cierta medida fueron reabsorbidos por el orden visual que corría a cargo de la televisión, un orden que tomaba fuerza por medio de la reproducción acelerada de sus contenidos, los cuales se traducían en un tipo de ideología, la cual hoy vemos en su fase extrema y que obedece al nombre de consumismo. Por lo que el Mayo del 68 delata su fracaso al no poder construir una alternativa al orden simbólico, de esta forma Baudrillard señala una debilidad para llegar a un cambio social:

May 1968 witnessed some possible variants on the restoration of the symbolic, but often not in the guise of what were termed symbolic acts: for example, talking over the media, because the circuits of communication were not disrupted in their form. In this case it was still clear who was the sender of the message. This is the problem with the medium become message: not that it transmits ideology, but that its form is ideological. The diffusion of symbolic acts on the television became their conformation, their reproducibility their medium because they just used a tool complicit in the dissemination of the exchange values of consumer society, and as a result the symbolic aspect vanished. Genuinely symbolic acts of May 1968 were such things as graffiti, street encounters, immediate inscription, although this seems weak in terms of Baudrillard's own argument, or as a means of bringing social change, which he later comes to reorganize⁹⁰

⁹⁰ -Mayo de 1968 fue testigo de algunas posibles variantes en la restauración de lo simbólico, pero a menudo no en la forma de lo que se denominó actos simbólicos: por ejemplo, hablando sobre los medios de comunicación, porque los circuitos de comunicación no fueron interrumpidos en su forma. En este caso aún estaba claro quién era el intermediario del mensaje. Este es el problema con -el medio es el mensaje-: no que se transmita la ideología, sino que su forma es ideológica. La difusión de los actos simbólicos de la televisión se convirtió en su conformación, la reproducibilidad de su medio, ya que acaban de utilizar una herramienta de complicidad en la difusión de los valores de cambio de la sociedad de consumo, y como resultado el aspecto simbólico desapareció. Realmente los actos simbólicos de mayo de 1968 eran cosas como el graffiti, los encuentros de la calle, la inscripción inmediata, aunque esto parece débil en términos de la propia argumentación de Baudrillard, o como significado de lograr el cambio social, que más tarde trata de reorganizar". (Traducción Pedro Jiménez Vivas) Hegarty, Paul, *Jean Baudrillard live theory*, Great Britain, MPG Books, 2005, p. 28.

De esta manera, la revolución cultural de 1968 en relación a lo simbólico podemos decir que fue un fracaso, pues a pesar de haber conseguido logros culturales, en lo que se refieren al mundo de lo visual no escapan al orden establecido por los símbolos, no son capaces de escapar al poder de las marcas.

Es así que se da un retroceso tanto en la propia sociedad como en las instituciones, porque a partir del 68 las dudas en torno a la propia idea de racionalidad irán aumentando, que como sabemos se trata de una idea que es de vital importancia para pensadores como Max Weber, el cual nos dice que la burocracia, gracias a su saber, tiende acrecentar su poder⁹¹, entonces la duda estriba en torno a la supuesta racionalidad con la que opera el Estado, dado que la manera en cómo se conduce éste en sociedad –siendo la burocracia su parte operativa–, escapa en buena medida a la idea de racionalidad weberiana.

Por su parte, la iglesia católica no ve en el individuo un elemento de importancia, lo que se vuelve ya contradictorio a la modernidad, y en cambio sí ha visto en la penitencia su mejor arma de educación⁹², arma que hoy más que nunca puede ser puesta en duda, poniendo en duda así su propio desempeño en la sociedad.

⁹¹ –La administración burocrática significa: dominación gracias al *saber*: éste representa su carácter racional fundamental y específico. Mas allá de la situación de poder condicionada por el saber de la *especialidad* la burocracia (o el soberano que de ella se sirve) tiene la tendencia a acrecentar aún más su poder por medio del saber de *servicio*: conocimiento de hechos adquiridos por las relaciones del servicio o depositado en el expediente“. Max Weber, *Economía y Sociedad*, México, Fondo de cultura económica, 1982, p.500.

⁹² –El criterio de la Iglesia era, así, realista; para ella el individuo no constituye absolutamente una específica unidad que, además, pueda ser valorada desde un solo ángulo. Por el contrario, regularmente, la conducta humana resulta un tanto contradictoria, debido a la presión de motivaciones opuestas. La Iglesia, evidentemente, también conminaba al individuo a que tuviera como ideal la rotunda transformación de su vida; no obstante, esta imperativa orden estaba condicionada, para el término medio de los hombres, a una de las armas más poderosas de efectiva educación: el sacramento de la penitencia, que funcionaba en estrecha ligazón con la religiosidad católica en su más singular característica“. Max, Weber, *La ética protestante y el espíritu capitalista*, México, PREMIA Editora, 1991, p.68.

El Estado de derecho tal parece que no tiene la voluntad y la capacidad de responder a las demandas de la ciudadanía lo que lo sumerge en una profunda crisis donde el concepto mismo de “Estado” y “nación” se ponen en entre dicho⁹³.

Entonces a partir de 1968 que se comienzan a observar diferentes cambios, entre los cuales se aprecia el cambio de una identidad nacional y/o social a una identidad individual y/o minoritaria, esto a consecuencia de un deterioro de lo político⁹⁴; en donde vemos cómo las personas se han ido desentendiendo de su participación en sociedad, haciendo a un lado toda clase de conciencia social, para así mejor echar un vistazo a la pantalla, es decir, a la televisión, de ahí el fracaso de mayo del 68. Adentrarse al mundo de la televisión va a significar fuertes complicaciones en la sociedad, a tal grado que nuestro propio espacio social se verá afectado.

Segunda mitad del siglo XX y tiene lugar un importante cambio en la manera en cómo se mira, por lo cual las demás estructuras de la sociedad se ven afectadas, incluso con la posibilidad de ser transformadas, se trata de un cambio que no puede entenderse como mínimo, sino todo lo contrario, ya que posibilita la transformación de la propia manera de estar en sociedad. Y este cambio, que es de gran envergadura, bien puede descansar en los

⁹³ “Porque ha sido sin duda la modernidad capitalista, la que ha creado el ente “nación” y todo lo que gira en torno a él, desde las fronteras geográficas y los ejércitos defensores de la patria, hasta los Estados y los mercados nacionales, pasando por los mitos de la identidad nacional, las banderas, los héroes y las leyendas patrióticas, entre tantos otros signos de esta estructura de “nación”. Entonces, si es la modernidad la que crea a la nación, resulta también lógico que con la crisis global de esa modernidad, entran en crisis sus principales creaciones históricas, y junto con ellas el núcleo mismo de esta construcción de lo “nacional”” Carlos Antonio, Aguirre Rojas, *op. cit.*, p. 16.

⁹⁴ “Pues quizá la pérdida de vigor de estos Estados nacionales que señala la globalización, apunta a un proceso mucho más profundo, que aludiría en verdad a la crisis misma de lo estatal y hasta de lo político en cuenta tal. Una crisis quizá, de ciertas estructuras de larga duración como son el Estado mismo y el nivel de dimensión política de lo social, que parecen estar expresando cada vez más, la caducidad *definitiva y absoluta* de la política como actividad humana y social, la verdadera “muerte de la política” que Marx había ya anunciado claramente, en su libro Miseria de la filosofía, como una de las tendencias evidentes del capitalismo más actual, y como uno de los objetivos necesarios de la inminente eliminación histórica del capitalismo”. *Ibid.*, pp. 17-18.

propios alcances del simulacro; que tal y como lo describe Baudrillard, nos envuelve en una desaparición de lo real, de ahí la posibilidad de sustentarse este gran cambio a nivel social, pues lo interesante radica en que a medida que el desencanto social va ganando terreno, la necesidad o la urgencia por desentenderse de la realidad aumentan, incrementándose así las posibilidades de una ilusión perpetua, y que se ha dado para Baudrillard a partir de la superfusión entre lo ideal y lo real, algo que ha provocado el propio colmo de la realidad, un tipo de sobresaturación simbólica, agudizado por el fenómeno mediático, y que ha tenido lugar a partir del sobresalto de la técnica:

Vivimos en la ilusión de que lo real es lo que más falta, cuando ocurre lo contrario: la realidad ha llegado a su colmo. A fuerza de proezas técnicas, hemos alcanzado tal grado de realidad y de objetividad que podemos hablar incluso de un exceso de realidad que nos deja mucho más ansiosos y desconcertados que el defecto de realidad, que por lo menos podíamos compensar con la utopía y lo imaginario, mientras que para el exceso de realidad no existe compensación ni alternativa. No existe negación ni superación posibles, ya que estamos más allá. No existe energía negativa, procedente de la distorsión entre lo ideal y lo real -sólo una hiperreacción nacida de la superfusión de lo ideal y lo real, nacida de la positividad total de lo real⁹⁵.

De esta manera, el desarrollo de la técnica habrá de comenzar a colapsar la propia realidad, habiendo iniciado así un crimen que no es del todo perfecto, dado que este crimen en su ejercicio del desvanecimiento de la realidad, deja un rastro, una evidencia, la cual se entiende como una ilusión y es así, pues ante la pantalla, ante el simulacro, las propias evidencias de la realidad quedan al descubierto, es decir, tanto puede ser real lo que vemos en un canal como en otro, o como no lo puede ser, y esa sospecha, esa ilusión que ahí vemos hace que el crimen no sea perfecto, que no lo sea cuando menos aún.

Entonces a partir de 1968 tiene lugar el inicio de un modelo civilizatorio en donde la apreciación de la realidad ya no es del todo clara, ya que tanto capitalismo como

⁹⁵Baudrillard, Jean, *El crimen perfecto*, Barcelona, Anagrama, 2000, p.91.

modernidad entran al punto más crítico de su declive⁹⁶, lo que nos habla de un cambio sin precedente alguno.

Segunda mitad del siglo XX y conforme el tiempo va tomando su curso va teniendo lugar este fuerte hiperindividualizado⁹⁷ donde cada imagen es una posible forma de ver la realidad que está íntimamente relacionada con un cambio en la identidad de las personas y con la manera de estar en sociedad. Identidades cada vez más individualizadas promueven la dificultad de los grandes proyectos sociales, entonces la realidad cede terreno, quedando de manifiesto que el concepto de realidad se desgasta; para permitir así la entrada a las realidades, es decir, la saturación de lo simbólico, por lo que a partir del 68 habremos de vivir en los símbolos de lo real, y no, en lo real⁹⁸.

⁹⁶ –Después de cinco siglos de existencia, la modernidad capitalista parece por fin estar llegando al final de su ciclo de vida histórica general. Un ciclo de vida que, lejos de continuar ahora, con la nueva y transformadora etapa de la “globalización”, se acerca más bien a su terminación, con la crisis y la destrucción globales que ahora presenciamos. Trabajemos entonces activamente en términos intelectuales y también prácticos, para que el resultado futuro de la crisis actual sea, no la “mundialización” del injusto y desigual capitalismo “globalizado”, sino más bien el de su definitiva y absoluta superación real”. Carlos Antonio, Aguirre Rojas, *op. cit.*, p. 22.

⁹⁷ –El proceso de personalización procede de una perspectiva comparativa e histórica, designa la línea directriz, el sentido de lo nuevo, el tipo de organización y de control social que nos arranca del orden disciplinario-revolucionario-convencional que prevaleció hasta los años cincuenta. Ruptura con la fase inaugural de las sociedades modernas, democráticas-disciplinarias, universalistas-rigoristas, ideológicas-coercitivas, tal es el sentido del proceso de personalización cuya asimilación a una estrategia de recambio del capital, aunque tenga aspecto humano, resulta absolutamente limitada”. Gilles, Lipovetsky, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, *op. cit.*, p. 6.

⁹⁸ –Si la ciencia ficción respondió a lo imaginario en algún momento, hoy a lo que responde es a lo real, pero a lo real en términos de utopía, de objeto perdido. Ciencia ficción de la simulación, donde lo real es sustituido por los signos de lo real. Un ejemplo, *Truman Show*, true-man, el show del hombre verdadero, lo real convertido en espectáculo massmediático, tendríamos que reescribir a Guy Debord, ya no vivimos en la “sociedad del espectáculo” sino, en cambio, en la espectacularización de lo social”. Fabián, Gimenez Gatto, –De la socio-ficción a la ciencia ficción: Baudrillard y *The Matrix*”, en [henciclopedia.org](http://www.henciclopedia.org), 2008. URL: <http://www.henciclopedia.org/autores/FGimenez/Matrix.htm>, revisado el 03 de Diciembre de 2009.

Hablamos así de realidades virtuales, que están ancladas ante la lógica de un simulacro, el cual proyecta una realidad virtual⁹⁹ la cual es ampliamente tentadora, completamente sugerente, promoviendo así caer en las trampas de la ilusión a consecuencia de una realidad desgastada que desde la teoría de Baudrillard hay que entender como hiperrealidad, la cual desconoce la realidad social, la realidad colectiva, es decir, una realidad humana, una realidad socio-histórica. Cayendo así en el principio de reversibilidad¹⁰⁰ que ha señalado Baudrillard, y donde todo lo producido ha de ser destruido, donde el mundo antes de ser producido es ahora seducido, seducido por la pantalla, es decir, por el simulacro:

El principio de reversibilidad, el mismo de la magia y la seducción, se expresa en la obligación de que todo lo producido debe ser destruido, de que todo lo que aparece debe desaparecer. Hemos olvidado el arte de la desaparición (el arte a secas siempre ha sido una poderosa palanca de desaparición: poder de ilusión y de negación de lo real). Saturados por el modo de producción, debemos recuperar los caminos de una estética de la desaparición. La seducción forma parte de ellos: es lo que desvía, lo que aleja del camino, lo que hace ingresar lo real en el gran juego de los simulacros, lo que hace aparecer y desaparecer. Casi podría constituir el signo de una reversibilidad *original* de las cosas. Cabría defender que *antes de haber sido producido* el mundo ha sido seducido, que sólo existe, al igual que todas las cosas y nosotros mismos, por haber sido seducido¹⁰¹.

Baudrillard no es del todo claro al hablarnos del olvido de un arte de la desaparición, pues nos dice que el arte en sí mismo posibilita el ejercicio de la desaparición, una desaparición que se da por medio de la evasión de la realidad, entonces, al decir que estamos saturados por la producción (lo cual es completamente cierto) nos habla de un “deber” en cuanto la recuperación del camino de la seducción, como si este “deber” abriera la posibilidad de su elección misma, lo cual no puede ser así, ya que la seducción sí es

⁹⁹ “Ahora, lo virtual es lo que sustituye a lo real, es su solución final en la medida en que, a un tiempo, consume el mundo en su realidad definitiva y afirma su disolución”. Baudrillard, Jean, *Contraseñas. op. cit.*, p. 48.

¹⁰⁰ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.2 “La metamorfosis de la sociedad occidental”, p. 192.

¹⁰¹ Jean, Baudrillard, *El otro por sí mismo*, Barcelona, Anagrama, 1997, pp. 60-61.

verdad que oculta ciertas formas de su encanto, es decir, las desaparece ante la vista de los demás, también es cierto que esta seducción todo el tiempo necesita aparecer, necesita ser visible, lo que sólo logra con ayuda de la producción. Por consiguiente, la elección misma de desaparecer, la reminiscencia de la ilusión y de la negación de la realidad, no es una elección o un deber, sino una constante en nuestro nuevo momento histórico.

Hemos dicho ya que tanto el consumo acelerado como una importante manifestación en la moda, que son una base importante que dan pie a la seducción, son factores que se relacionan directamente en la videosfera, y que así mismo quedan inscritos en el momento histórico donde el fenómeno de la transición de una identidad nacional y/o social hacia una identidad individual y/o minoritaria está desarrollándose de manera más acelerada.

La videosfera se estrena entonces a partir de los efectos de la llamada Revolución Cultural, y como ya hemos dicho las estructuras sociales entran en crisis por lo que entra en conflicto la sociedad misma, ya que a partir de esta importante coyuntura vamos a poder apreciar, cómo la sociedad se va desdibujando, es decir, se va haciendo cada vez más líquida, lo que significa, que los lazos entre lo individual y lo colectivo se van derritiendo tal y como la entiende Bauman:

La “disolución de los sólidos”, el rasgo permanente de la modernidad, ha adquirido por lo tanto un nuevo significado, y sobre todo ha sido redirigida hacia un nuevo blanco: uno de los efectos más importantes de ese cambio de dirección ha sido la disolución de las fuerzas que podrían mantener el tema del orden y del sistema dentro de la agenda política. Los sólidos que han sido sometidos, y que se están derritiendo en este momento, el momento de la modernidad fluida, son los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y las acciones colectivos –las estructuras de comunicación y coordinación entre las políticas de vida individuales y las acciones políticas individuales–.¹⁰²

¹⁰² Zygmunt, Bauman, *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004. pp. 11-12.

En esta sociedad poco rígida, el sujeto en su sentido de reafirmación paulatinamente es hecho a un lado, pues ya no se entiende con claridad, entre otras cosas, qué es bueno o qué es malo, qué es correcto o qué es incorrecto; y esta pérdida de los contornos definidos de la sociedad es lo que a su vez permite este vuelco hacia una disolución de los sólidos y por tanto hacia una identidad individual que llegado a nuestro presente, debe ser vista como hiperindividual. El principio de reversibilidad se inscribe entonces a partir de 1968, que al estar plagado de una fuerte seducción abre las puertas a una fatalidad de lo social¹⁰³.

De esta manera para después de 1968 la publicidad se volverá un factor de gran importancia, pues va a tener un gran papel dentro del fenómeno de lo virtual y por consiguiente dentro del simulacro, que por cierto, tanto publicidad como imagen virtual son constantes económicas, ampliamente seductoras, que propician así la transición a una nueva organización en sociedad, la cual se constituye de ciudadanos, mejor dicho consumidores, muy proclives al hiperindividualismo, el mismo que en su seno acoge a estetas y narcisistas. Por lo que de esta manera la vanidad que se refleja por medio de la televisión, y que es la vanidad del mundo, a partir de 1968 es entendida como una seducción extrema, una seducción que tiene lugar a partir de la televisión y que conforme ha transcurrido el tiempo se ha diversificado a otros medios. La televisión es entonces el primer medio de comunicación que da entrada al simulacro, ya que es la televisión el punto de base de la teoría baudrillardiana, de ahí lo importante de analizar dicho fenómeno.

1.3.2. La televisión y lo visual

Asistimos de esta manera a un momento histórico que habrá de estar determinado por la imagen virtual, aquella que tiene una poderosa base digital y que preponderantemente

¹⁰³ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.2 *—La metamorfosis de la sociedad occidental—*, p 192.

difunde su información por medio del video, aunque no obstante, el uso de las imágenes estáticas no desaparece, sino que adquiere nuevos bríos y nuevas fuerzas, tales como el caso de la publicidad impresa. Bien entonces, sin la televisión no podría explicarse este fenómeno de la circulación del video como la propia forma en que la información se abre paso dentro de la sociedad correspondiente a la segunda mitad del siglo XX. Entonces con la televisión damos inicio al nacimiento de la Sociedad Visual¹⁰⁴, pero por el momento habría que decir que se trata de la sociedad donde hoy nos encontramos y que ha venido a sustituir a ~~La~~ "Sociedad del Espectáculo" teorizada por Guy Debord, el cual afirma que dicha sociedad es suprimida por un totalitarismo mediático debido a un agudo cerco restringido en donde lo superficial es todo aquello de lo que se puede echar mano. Se trata entonces de una administración unilateral en donde la comunicación es instantánea, lo que en gran medida permite su aspecto superficial:

La sociedad del espectáculo es por el contrario la forma que elige su propio contenido técnico. Aunque el espectáculo, tomado bajo su aspecto restringido de "medios de comunicación de masa", que son su manifestación superficial más abrumadora, parece invadir la sociedad como simple instrumentación, ésta no es nada neutra en realidad, sino la misma que conviene a su automovimiento total. Si las necesidades sociales de la época donde se desarrollan tales técnicas no pueden ser satisfechas sino por su mediación, si la administración de esta sociedad y todo contacto entre los hombres ya no pueden ejercerse si no es por intermedio de este poder de comunicación instantánea, es porque esta "comunicación" es esencialmente unilateral; de forma que su concentración vuelve a acumular en las manos de la administración del sistema existente los medios que le permiten continuar esta administración determinada¹⁰⁵.

De esta forma no dejo de lado la idea de Sociedad del Espectáculo, pues ahí está inscrito el inicio del problema de la información que actualmente vivimos; se trata de un increíble flujo de información el cual ocasiona que las cosas parezcan demasiado reales¹⁰⁶;

¹⁰⁴ *Supra*, Capítulo III, Tema: 3.3 *—La Sociedad Visual y su fatalidad—*, p. 179.

¹⁰⁵ Guy, Deboard, *op. cit.*, p. 45-46.

¹⁰⁶ *—*Cuando las cosas devienen demasiado reales, cuando aparecen inmediatamente dadas, realizadas, cuando nos hallamos en ese cortocircuito que hace que tales cosas se aproximen cada vez más, nos hallamos en la

por lo que somos influidos y hasta determinados. Una nueva sociedad que tiene lugar a partir de la televisión, y es donde lo visual sustituye la idea misma de la imagen, lo visual sustituye al espectáculo y entonces se apodera de la escena a una escala de tipo supradimensional en donde el ruido está en los ojos, es decir, que la imagen evoluciona tanto, que ahora hasta se escucha, tal y como apunta el propio Debray:

Con la videosfera vislumbramos el fin de ~~la~~ sociedad del espectáculo”. Si hay una catástrofe, ella estará ahí. Estamos *delante* de la imagen y ahora estamos *en* lo visual. La forma-flujo no es ya una forma para contemplar sino un paraíso de fondo: el ruido de los ojos. Toda la paradoja de nuestra tercera edad reside que da la supremacía al oído, *y hace de la mirada una modalidad de la escucha*. Se reserva el término ~~–~~paisaje” al ojo y el de ~~–~~entorno” al sonido. Pero lo visual se ha convertido en un ambiente casi sonoro, y el viejo ~~–~~paisaje” en un entorno sinestético y envolvente. *Fluxus* es el nombre de nuestra época. El sonido se propaga y posiblemente ha propagado la imagen con él¹⁰⁷.

Para Debray, la videosfera vislumbra el fin de la Sociedad del Espectáculo, algo en lo que estoy en total acuerdo, pues el propio fenómeno de lo visual es lo que empuja a la transformación de la sociedad, no obstante, en mi opinión lo que habría que decir, es que al término de la Sociedad del Espectáculo un nuevo tipo de sociedad tiene lugar, y como ya se sabe a este tipo de sociedad he dado el nombre de Sociedad Visual.

En este tipo de sociedad la uniformización y desinformación de la sociedad es una constante, es decir, las grandes mayorías poseen temas de conversación muy limitados, el fútbol, las telenovelas, los *talk-show*, y *reality-show*, son contenidos tan limitados que constantemente el pensamiento se contrae, al grado de pensar que la ciudad de Tokio se encuentra en Europa. Entendiéndose así que en esta nueva sociedad el pensamiento es

obscenidad... Régis Debray ha hecho una crítica interesante de la sociedad del espectáculo desde esta perspectiva: en su opinión, no nos hallamos en absoluto en una sociedad que nos alejaría de las cosas, en la que estaríamos alienados por nuestra separación respecto a ellas. La maldición que nos afecta sería, por el contrario, estar ultracercanos, que todo resulte inmediatamente realizado, tanto nosotros como las cosas. Y este mundo demasiado real es obsceno”. Jean, Baudrillard, *Contraseñas. op. cit.*, pp. 36-37.

¹⁰⁷ Régis, Debray, *op. cit.*, p. 235.

constantemente vapuleado por cuenta de la televisión, y es que para después de 1968, es la televisión la herramienta que capta el interés de la mayoría de las personas en el mundo occidental, de esta forma, en todas las sociedades de Occidente habrá de predominar la televisión como elemento informativo.

Es así que el excesivo flujo de información aunado al elemento de lo visual, trae consigo el fortalecimiento del poder en las corporaciones, éstas habrán de tener mayor relevancia e incidencia en el mercado, algo que sin lugar a dudas no puede dejarse de entender como contradictorio. Ahora bien, este mayor número de información no significa de ninguna manera un paso que nos acerque más a la pluralidad, y que nos posibilite la entrada a una mejor sociedad, todo lo contrario, ya que la televisión desgasta las diferentes esferas de la producción cultural, las mismas que reafirman la propia condición del ser humano, incluso la televisión es un peligro para la democracia tal y como señala Bourdieu:

Pienso, en efecto, que la televisión, a través de los diferentes mecanismos que intento describir de forma sucinta –un análisis profundo y sistemático habría exigido mucho más tiempo–, pone en un serio peligro las diferentes esferas de la producción cultural: arte, literatura, ciencia y filosofía, derecho; creo incluso, al contrario de lo que piensan y de lo que dicen, sin duda con mayor buena fe, los periodistas más conscientes de sus responsabilidades, que pone en un peligro no menor la vida política y la democracia¹⁰⁸.

Las ideas de un tipo como Bourdieu nos dejan ver las grandes problemáticas que envuelven al fenómeno de la televisión, por supuesto que Bourdieu no nos expone el tema desde el contexto que significó la coyuntura ocurrida para 1968, no obstante si Bourdieu está haciendo estas críticas para finales de la década de los noventa del siglo pasado, podemos entender que el impacto de la televisión en la sociedad de Occidente ha mostrado rápidos resultados. El poder de la imagen queda de manifiesto en el momento mismo que

¹⁰⁸ Pierre, Bourdieu, *Sobre la televisión*, op. cit., pp. 7-8.

entra en su fase técnica, la imagen rompe con sus propias limitaciones en tiempo y espacio una vez que logra transmitirse por medio de la televisión con lo que se vuelve un indispensable medio de la cultura occidental. La modalidad de la imagen pasa entonces de ser física a ser virtual, es completamente inmaterial pues su modo de reproducción es por medio de una pantalla, la televisión, la misma que hoy en día se ha constituido en una caja gris, es el aparato que le ha declarado la guerra a las publicaciones impresas tal y como ha señalado Monsiváis: *"Las publicaciones están en una guerra incierta con Internet y televisión. Las empresas tienden a ser multimedia"*.¹⁰⁹

Y es verdad que como adelanto tecnológico en cuanto la imagen se refiere, antes de la televisión se encuentra la fotografía y el cine, pero también es cierto que ninguna de estas dos invenciones logró alcanzar la amplitud de difusión que la televisión adquirió y sigue desarrollando, entonces, a pesar de ser importantes elementos para la difusión de la imagen, éstos no tienen el impacto que ha tenido la televisión, ni mucho menos el mismo significado.

La imagen entonces entra en una fase técnica de extrema importancia a partir de 1968. Esto es básicamente a raíz de dos tesis, la primera de ellas refiere a lo analizado por Guy Debord, el cual nos dice que el sistema económico se funda por medio del aislamiento, encontrando así una indisociable relación entre aislamiento y técnica, ya que el aislamiento contribuye a desarrollar la técnica, y la técnica propicia el aislamiento; es justamente en esta última proposición que habría que detenernos, dado que la televisión es ante todo es un triunfo de la técnica, pudiendo decir, que la televisión como herramienta de seducción es

¹⁰⁹ Monsiváis, Carlos, —Aíma Monsiváis que los periodicos quieren ser blog”, en El universal, 2007. URL: <http://www.el-universal.com.mx/notas/530645.html>12, revisado el:21 de Julio de 2009.

una herramienta de castración o en otros términos, una herramienta de enajenación con lo que se refuerzan las condiciones de aislamiento de lo que lo Debord conoce como: ~~—~~“muchedumbres solitarias”. De esta manera, la sociedad entra en una fase donde reproduce ya no sólo sus supuestos, sino que estos supuestos ahora pueden ser confundidos con la propia verdad, es decir, con la realidad:

El sistema económico fundado en el aislamiento es una *producción circular del aislamiento*. El aislamiento funda la técnica, y el proceso técnico aísla a su vez. Del automóvil a la televisión, todos los *bienes seleccionados* por el sistema espectacular son también las armas para el reforzamiento constante de las condiciones de aislamiento de las "muchedumbres solitarias". El espectáculo reproduce sus propios supuestos en forma cada vez más concreta¹¹⁰.

Esta idea de la reproducción de los supuestos, y los supuestos como parte de la verdad, es una de las diferencias fundamentales que hay entre la Sociedad del Espectáculo y la Sociedad Visual; de esta manera, es justamente con la televisión, y más aún con su subsecuente desarrollo, donde se aprecia una evolución de la imagen y por lo tanto de esta sociedad, entendida como el futuro o la continuación de la Sociedad del Espectáculo, y la cual se inscribe en el nacimiento de la videosfera tal y como apunta Régis Debray:

... la entrada en el Nuevo Mundo de la imagen no se opera a nuestro entender en 1839, ni en 1859, primera exposición de fotografía en el Salón de Bellas Artes de París. Ni en 1895, primera proyección de los hermanos Lumière. Ni en 1928, El cantor de jazz, primera película sonora, respuesta del cine a la radio. Ni en 1937, salida del Technicolor. Ni en 1951, salida del Eastmancolor (film negativo en color). Se opera en nuestros años setenta con el uso de la televisión a color. El inicio de la videosfera se sitúa en torno a 1968. Este año, en los Juegos Olímpicos de Invierno de Grenoble, se ensayó y lanzó en Francia la retransmisión herziana de las imágenes en color, mientras que la alta definición lo fue en 1992 en los Juegos Olímpicos de Albertville¹¹¹.

La retransmisión entonces abre la posibilidad a un nuevo mundo en cuanto a su diseño visual se refiere, el mundo a partir de este momento será descrito con imágenes que

¹¹⁰ Guy, Debord, *op. cit.*, p. 48.

¹¹¹ Régis, Debray, *op. cit.*, p. 224.

son cada vez más propensas a la seducción y a un tipo de calidad que está pensada primordialmente hacia el incremento del consumo, de ahí que para 1992 se estrena la aplicación de la alta definición, siendo ahí en donde se consolida de manera oficial la televisión digital, de esta manera la sociedad de Occidente se volverá profundamente sacra de lo visible e intensamente hereje de lo invisible.

Por lo tanto, en nuestro espacio social se va a admitir toda clase de posibilidad siempre y cuando aparezca en la televisión, se hayan visto en alguno de los *films* expuestos en esas peculiares cadenas de consumo rápido, o en algunos de esos anuncios publicitarios que lucen en revistas o que cuelgan de edificios. Y es así, porque aquello que se mira en la pantalla, es provocadoramente fácil de ser observado, en la mayoría de los casos no exige ningún tipo de dificultad o de pensamiento abstracto, de ahí que la televisión elimina todo pensamiento complejo y ambicioso que le brinde reafirmación al ser humano, pues la televisión es ya, a partir de 1968 una moda, un éxtasis de la simulación estática de los acontecimientos¹¹², y por lo tanto la base que nos permite explicar el simulacro.

Por lo que la televisión posicionada desde su base en alta definición, puede decirse que elimina a la poesía, en otras palabras reduce al lenguaje hasta casi pulverizarlo. La poesía que ha estado presente en las grandes civilizaciones que han dado pie al propio ser humano, y hoy sede terreno como elemento constitutivo de la propia lengua tal y como apunta Monsiváis: *"la poesía se ha perdido como hábito de formación de la lengua. Esto*

¹¹² —La moda es el éxtasis de lo bello: forma pura y vacía de una estética giratoria. La simulación es el éxtasis de lo real: basta con que contempléis la televisión: en ella todos los acontecimientos reales se suceden en una relación perfectamente extática, o sea, en los rasgos vertiginosos y estereotipados, irreales y recurrentes, que permiten su encadenamiento insensato e ininterrumpido. Extasiado: así está el objeto en la publicidad, y el consumidor en la contemplación publicitaria —torbellino del valor de uso y del valor de cambio, hasta su anulación en la forma pura y vacía de la marca". Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama. 2000, pp. 6-7.

*no sólo se paga viendo, oyendo lo que se dice en televisión, que es una manera de afligirse pensando dónde está el idioma"*¹¹³.

Por otro lado, en aquello que no se ve, la sociedad occidental en algunos momentos recaerá en actos de fe adornados de plegarias sujetos a donativos que tratan de parar el sufrimiento, mientras que, en eso mismo que no se ve, la sociedad será profundamente escéptica, es decir, que si no ha sido visto en la pantalla, no tiene lugar a la existencia, porque la fe que no pudiendo ser vista es la única que tiene lugar en la cosmogonía del mundo occidental. Fuera de ello, lo que no se ve simplemente no existe, de ahí la gran ingenuidad de nuestras sociedades que se refugian en la televisión como fuente de la verdad. Siendo así, a la sociedad de Occidente le da por adorar todo lo que está dentro del aparador, y tiende a olvidar casi instantáneamente todo aquello que ven en la pantalla, pues la sociedad occidental vive en el vacío de la corta duración, es decir, del tiempo efímero, un tiempo que nos ofrece mediocres acontecimientos, tales como el ir de compras, entrar en algún antro con la intención de bailar *reggaetón*, ya que se trata de acontecimientos los cuales no son capaces de explicarnos sus relaciones con tiempos más profundos, y que resulta bastante arriesgado para la propia ciencia social¹¹⁴, algo que dibuja el escenario de una fatalidad.

Con forme transcurra el tiempo la televisión ganará terreno sobre la sociedad, iniciando para la década de los noventas un nuevo empobrecimiento en el ser humano, me

¹¹³ Carlos, Monsiváis, *op. cit.*

¹¹⁴ Por lo que a mí se refiere, me gustaría encerrarlos, aprisionarlo, en la corta duración: el acontecimiento es explosivo tonante. Echa tanto humo que llena la conciencia de los contemporáneos; pero apenas dura, apenas se advierte su llama [...] Entonces, expresémoslo más claramente que con el término de episodio: el tiempo corto, a medida de los individuos, de la vida cotidiana, de nuestras ilusiones, de nuestras rápidas tomas de conciencia; el tiempo por excelencia de cronista, del periodista. Ahora bien, téngase en cuenta que la crónica o el periódico ofrecen, junto con los grandes acontecimientos llamados históricos, los mediocres accidentes de la vida ordinaria. Fernand, Braudel, *op. cit.*, pp. 64-65.

refiero a la televisión en alta definición quien habrá de volver la vida en sociedad mucho más banal, más superflua, como si el ser humano a través de su propia imagen quedara reducido a ser el exponente de una sola marca¹¹⁵. La sociedad en Occidente cae así en un profundo declive, donde el pensamiento crítico se verá seriamente dañado, pues ahora se dormirá y se despertará; se despertará y se volverá a dormir, todo con la televisión a un lado, porque la televisión después de 1968 nunca se habrá de callar, la televisión se volverá para el ser humano una especie de ídolo, es decir, el Dios de la comunicación, la televisión como nosotros será entendida como reflejo de la pantalla, lo que significa, el reflejo de una base lisa y hueca, pero seductora¹¹⁶.

La televisión se volverá para los seres humanos su compañía, su ternura, su amargura, su confidente, su foco, su ventilador, su calefacción, su todo, su dependencia, su letanía, su oscuridad, su única amiga, su indispensable sermón de todos los días. En pocas palabras, el *homo sapiens* habrá de evolucionar al *homo videns*, siendo éste el gran salto al que nuestra cultura se enfrenta según la perspectiva de Sartori¹¹⁷, donde la televisión se mantiene como

¹¹⁵ –Ahí ya aparece un extraordinario empobrecimiento: en lugar de ser el teatro suntuoso de múltiples formas iniciáticas, de la crueldad y la versatilidad de las apariencias, lugar de la fantasmagoría de las especies, de los sexos y las diversas maneras de morir, el cuerpo no es más que el exponente de una única marca entre todas: la diferencia sexual, y la escena de un único guión, la fantasmática sexual inconsciente. Ya no es la fabulosa superficie de inscripción de los sueños y las divinidades, sino sólo la escena de la fantasía y la metáfora del sujeto” Jean, Baudrillard, *El otro por sí mismo*, op. cit., p.40

¹¹⁶ –Hoy ya no hay trascendencia, sino la superficie inmanente del desarrollo de las operaciones, superficie lisa, operacional, de la comunicación. El período fáustico, prometeico, de la producción y del consumo es sustituido por la era proteica de las redes, por la era narcisista y proteiforme de la conexión, del contacto, de la contigüidad, del *feed-back*, de la interfaz generalizada. Al igual que la televisión, todo el universo circundante, y nuestro propio cuerpo, se convierte en pantalla de control”. Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, op. cit., p.64.

¹¹⁷ *vid*, Giovanni, Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.

el punto central de esta nueva cultura, una cultura que renuncia a pensar las cosas que no se ven, para ahora no pensar en las cosas que se ven¹¹⁸.

La televisión multimedia va a ser entonces la nueva base por la que observemos al mundo, si para 1968 se estrena la retransmisión, y para 1992 tiene lugar la alta definición, es a partir de esta fecha que va a ser posible hablar de la televisión multimedia, en donde ahora será posible ver a los grandes cárteles de la información, donde por ejemplo la BBC entra en acuerdo con la CNN por el control y el monopolio de la información. Son cárteles que promueven mega campañas de publicidad, las cuales alteran prácticamente todo tipo de pensamiento, deformándolo sin siquiera considerar las graves consecuencias que esto puede ocasionar. Y como la mayoría se trastorna, tal parece que en esta nueva sociedad, la moda ahora es trastornarse, ya que la sociedad está llena de modas que trastornan, no obstante se trata de trastornos reglamentados, que se apegan a los dictámenes de la ley, que están mercantilizadamente pactados, pues para reducir y enclaustrar tanto a la mente como al cuerpo, se necesitan de una infinidad de productos que transitan en el mercado, por ejemplo, se necesita de bebidas alcohólicas, de alimentos, de preferencia bajos en calorías, de lugares exclusivos, de calzados de importación, de atuendos de pasarela, de autos último modelo, de iconos; se necesita de las marcas que marcan el destino final de la gran

¹¹⁸ —Con la televisión entramos en la llamada *‘cultura audiovisual’*, que prioriza lo visual sobre lo auditivo y que en definitiva pasa de la palabra a la imagen. Y este es el motivo por el cual le otorgo centralismo a la televisión: porque el salto se produce con el advenimiento de la televisión. Lo que viene después, Internet y todas las otras bellezas como computadoras personales, etcétera, tal vez desde el punto de vista cuantitativo sean más importantes, habrá más máquinas de uno u otro tipo, habrá más computadoras que televisores, pero el problema no es de porcentajes sino de centralismo. Si bien me dicen que la televisión ha sido superada, en este libro yo digo que desde el punto de vista de su centralismo no ha sido superada. El salto se produce con la televisión porque, según mi tesis, con ella se pasa de pensar en cosas que no se ven a no pensar en cosas que se ven. O, dicho de otra manera, a ver sin pensar”. Giovanni, Sartori, 1998, —*La sociedad teledirigida*”, en [infoamerica.org](http://www.espectador.com/text/sartori/confer.htm). URL: <http://www.espectador.com/text/sartori/confer.htm>, revisado el 03 de Noviembre de 2009.

mercancía que se ha vuelto la humanidad por vía del propio cuerpo, un cuerpo estéticamente amputado, u horrorosamente deformado, eso es lo que necesita el mercado dentro de esta sociedad, un cuerpo atrapado por su propia imagen, una imagen conducida inmersa en el simulacro inconfesado de la realidad tal y como sostiene Baudrillard:

Le hemos hecho sufrir una especie de *precipitación materialista*. Tal como hoy lo interpretamos, en lugar de la adivinación que puede encontrarse en la danza, en el duelo y en los astros, tal como lo contamos, en nuestro simulacro inconfesado de realidad, como espacio individualizado de pulsión, de deseo y fantasía, nuestro cuerpo se ha convertido en la precipitación materialista de una forma seductora que llevaba consigo una gigantesca fuerza de denegación del mundo, ultramundana de ilusión y de metamorfosis...¹¹⁹

Es claro que en el mundo de esta nueva sociedad nos enfrentamos a un tipo de alteración del comportamiento humano, el cual pasa por una trasgresión de la mente y el cuerpo, y que es ocasionado por toda esta estructura visual que ha tenido lugar en la videosfera a partir de 1968. Llegando entonces a nuestro momento actual, en donde la informática le ha venido dar a la imagen una importante aceleración en sus procesos que incluso han logrado transformar la propia antropología de los individuos, es como si por medio de la informática quedaran establecidas nuevas relaciones las cuales estuvieran dotadas con características diferentes a lo que anteriormente hemos conocido como humano, dejándonos así propensos a una disminución de nuestras capacidades, tal y como señala Baudrillard:

La informática como nueva fuerza productiva, inmaterial, inhumana, y la invalidez como anticipación de las futuras condiciones laborales en un universo alterado, inhumano y anómalo. Basta ver a los ciegos en un deporte de balón -el torball- creado especialmente para ellos, atrapados en comportamientos de ciencia ficción, combinándose los unos con los otros mediante el oído y el reflejo animal, como no tardarán en hacerlo los humanos en un proceso sin mirada de percepción táctil y de adaptación refleja, evolucionando en los sistemas como en el interior de su cerebro o en las circunvoluciones de una caja; los ciegos, y más en general los minusválidos, son figuras de mutantes en tanto que mutilados, y por tanto están más próximos a la conmutación, más próximos a este universo telepático,

¹¹⁹ Jean, Baudrillard, *El otro por sí mismo*, op. cit., p. 41.

telecomunicacional, que nosotros, humanos demasiado humanos, condenados por nuestra ausencia de anomalía a formas de trabajo convencionales¹²⁰.

Vivimos así en una sociedad que está empeñada en ver a todos sus habitantes como auténticos productos que producen y luego consumen, todo en un siniestro círculo que hoy no tiene fin o tal parece que así es, y que nos envuelve en esto que entendemos como simulacro, es decir, un tipo de evasión o desentendimiento de la realidad que nos insita a actuar como vulgares aparatos de moda que se sujetan a los dictámenes del *marketing*; porque en esta sociedad todos se ofertan confundiendo con mercancías, tratando así de conseguir el mejor aparador, o lo que es lo mismo, conseguir la mejor imagen.

1.3.3. Recapitulación

Para llevar a cabo este primer capítulo me he apoyado de manera específica en las ideas desarrolladas por Régis Debray. Como sabemos, Debray ha problematizado el tema de la imagen a partir de tres regímenes históricos: logosfera, grafosfera y videosfera, de esta forma una vez tomando este análisis he podido desarrollar una base analítica y explicativa con la cual podré comprender a mayor detalle los tres elementos que son la ruta de análisis de este trabajo: el simulacro, lo virtual y la Sociedad Visual.

Para el primer apartado he desarrollado un eje explicativo basado principalmente en dos momentos: el primero responde a la sociedad grecolatina y el segundo a la sociedad cristiana, ambas sociedades se suscriben al periodo que Debray reconoce como logosfera, un periodo que se caracteriza por la supremacía de una imagen sobrenatural, en donde aquello que se plasma por medio de esta imagen, tiene las características que responden a la veneración de un ídolo.

¹²⁰ *Ibid.* pp. 43-44.

Ya para el segundo apartado, el debate se centra en torno al fenómeno del arte, el cual responde a un nuevo momento visual, en este caso, la grafosfera. Para este momento la imagen deja de ser sobre natural para convertirse en terrenal. Ahora van a ser los humanos, es decir, la naturaleza, lo que va a quedar plasmado en las imágenes, éstas ya no van estar dadas en la re-presentación de lo divino, sino en lo terrenal.

Con el arte toma relevancia el fenómeno de la estética, la cual va a ser muy bien utilizada por la moda, que a su vez es un fenómeno que para nuestro presente se encuentra de manifiesto en todas nuestras relaciones sociales. La moda es un elemento de gran importancia para la teoría de Baudrillard en relación a un sistema saturado y determinado por lo simbólico.

Y es así que comprender cada una de las características de estos dos regímenes históricos me ha permitido entender cómo para la videosfera, los tres elementos a problematizar en mi investigación ya se encuentran presentes, pudiendo entender así de mejor manera la idea de Baudrillard con respecto al simulacro y a lo virtual, y poder así sustentar de mejor manera la propuesta de la Sociedad Visual que presento.

Ya por último, en el tercer apartado, he propuesto un análisis más particular del problema, esto por supuesto sin perder de vista el ejercicio de historizar la imagen. Continuando con la propuesta de Debray, así como con la del propio Baudrillard, considero que en la televisión tiene origen este problema que ya he planteado; dado que la televisión es el propio espejo del simulacro; de esta manera es para 1968 que tiene lugar el inicio de una gran inflexión histórica, en donde precisamente nace la Sociedad Visual, así como el simulacro, todo esto relativo al propio uso que se da con la tecnología.

La importancia de 1968, entonces, reside en que es el punto de partida en el análisis contemporáneo acerca de los tres elementos eje que he presentado para esta investigación así mismo esta fecha es donde se localiza esta inflexión histórica que puede ser entendida como el principio de una metamorfosis.

Por lo pronto dejo abierta ahora la discusión encaminada al próximo capítulo, en donde centro el debate al tema del simulacro y lo virtual ya desde nuestro presente y por lo cual los *mass media* y el mercado son la base empírica que acompaña esta discusión.

Bibliografía:

1. .Aguirre Rojas, Carlos Antonio. *Para comprender el mundo actual*. Una gramática de larga duración, Buenos Aires, Prehistoria, 2005.
2. Baudrillard, Jean , *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kaidos. 1976.
3. -----, *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama, 1984.
4. -----, Jean, *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Barcelona, Anagrama, 1991.
5. -----, *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas, Monte avila editores, 1993.
6. -----, *Cool Memories*, Barcelona, Anagrama, 1997.
7. -----, *El otro por sí mismo*, Barcelona: Anagrama, 1997.
8. -----, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 2001.
9. -----, *Crítica de la economía política del signo*, México: Siglo XXI, 2005.
10. -----, *El crimen perfecto*, Barcelona: Anagrama. 2007.
11. Bauman, Zygmunt, *Modernidad líquida*, México: Fondo de cultura económica, 2004.
12. Benjamin, Walter, *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid, Taurus, 1994.
13. Berger, Peter y Luckmann, Thomas, *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Barcelona, Paidós, 1997.
14. Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
15. -----, *Las reglas del Arte*, Barcelona, Anagrama, 2002.
16. Braudel, Fernand, *La historia y las ciencias sociales*, Madrid: Alianza, 1984.
17. Castells, Manuel, *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janés, 2001.
18. Cordoba Elias, Juan Pablo, *La elipse del poder, lectura del ensayo político en Jean Baudrillard (Tesis de maestría)*, México, UNAM, 1993.
19. Deboard, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-textos, 1999.
20. Debray, Régis, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós, 1994 .
21. Foucault, Michel, *Las palabras y las cosas*, México, Siglo XXI, 2005.
22. Pérez German y León Juan Carlos, *El Léxico de la Política en la Globalización. Nuevas realidades viejos referentes* , México: UNAM, 2008.
23. Hegarty, Paul, *Jean Baudrillard live theory*, Great Britain, MPG Books, 2005.

24. Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona: Anagrama, 2002.
25. -----, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
26. Mc Luhan, Marshall, *La galaxia Gutenberg*, México, Artemisa, 1885.
27. Nietzsche, Friedrich, *El anticristo*, Buenos Aires, Lea 1892.
28. Slavoj, Zizek, *Goza tu síntoma, Jacques Lacan dentro y fuera de Hollywood*, Buenos Aires, Nueva
29. visión, 1994.
30. Weber, Max, *Economía y Sociedad*, México, Fondo de cultura económica, 1982.
31. -----, *La ética protestante y el espíritu capitalista*, México, PREMIA: Editora, 1991.

Documentos electrónicos

32. Gimenez Gatto, Fabián, “De la socio-ficción a la ciencia ficción: Baudrillard y *The Matrix*”, en henciclopedia.org, 2008. URL: <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/FGimenez/Matrix.htm>, revisado el 03 de Diciembre de 2009.
33. Jalife, Alfredo, “La quiebra de Citygroup, el mayor banco del mundo”, en rebellion.org, 2008. URL <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=58722>, revisado el 05 de Julio de 2009.
34. Molina Mario, “Ya existen las tecnologías para frenar el cambio climático”, en elmundo.com, 2008. URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/25/ciencia/1182764934.html>, revisado el 04 de julio de 2009.
35. Monsivais, Carlos, “Afirma Monsivais que los periodicos quieren ser blog”, en El universal, 2007. URL: <http://www.el-universal.com.mx/notas/530645.html>, revisado el:21 de Julio de 2009.
36. Sartori, Giovanni, 1998, “La sociedad teledirigida”, en infoamerica.org. URL: <http://www.espectador.com/text/sartori/confer.htm>, revisado el 03 de Noviembre de 2009.

CAPÍTULO II

EL SIMULACRO Y LO VIRTUAL DESDE SU PRESENTE

La velocidad de las cosas que se te escapan
que de pronto se alejan de ti a una velocidad loca,
como dotadas de una fuerza de repulsión,
como el jabón que se resbala de los dedos en la bañera.

JEAN BAUDRILLARD

Cool Memories

Introducción

En el segundo capítulo he planteado la descripción actual de nuestra sociedad en relación al fenómeno del simulacro y lo virtual, siendo así, nos colocamos en la atmosfera de un cuerpo social que se encuentra determinado por la imagen, misma que gracias a su evolución se manifiesta bajo un sello particular: alto desarrollo tecnológico y escenarios virtuales que son más propensos en un tipo de sociedad como la nuestra. Sociedad que concede la existencia sólo partir de lo que lo que observa, es decir, la imagen es la mejor forma de existir en el contexto actual.

Habré de tratar aquí un escenario donde las personas manifiestan su imagen a través de los objetos con los que se relacionan, en otras palabras, la sociedad del presente no puede distanciarse de los objetos quienes atiborran al sujeto a través de dicha imagen, misma que proyecta una estética encantadora que se filtra por medio de la pantalla y así mismo a través de los escenarios que hacen culto al consumo, es decir, centros comerciales, pomposos lugares de paso en donde ya no hay historia y por consiguiente la sociedad pierde toda diferencia ante una imagen que la somete de manera total y letal.

Hablaremos aquí de una mutilación de la realidad, es decir, los objetos y sus imágenes nublan nuestro entorno, su estética nos envuelve en un simulacro que nos muestra que dicha realidad está en función de la imagen que proyecta el objeto, pues ahora éstos se manifiestan de manera virtual, es decir, a través de una plataforma tecnológica donde las apariencias controlan la percepción de la mirada. De esta forma, la realidad se nos presenta de manera distorsionada enfrentándonos ante un deslizamiento de los contenidos por el diseño. Las apariencias dominan el escenario en donde el simulacro se erige.

2.1. El Simulacro en la Sociedad Actual

¿Qué ocurre en el mundo y qué no? Es la pregunta que hay que hacernos una vez que toca realizar el análisis de lo que significa el simulacro en la actualidad según la perspectiva de Jean Baudrillard. Sucede que nos encontramos en un momento donde miramos al mundo desde ángulos tan diversos como nunca antes lo habíamos podido hacer; tan es así que nuestra percepción acerca de la realidad cambia de manera rápida y sencilla, tal y como cambian los gustos de los consumidores, que por cierto son los que están expuestos al infinito tránsito de mercancías que se halla en el mercado, el mismo que nos expone una infinita gama de posibilidades, y son precisamente estas posibilidades las que hacen que nuestra percepción de la realidad esté continuamente cambiando. Estas oportunidades están plagadas de seducción, pudiendo decir que cada oportunidad viene acompañada de un *spot* publicitario, por lo que nada de lo dicho, nada de estas posibilidades es irrevocable, de ahí que para que las posibilidades sigan siendo infinitas, es necesario que ninguna de ellas se realice tal y como afirma Bauman:

Vivir en un mundo lleno de oportunidades –cada una más seductora que la anterior, que “compensa por la anterior y da pie a pasar a la siguiente”– es una experiencia estimulante. En un modo así, no hay casi nada predeterminado, y menos aún irrevocable. Pocas derrotas son definitivas, pocos contratiempos son irreversibles y pocas victorias son esenciales. Para que las posibilidades sigan siendo infinitas, no hay que permitir que ninguna de ellas se petrifique cobrando realidad eternamente. Es mejor que sigan siendo líquidas y fluidas, con “fecha de vencimiento”, para evitar que despojen de accesibilidad a las otras oportunidades, matando de este modo la incipiente aventura¹²¹.

Tener una fecha de caducidad en cada una de las posibilidades, es entonces ir contra reloj, es un ir y venir que ya no tiene fin, por lo que nuestra realidad se ha vuelto ahora mucho más líquida, lo que ha disparado que nuestra percepción acerca de la realidad

¹²¹ Zygmunt, Bauman, *op. cit.*, 2000, p. 68.

continuamente este cambiando, ya que las posibilidades se agotan, tal y como se agota el tiempo de transmisión de algún anuncio mercadológico.

A razón de lo anterior, los *mass media* y el mercado, se han apoderado de la inducción de buena parte de nuestras manifestaciones en sociedad, por ello que en la Sociedad Visual lo que no se ve no existe. Y tal y como ya se ha visto, la pantalla, de la que se ha mencionado, es una estructura de base digital y de características virtuales y que Baudrillard juzga como indeterminable¹²², se nos presenta como una diversidad de ángulos por la que miramos al mundo.

¿Y qué es una mirada a la realidad o aquello que entendemos como tal y que por cierto es una mirada de tantas como pueden ser posibles? Por ello que al plantearnos esta pregunta y la primera con la que he iniciado este debate, hago notar la incertidumbre que acompaña a las mismas, la incertidumbre que actualmente hay en la mirada, ya que los objetos que miramos es como si se nos presentaran envueltos de una falsa imagen, de un falso significado¹²³, un ilusorio contenido que al ser expuesto en la pantalla adquiere proporciones mayúsculas impactando así el grueso del mundo occidental; el mundo cosmopolitita que vive inserto dentro de las grandes metrópolis. Ciudades de características

¹²² –Video, pantalla interactiva, multimedia, Internet, realidad virtual: la interactividad nos amenaza por todos lados. Lo que estaba separado se ha confundido en todas partes, y en todas partes se ha abolido la distancia: entre los sexos, entre los polos opuestos, entre el escenario y la sala, entre los protagonistas y la acción, entre el sujeto y el objeto, entre lo real y su doble. Y esta confusión de los términos, esta colisión de los polos, hacen que en ningún sitio exista ya ningún sitio de valor posible: ni en el arte, ni en la moral, ni en la política. Mediante la abolición de la distancia, del *pathos* de la distancia, todo se vuelve indeterminable”. Jean, Baudrillard, *Pantalla Total*, Barcelona, Anagrama, 2000, p.203.

¹²³ –El objeto ha sido para mí la contraseña por excelencia. Desde el comienzo, elegí ese ángulo porque quería desentenderme de la problemática del sujeto [...] En cualquier caso, lo que me ha interesado realmente no es tanto el objeto fabricado en sí mismo como lo que los objetos se decían entre sí, el sistema de signos y la sintaxis que elaboran. Y, por encima de todo, el hecho de que remitían a un mundo menos real de lo que podía hacer creer la aparente omnipotencia del consumo y el beneficio. A mi modo de ver, en ese mundo de signos, escapaban muy rápidamente a su valor de uso para jugar entre sí, para corresponderse”. Jean, Baudrillard, *Contraseñas*, op. cit., pp. 13-14.

colosales que se ubican en el trajín de los adelantos tecnológicos, los cuales atraviesan ineludiblemente por la revolución de los medios audiovisuales.

Nos encontramos dentro de una sociedad que se ha vuelto ante todo visual, una sociedad que concede la existencia a partir de lo que lo que observa, pues tal y como lo hemos visto en el capítulo anterior, esta sociedad toma las herencias de un pasado¹²⁴, dirigiéndolas ahora por caminos diferentes, constituyendo así el simulacro y lo virtual, lo que forma el fenómeno de lo visual, el cual corresponde para Régis Debray a un régimen histórico que él denomina videosfera, se trata de un momento histórico que debe parte de sus elementos a formas ocurridas en el pasado, sólo que éstas hoy se nos presentan por caminos diferentes. Es como si para las personas que viven en este tipo de sociedad sólo existieran los grandes objetos,¹²⁵ es decir, un macrocosmos que se presenta frente a sus ojos, y los cuales casi siempre tienen lugar por medio de la pantalla; o bien, a través de los escenarios que hacen culto al consumo, tales como son los grandes *malls*, esos suntuosos lugares de paso, en los que tal parece la gente quiere permanecer, es como si lo que hubiera ahí dentro fuera mejor que lo que hay allá afuera, y esto es muy parecido justamente a lo que ocurre en la pantalla, por ello que las personas no dejan de mirarla, porque con ello es como si se desentendieran de lo que pasa a su alrededor.

No obstante, eso que miran (ya sea en la pantalla o en la propia ciudad, dado que la ciudad entera se ha vuelto una extensión del *mall*, que es al mismo tiempo una extensión de la pantalla), es una mirada sesgada, una mira nublada, pues como lo vamos a ver más

¹²⁴ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.1.1 –*El ídolo y su pasado*”, p. 14.

¹²⁵ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.2 –*El imperio de la re-presentación artística*”, p. 33.

adelante, esta mirada constituye un nuevo fenómeno en la sociedad¹²⁶ que posibilita la formación del simulacro, lo que significa una desaparición de la realidad en un sentido hipotético tal y como había sostenido Baudrillard¹²⁷, por lo que de esta forma entiendo el problema de la realidad y su relación con el simulacro, como si ésta fuera diseñada, prefabricada, como si fuera mandada hacer bajo pedido, y justamente ahí podemos hallar esta hipótesis de que la realidad ha desaparecido, o mejor aún, está en vías de.

De esta manera hablamos de una mutilación de la realidad, es decir, que ahora sólo tenemos acceso a partes de ella, es como si un genocida luego de cometer la brutalidad de descuartizar a su víctima, sólo nos dejara rastros de ella, nunca más poder tener acceso al cuerpo en una sola pieza, por lo que entonces cada vez que nos asomamos a la pantalla, o cada vez que los lugares nos envuelven con sus suntuosidades, con su seducción, la realidad se nos presenta de manera distorsionada, como si se tratara de un juego de apariencias¹²⁸, en donde nos enfrentamos a un deslizamiento de los contenidos por el diseño, un desplazamiento del ser, al parecer. Siendo que ahora nos enfrentamos a la edición de la realidad, cayendo en la sospecha de preguntarnos si aquello que se ve como tal, en verdad lo es.

Por otro lado, quizás esta incertidumbre que tenemos de la realidad es peor aún, ya que cabe la posibilidad de que nunca hayamos tenido acceso a dicha realidad, dado que como ya lo hemos visto, la imagen a lo largo de la historia se ha constituido como un

¹²⁶ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.2.2, *–El efecto iPod*”, p. 172.

¹²⁷ *–Para mí, que la realidad ya no existe es una hipótesis y es sólo en este sentido que hay que entenderlo. Pero es inútil querer restablecer una verdad cualquiera puesto que, por definición, estamos en un mundo en el que ya no existe*”. Jean, Baudrillard, Entrevista con *Pierre Boncenne* “Un pensador viral y metaléptico, en el universal, 2007. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/confabulario/marzo-11-08.htm>, revisado el 11 de agosto de 2007.

¹²⁸ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.1, *–Una sociedad transgredida en la apariencias*”, p. 183.

sistema de re-presentación, el cual en cierta medida se ha caracterizado por distorsionar la realidad, distorsión que deviene del propio sentido divino de su pasado¹²⁹. Por lo tanto, podemos pensar que los seres humanos a lo largo del tiempo han visto en las imágenes una distorsión de la realidad, una distorsión que se ha venido agudizando según las propias características de las sociedades a lo largo del tiempo, hasta llegar a hoy, en donde dicha distorsión es más acentuada.

Bien entonces, si esta distorsión con respecto a la imagen siempre se ha comportado como transhistórica, lo que esto significa, que ha tenido lugar a lo largo de toda la historia; lo que tendríamos que preguntarnos es acerca del hecho de por qué hoy se nos presenta diferente este fenómeno de la imagen, es decir, la percepción de la realidad, a tal grado de haber caído en lo que Baudrillard reconoce como el simulacro, la cultura expuesta dentro de un gigantesco simulacro, donde Dios mismo es parte de éste, lo que significa que los ídolos pueden ser simulados, entrando con esto a una distorsión¹³⁰ que se nos presenta de manera mucho más drástica:

Así pues, lo que ha estado en juego desde siempre ha sido el poder mortífero de las imágenes, asesinas de lo real, asesinas de su propio modelo, del mismo modo que los iconos de Bizancio podían serlo de la identidad divina. A este poder exterminador se opone el de las representaciones como poder dialéctico, mediación visible e inteligible de lo Real. Toda la fe y la buena fe occidentales se han comprometido en esta apuesta de la representación: que un signo pueda remitir a la profundidad del sentido, que un signo pueda cambiarse por sentido y que cualquier cosa sirva como garantía de este cambio —Dios, claro está. Pero ¿y si Dios mismo puede ser simulado, es decir reducido a los signos que dan fe de él? Entonces, todo el sistema queda flotando convertido en un gigantesco simulacro —no en algo irreal, sino en simulacro, es decir, no pudiendo trocarse por lo real pero dándose a cambio de sí mismo dentro de un circuito ininterrumpido donde la referencia no existe¹³¹.

¹²⁹ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.1.1 *–El ídolo y su pasado*”, p.17.

¹³⁰ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.1.1 *–El ídolo y su pasado*”, p. 18.

¹³¹ Jean, Baudrillard, *Cultura y simulacro*, Barcelona. Kaidos, 1978, p.13.

De esta manera, estoy de acuerdo al decir que el simulacro de la realidad es el problema de fondo por el que atraviesa actualmente la especie humana en todo el mundo occidental, así mismo es requisito estrictamente necesario no pensar en la vulgaridad de este término, pues no todo es simulacro, o en otras palabras, simulación¹³².

Bien entonces, cuando hablamos del simulacro de la realidad, debemos encontrar referentes empíricos que nos permitan dilucidar este fenómeno con una mayor claridad y precisión, para ello se debe entender que el fenómeno del simulacro va dirigido de manera primordial a las sociedades industriales, sociedades con un dominio de la técnica digamos que avanzado; de esta manera, se trata ante todo de sociedades saturadas, con el permanente riesgo de la sobre saturación, y donde podemos ubicar principalmente dos estructuras empíricas que sostiene esta idea del simulacro y lo virtual: la primera de ellas son los *mass media*, los cuales han saturado de imágenes y símbolos nuestra percepción de la realidad¹³³, por ello podemos decir se trata ante todo de una saturación visual con un fuerte vínculo económico. Y el segundo de estos referentes, corre a cargo precisamente de las continuas fluctuaciones del mercado y de todo lo que de ahí se ha desprendido, es decir, de la continua y desmedida circulación de las mercancías, por lo que podemos decir que se trata de una saturación material¹³⁴. De esta manera, el fenómeno del simulacro se inscribe en sociedades estrictamente cosmopolitas, por ello que no podemos caer en el absurdo de decir que todo es un simulacro, porque antes de pensar en dicho simulacro, es necesario pensar

¹³² —Y me han llegado a endosar absurdos del tipo de —Todo es signo”! Un poco más recientemente me sucedió otro tanto con —simulación”: artistas estadounidenses han solidificado la hipótesis hasta el punto de petrificarla y luego es imposible remediar esos extravíos. También en este caso más vale pasar página, es parte del juego”. Jean, Baudrillard, Entrevista con *Boncenne Pierre*, *op. cit.*

¹³³ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.1 —Una sociedad transgredida en apariencias”, p. 186.

¹³⁴ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.1 —Lo Visual en el Mundo de los Bienes”, p. 147.

en los referentes empíricos que puedan sostener este fenómeno en el mundo real, es decir, el mundo tangible, que es ante todo un mundo socio-histórico.

De esta manera, la saturación de lo social, es una saturación dada a través de los *mass media* y del mercado, y al respecto de este último, tiene su fundamento en una sobreproducción que al ser lanzada al propio mercado, satura nuestras relaciones en sociedad, es una saturación de la producción, como también lo es, una saturación de las imágenes, siendo ahí en donde se aprecia la participación de los *mass media*, pues se trata de una saturación en aras de lo visual, la saturación de lo visual entonces es propiciada por el encanto que representa la seducción. De esta forma podemos plantearnos dentro de un mundo encantado por la seducción, una seducción que queda bien reflejada en los *mass media* y en el mercado, y así mismo en la mayor parte de los espacios de la sociedad que han sido influenciados por estas dos fuertes estructuras.

2.1.1. Lo invisible y el tiempo virtualizado

Para Baudrillard el simulacro puede entenderse sino como transhistórico, sí como un fenómeno que puede remontarse a periodos tan antiquísimos como los descritos para la logosfera¹³⁵, donde la Iglesia como ya se ha visto, poseía el monopolio de la fe en aras de Cristo, monopolio que se constituía a través de sus imágenes, las cuales eran expuestas con el motivo de su adoración. Hablamos así de un sistema de re-presentaciones, se trata de re-presentaciones de la realidad. La imagen de Cristo puede ser entendida como una distorsión de la realidad, por lo que es posible entender a Cristo como un simulacro el cual había sido capaz de transformar, o quizás de manipular la verdad en aras de su imagen; tales efectos

¹³⁵ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.1.2 –*Cristianismo e ilusión*”, p. 20.

llegando hasta nuestros días, donde podemos ver que el propio significado de la idea de Cristo ha cambiado, o digamos que se ha vuelto más laxo, dado que las propias características del simulacro se han transformado (en parte debido a esta hegemonía de la imagen), a tal grado que pude llegar a transformar la idea de Cristo (de Dios), la cual se asienta sobre la conciencia de los seres humanos¹³⁶.

Por lo anterior podemos decir que el fenómeno del simulacro expresa manifestaciones más profundas de las que a simple vista se podrían apreciar, de esta manera el simulacro se nos presenta como un crimen, un crimen que pretende ser perfecto. Y todo radica en la capacidad de alcanzar el grado cero de notoriedad, si es visto, deja de ser perfecto, si las personas notan esta falsa re-presentación de la realidad, que es una re-presentación de los objetos y de los acontecimientos, el simulacro desvanece, con lo que desvanece toda posibilidad de ocultar la realidad.

Baudrillard nos habla de objetos que al aparecérsenos, ya han desaparecido: *—Menos mal que los objetos que se nos aparecen siempre han desaparecido ya*¹³⁷; por lo que, se trata de objetos que al estar ante nuestros ojos, han dejado de ser lo que eran antes, aunque esto no lo vemos, porque ahora sólo vemos lo que ahora son, y esto tiene lugar a consecuencia de los efectos del simulacro, por lo que de esta manera se entiende que son objetos que han sido resignificados.

¹³⁶ —Debido en gran parte a que presentían la todopoderosidad de los simulacros, la facultad que poseen de borrar a Dios de la conciencia de los hombres; la verdad que permiten entrever, destructora y anonadante, de que en el fondo Dios no ha sido nunca, que sólo ha existido su simulacro, en definitiva, que el mismo Dios nunca ha sido otra cosa que su propio simulacro, ahí estaba el germen de su furia destructora de imágenes”. Jean, Baudrillard, *Cultura y simulacro*, op. cit., p 9.

¹³⁷ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., p. 19.

Por ejemplo, cuando vemos un auto¹³⁸, qué es lo que estamos viendo. ¿Sólo un vehículo que nos sirve para nuestra transportación, es decir, para acortar las distancias y hacer más plena nuestra vida en sociedad; o acaso estamos viendo una disolución del referente, en este caso del auto, pues el auto como objeto pasa a un segundo plano, ya que lo que ahora nos importa es la imagen de este objeto, es decir, su re-presentación? Diría que el auto en un primer momento se nos presenta como un vehículo que acorta las distancias, pero al ser re-presentado lo que ahora observamos es una imagen, una imagen ampliamente seductora y de tintes publicitarios, la cual no está interesada por su función, sino por su seducción. El diseño, todo estriba en el diseño, que si 200 caballos de fuerza, rines deportivos, asientos de piel, etc. Tenemos acceso a la imagen del objeto, es decir, a su re-presentación, una imagen que como nos dice Baudrillard, ya no puede imaginar lo real, precisamente porque es ella quien ahora se ha convertido en la realidad, una realidad virtual, la misma que viaja a tiempo virtual y que nos mete en serias complicaciones:

Ahora bien, la imagen ya no puede imaginar lo real, ya que ella misma lo es. Ya no puede soñarlo, ya que ella es su realidad virtual. Es como si las cosas hubieran engullido su espejo y se hubieran convertido en transparentes para sí mismas, enteramente presentes para sí mismas.¹³⁹

Si echamos un vistazo a nuestro alrededor, vamos a poder percatarnos que hoy en día elegimos objetos que ya han desaparecido, de esta manera a lo que hoy accedemos es a su re-presentación, tenemos acceso a una simulación de lo real, o lo que también podría decirse como una “hiperrealidad”, algo que para Baudrillard es, más real que lo real, esto desde un punto de vista irónico, ya que lo que hay que entender con el término de hiperrealidad, es el hecho de vivir en una sociedad sin referentes, en donde ya no es posible

¹³⁸ *Supra*, Capítulo III, Tema 3.1. “Lo Visual en el Mundo de los Bienes”, p. 139.

¹³⁹ Jean, Baudrillard, *El Crimen perfecto. op. cit*, p. 15.

hablar con claridad de lo bueno y lo malo, o del principio y del fin sólo por dar algunos ejemplos:

En un mundo sin referencias, la referencia del deseo, o incluso la confusión del principio de realidad y del principio de deseo, son menos peligrosas que la contagiosa hiperrealidad. Quedamos entre principios y en esta zona el poder siempre tiene razón. La hiperrealidad y la simulación disuaden de todo principio y de todo fin y vuelven contra el poder mismo la disuasión que él ha utilizado tan hábilmente durante largo tiempo.¹⁴⁰

Siendo así, a manera de ejemplo diría que el auto último modelo resulta ser hiperreal, en comparación con su antecesor, aquel auto austero pensado ante todo a raíz de satisfacer la producción y no la seducción. Hoy satisfacemos nuestra obsesión por la seducción, gracias a estos objetos; objetos que quedan inscritos en tiempo virtual, lo que nos habla de un tránsito cada vez más rápido de las imágenes, son imágenes que todo mundo puede ver, de esta forma, el tiempo virtual se trata de un tiempo al que sólo tenemos acceso por medio de un proceso de edición, en donde opera desde la base de los *mass media*, los mismos que fundamentan su alcance a raíz del desarrollo de la técnica, y a los que tenemos acceso por medio de la pantalla.

Ahora bien, el referirme al tiempo virtual encuentro una cierta diferencia con Baudrillard cuando expone su concepción de tiempo real, ya que cuando nos presenta la idea de este tiempo, nos habla de una transcripción, y si el tiempo se nos transcribe, tenemos acceso entonces a una copia del original, y como toda copia, en mayor o menor medida, pierde elementos que sólo el original posee. De esta manera, el tiempo real se nos presenta como una edición del original, una transcripción del tiempo socio-histórico, lo que lo vuelve desde mi perspectiva similar a lo que yo entiendo por tiempo virtualizado, que

¹⁴⁰Baudrillard, Jean, *Cultura y simulacro*, op. cit., p 47.

como ya he dicho, se trata de un tiempo al cual sólo tenemos acceso por medio de un proceso de edición. Y lo llamo virtualizado, ya que el tiempo físico sólo es uno, el tiempo de los minutos, segundos y años, nuestra interpretación de él, es lo que provoca diferentes explicaciones, en este caso, el tiempo virtualizado, aquel que es determinado por un fuerte proceso tecnológico.

Entonces, tanto tiempo real para Baudrillard, como tiempo virtualizado para mí, sustituyen al tiempo socio-histórico (ese que está lleno de acontecimientos sociales, y al que hoy en día, en esta sociedad determinada por la imagen se vuelve cada vez más complicado acceder), pues ambos son la base de una transcripción:

...a plena luz, en tiempo real, en una transcripción despiadada. En lugar de estar ausentes de sí mismas en la ilusión, se ven obligadas a inscribirse en los millares de pantallas de cuyo horizonte no sólo ha desaparecido lo real, sino también la imagen. La realidad ha sido expulsada de la realidad. Sólo la tecnología sigue tal vez uniendo los fragmentos dispersos de lo real. Pero ¿adónde ha ido a parar la constelación del sentido?¹⁴¹

No obstante, en Baudrillard encuentro dos posibles interpretaciones del tiempo real, a la primera de ellas ya me he referido, y en donde concuerdo por medio de la idea que propongo del tiempo virtualizado, aunque me alejo cuando encuentro en Baudrillard una segunda interpretación acerca de este mismo tema. En primer lugar, el autor nos habla de una transcripción del tiempo, que como ya dije, ésta puede ser entendida como una edición del tiempo socio-histórico, por lo que podemos entender que los acontecimientos hoy en día se nos presentan a tiempo real, es decir, editados, ya que en palabras de Baudrillard, es un tiempo transcrito. Posteriormente nos va decir que es un alivio porque nada se nos presenta a tiempo real, con lo que podría entenderse una contradicción, dado que la transcripción va a ser precisamente lo que permita que los acontecimientos no se nos presenten de manera

¹⁴¹ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., p.15.

instantánea, y con lo que, tanto acontecimientos como objetos, se nos presentan a tiempo real, lo que posibilita entonces que tiempo real se pueda entender como tiempo virtualizado, y esta virtualización, este proceso de edición, es justamente la razón por la que el autor agradece que nada se nos presenta a tiempo real, y en lo cual yo difiero, pues todo se nos presenta como tiempo real, es decir, como un tiempo virtualizado que sustituye el tiempo socio-histórico, y por lo que de esta manera se impide que lleguemos a la simultaneidad de los acontecimientos:

Menos mal que nada se nos aparece en tiempo real, ni siquiera las estrellas en el cielo nocturno. Si la velocidad de la luz fuera infinita, todas las estrellas estarían allí simultáneamente, y la bóveda del cielo sería de una incandescencia insoportable¹⁴².

Esta discusión del tiempo real que presento, si no es analizada con una cierta profundidad, podría entenderse como injustificada o como repetitiva y desgastante, no obstante esto no es así, pues ante estas dos formas de ver al tiempo real (un tiempo de los acontecimientos y un tiempo de la re-presentación de los acontecimientos), yo diría que Baudrillard no resuelve esta contradicción, y que por el contrario, la propia idea que supone el tiempo real se torna un tanto confusa, de ahí mi propuesta de presentar la idea de tiempo virtualizado, que se diferencia de la propia idea de tiempo virtual de Baudrillard, pues esta idea está seriamente ligada con la idea de tiempo real, lo que vuelve confusa la interpretación:

El archivo también forma parte del tiempo virtual, constituye el complemento del acontecimiento «en tiempo real», de esta instantaneidad del acontecimiento y de su difusión. Además, más que de una «revolución» del tiempo real, de la que habla Virilio, habría que hablar de una involución en tiempo real, de un involución del acontecimiento en la instantaneidad de todas las cosas a la vez, y de disolución en la propia información¹⁴³.

¹⁴² *Ibid.* p. 19

¹⁴³ Jean, Baudrillard, *La guerra del golfo no ha tenido lugar*, Anagrama, Barcelona, 1991, p. 46- 47.

Es así que vivimos en un tiempo en que las cosas se nos presentan por medio de la transcripción que es el tiempo real, y que para evitar toda clase de confusión llamaremos como tiempo virtualizado, el cual es un tiempo de edición, esto a diferencia de Baudrillard que piensa al tiempo real como la simultaneidad de los acontecimientos, cuando en realidad de lo que se trata es de un tiempo que es transcrito del tiempo socio-histórico en el que se suscitan los acontecimientos de la humanidad, y este tiempo socio-histórico aún tiene vigencia¹⁴⁴. Como ya se ha dicho, entiendo este tiempo virtualizado, dado a través de un proceso de edición, en el que atraviesa indiscutiblemente por el desarrollo de la técnica. Por lo que de esta manera concuerdo con Baudrillard, al decir, que los acontecimientos no se nos pueden presentar en una simultaneidad, pues esto provocaría una saturación en el simulacro, y el desvanecimiento del mismo, pero no estoy de acuerdo al decir que nada se nos presenta en tiempo real, ya que al hablar de una transcripción él entra en una contradicción, así que es más adecuado hablar de un tiempo virtualizado, como el tiempo de la re-presentación y no de la simultaneidad. Así mismo estoy en completo acuerdo con la idea de Baudrillard al decir que de presentarse los acontecimientos de manera simultánea, el simulacro correría el riesgo de desquebrarse, ya que la edición llegaría a su fin, con lo que la re-presentación de la realidad se disolvería, abriendo así la posibilidad de dar lugar de nueva cuenta a la realidad, o visto de otra manera, la hipótesis del exterminio de la realidad llegaría su fin.

Para mí = TIEMPO REAL (Tiempo de los acontecimientos) = TIEMPO HISTÓRICO SOCIAL (El tiempo de las acciones y relaciones humanas)

Para Baudrillard = TIEMPO REAL (Tiempo de la transcripción de los acontecimientos) = TIEMPO VIRTUALIZADO (El tiempo de la edición y de la influencia tecnológica)

Síntesis = TIEMPO HISTÓRICO SOCIAL ---Sustituido por--- TIEMPO VIRTUALIZADO

¹⁴⁴ *Supra*, Capítulo III, Tema 3.2: *“La Pérdida de lo Trascendental en el Mundo de las Imágenes”*, p. 158.

Esta idea de que los objetos que se nos aparecen, ya han desaparecido; y la idea del tiempo real, o mejor dicho, el tiempo virtualizado; promueven en el simulacro una especie de invisibilidad, un nivel cero de notoriedad, que hacen que las personas no se percaten del acceso que están teniendo a la re-presentación de un objeto y/o acontecimiento, y no de su original. Así mismo, la edición del tiempo, que es una manipulación de los acontecimientos; es lo que a mi parecer hace que el crimen se encamine a la perfección, distanciándome en este punto nuevamente de Baudrillard, pues al no ocurrir nada en el tiempo virtualizado, ya que es una sustitución del tiempo socio-histórico, es decir, un tiempo virtual el cual sólo tiene la fachada del tiempo socio-histórico, del tiempo de la realidad; que no obstante no es real, por tanto nos vemos sometidos a un engaño, a la artimaña de la re-presentación. Y entonces, esta posible perfección puede ser concretada al alcanzar el grado cero de notoriedad, ya que al no notarlo, las personas colaboran con la muerte de la realidad, la muerte del entorno social, sustituido así por las virtualidades, y esta práctica, al no ser consciente, al no ser percibida, colabora para que el crimen adquiriera su carácter de perfección:

Menos mal que nada pasa en el tiempo real, de lo contrario nos veríamos sometidos, en la información, a la luz de todos los acontecimientos, y el presente sería de una incandescencia insoportable. Menos mal que vivimos bajo la forma de una ilusión vital, bajo la forma de una ausencia, de una irrealidad, de una no inmediatez de las cosas. Menos mal que nada es instantáneo, ni simultáneo, ni contemporáneo. Menos mal que nada está presente ni es idéntico a sí mismo. Menos mal que la realidad no existe. Menos mal que el crimen nunca es perfecto¹⁴⁵.

Entonces que el simulacro se nos plantea como una ilusión del mundo, como si se tratara de un copia editada del orbe, en la que sus objetos ya han desaparecido desde su

¹⁴⁵ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, p.19.

perspectiva histórica, y ahora, dentro del simulacro los objetos con los que nos topamos, son una copia de los originales, una copia despojada de su sentido, el sentido que se adquiere a partir del propio transcurso de la historia ha sido así eliminado.

Los objetos dentro del simulacro están de esta forma despojados de su historia¹⁴⁶, son objetos huecos colapsados a partir de la involución que promueve la pérdida del sentido. Una pérdida de sentido que bien puede ser vista en todas partes, y donde la publicidad a cada momento nos permite ver esta involución que se corona a partir del juego letal de la imagen virtual, de la exposición 24x7 a la que los espectadores se someten y con la que dichos espectadores garantizan la permanencia de las estructuras, estructuras de comportamiento y de acción, que bien pueden ser difundidas por medio de la publicidad tal y como apunta Baudrillard en el ejemplo de la estructura mobiliaria:

El orden del comedor y de la recámara, esa estructura mobiliaria ligada a la estructura inmobiliaria de la casa es todavía la que propaga la publicidad en un vasto público. Lévitán y las Galerías Barbès siguen proponiendo al gusto colectivo las normas del conjunto “decorativo”, aun cuando las líneas se hayan “estilizado” y aun cuando la decoración haya perdido su afectación. Si estos muebles se venden, no es porque sean menos caros, sino porque llevan en sí la certidumbre oficial del grupo y la sanción burguesa. Y es también porque estos muebles-monumentos (aparador, cama, ropero) y su arreglo recíproco responden a una persistencia de las estructuras familiares tradicionales en capas muy grandes de la sociedad moderna¹⁴⁷.

La decoración ha perdido su afección, digamos que ha dejado atrás su hipocresía y que ahora el mundo se ha vuelto una completa decoración. Decoración que podemos ver en las imágenes, esas imágenes a las que tenemos acceso vía la pantalla, que al tratarse de una estructura de base digital y de características virtuales, es capaz de trascender en espacio y tiempo, por lo que sus alcances son de carácter global. Imágenes que al circular en un tiempo virtualizado han perdido todo sentido y que se puede apreciar a todas luces

¹⁴⁶ *Supra*, Capítulo III, Suptema 3.2.1 “*Imágenes en guerra una competencia económico-mediática*”, p. 169.

¹⁴⁷ Jean, Baudrillard, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI. 1979, pp. 14-15.

en el momento mismo en que echamos un vistazo a la pantalla, en el instante en que observamos todas estas imágenes que se transmiten en el tiempo virtualizado, por lo que ya han sido editadas, alteradas en su cuerpo y en su significado, que al ser distorsionadas amen de ser testigo de un mundo bajo los efectos de lo virtual, quedan vaciadas de su contenido histórico, así como los propios objetos que re-presentan.

El simulacro se halla así lleno de objetos que quedan vacíos de sentido, ya completamente fetichizados, completamente artificiales. Una sociedad entonces suturada a consecuencia de la idealización de objetos banales, objetos huecos y desentendidos de su naturaleza¹⁴⁸.

Tiempo real, o lo que yo entiendo como tiempo virtualizado, y objetos que al aparecer ya han desaparecido, son dos variables indiscutibles no sólo para la formación del simulacro desde nuestro presente, sino para su propia permanencia, y que ante todo se nos presenta en un grado cero de notoriedad, es decir, como si este tiempo virtualizado y estos objetos que al aparecer ya han desaparecido fueran invisibles para la sociedad, pues de ser vistos, evidenciarían con esto su engaño y así mismo lo torpe que se ha comportado la sociedad. Y no hay que olvidar que este engaño a su vez, empíricamente corresponde a estos elementos que he mencionado como eje de mis reflexiones: los *mass media* y el mercado, que son precisamente los elementos donde la teoría baudrillariana descansa.

La permanencia del simulacro, entonces, depende de esta ilusión con la que es proyectada a raíz de estas dos variables empíricas de las que se alimenta, una ilusión que no obstante deja sospechas, que pone en peligro dicha permanencia del simulacro, pues

¹⁴⁸ —El enigma es el del objeto que se ofrece en una transparencia total, y que, por consiguiente, no se deja naturalizar por el discurso crítico o estético. El enigma de un objeto superficial y artificial que consiguió preservar su artificialidad, desprenderse de cualquier significación natural para adoptar una intensidad espectral, vacía de sentido, que es la del fetiche”. Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto, op. cit.*, p.105.

está latente la posibilidad de que los integrantes que componen una sociedad, logren notar la ilusión para así escapar del simulacro, y de este modo poder ver la realidad, es decir, los elementos y los vínculos que nos reafirman como especie, como sujetos reafirmando en su momento histórico, eso es lo que yo llamo realidad y a la cual todavía es posible dirigirse como una, pero no de manera dogmática, ya que la realidad ha de estar abierta, siempre en constante transformación, de ahí lo complicado de dilucidar sus formas y contenidos.

De esta manera, escapar a la ilusión supone escapar al simulacro que los *mass media* y el mercado imponen. Cabe destacar, que por el contrario, la eliminación de la ilusión, que no significa la desaparición del plano de lo social, sino que por el contrario, que perdamos la capacidad de notarla, lo que nos pone al borde del precipicio, ya que con la eliminación de dicha ilusión llega a su fin la inteligencia y la imaginación, por lo que entramos en una fase posdialéctica¹⁴⁹ en donde el sujeto representado ha llegado a su fin tal y como menciona Juan Pablo Córdoba en su tesis dedicada al pensador que nos ocupa¹⁵⁰.

2.1.2. El fin de la ilusión

La existencia de la ilusión nos habla de la posibilidad de notar la existencia del simulacro, y de esta forma notar esta treta de la que somos parte y que se ha instituido bajo la estructura criminal del simulacro; por lo tanto, notar dicha existencia abre la posibilidad del regreso a la realidad, o cuando menos, la permanencia del ejercicio que se desarrolla con la inteligencia y con la imaginación, los cuales son actos indiscutiblemente de

¹⁴⁹ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.2 *—La metamorfosis de la sociedad occidental—*, p. 192.

¹⁵⁰ *Vid.*, Juan Pablo, Córdoba Eliás, *La elipse del poder: lectura del ensayo político en Jean Baudrillard (Tesis de maestría)*, México, UNAM, 1993, pp. 23-34.

manufactura humana. Por el contrario, las apariencias y el juego letal de la seducción quedan de manifiesto dentro del tenor que ofrece la ilusión, provocando de esta manera un deterioro sobre la inteligencia y la imaginación.

Hablamos de la ilusión como factor de encubrimiento del simulacro, que no obstante, es precisamente una evidencia clara de este encubrimiento, y de su propia razón de existencia. La ilusión como evidencia es entonces lo que impide que el fenómeno del simulacro aún no haya llegado al nivel cero de notoriedad, la ilusión como evidencia nos deja abierta la posibilidad del desciframiento, y con ello, la posibilidad de descifrar al mundo de la ilusión, (el mundo determinado por el simulacro), lo cual nos permite llegar a la base real del mundo, una base que todavía es posible dilucidarla, muy a pesar de que para Baudrillard las posibilidades son prácticamente inexistentes, debido a que la especie humana ha perdido la voluntad, con lo que ha provocado la inexistencia de lo real¹⁵¹ y como ya lo he dicho en el capítulo anterior, 1968 es el inicio de esta pérdida de voluntad y por lo tanto de la confusión en la que se cae con respecto a lo real.

La ilusión hoy en día, es un fenómeno tan avanzado que incluso se encuentra en la misma forma en cómo hoy se nos presentan los objetos, objetos llenos de seducción, que son capaces de transformar nuestro entorno, y no sólo ello, sino nuestra propia antropología. Nuestra antropología se ve violentada al experimentar dicha transformación, pues no se trata de una transformación biológica y libre, sino de un cambio social que es además conducido. Un ejemplo claro de estos objetos llenos de seducción y que son

¹⁵¹ —Pero no existe voluntad. No existe lo real. No hay algo. Hay nada. Es decir, la ilusión perpetua de un objeto inaprehensible, y del sujeto que cree aprehenderlo. La ilusión de una Cosa, y de una causalidad racional, reconfortante sin duda para nuestro intelecto, pero inimaginable en cualquier otro universo, incluido el universo micro-físico. Como dice Updike: «Dios sólo es responsable de lo que podemos ver y oír, pero en modo alguno de lo que existe en el mundo microscópico». Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, p. 29.

conducidos por el propio interés social, es el fenómeno de la moda. La moda que desde nuestro presente toma un papel cada vez más superfluo y frívolo¹⁵², y que puede entenderse como una herramienta de vital importancia para el simulacro¹⁵³.

El fenómeno de la moda tal y como hoy se nos presenta, promueve una ilusión, es un engaño que como sabemos tiene un pasado¹⁵⁴, el engaño de su seducción, el engaño de utilizar un atuendo para ser alguien diferente. Y este fenómeno de la moda como promotor de la ilusión, es hoy en día visible, basta con señalar el ejemplo de Modesto Lomba, un afamado diseñador de modas, el cual nos dice que: *—Es el tronco que he encontrado en este naufragio de la moda, en el que nos salvamos, es el concepto de la ilusión¹⁵⁵”*.

La ilusión tal y como se nos presenta hoy en día, puede ser entendida como un asunto de negocios, pues tan sólo habrá que revisar los contenidos actuales de la publicidad, la cual es una enorme estructura dedicada digamos, a administrar la ilusión, para así entender el gran negocio que queda contenido ahí. La ilusión como la moda hoy más que nunca se separan de la historia, ya que no hay que perder de vista, que la razón de ser de la moda, se debe al proceso socio-histórico de la indumentaria, por lo que se vuelve cada vez más frívola y superflua, constituyendo así lo que yo diría, una necesidad hacia el

¹⁵² —[...] el reino de la moda abarca todo. Nada de lo que entre en el ámbito del comercio humano puede sustraerse a su garra. Silenciosa como un ladrón en la noche, se introduce en todas partes y acaba por adueñarse también de aquellos que no quieren entregarse a ella, como lo expuso William Shakespeare en una conversación entre sirvientes, en su comedia Mucho ruido para nada: ¿No ves, te digo, qué pícara alocada es esta moda? ¿Con que engaños maneja a toda la sangre joven entre los catorce y los treinta y cinco años? Tan pronto los arregla como los soldados del faraón en un cuadro ahumado; a veces como los sacerdotes del baal en el antiguo vitral de la iglesia; a veces como el Hércules rapado de los tapices tizanos y comidos por los gusanos, donde su bragueta es tan grande como un garrote.” —Puede ser, veo que la moda tiene más vestidos que el hombre. ¿Pero no te ha mareado también a ti, que te has desviado de tu historia para hablarme de ella?” El cuerpo humano en su totalidad es configurado por ella, en los ademanes y en el andar, en el movimiento y en la expresión. Hasta la salud y la enfermedad le están sometidas”. Rene, Koning, *op. cit.*, pp. 29-31.

¹⁵³ *Infra*, Capítulo I. Subtema 1.2.1 *—El arte y su ascenso en el mundo visual*”, p. 26.

¹⁵⁴ *Infra*, Capítulo I. Subtema: 1.2.1 *—El arte y su ascenso en el mundo visual*”, p. 28.

¹⁵⁵ Modesto, Lomba, *—Lo importante es no confundir moda con diseño*”, en [gentedigital.es](http://www.gentedigital.es), 2009. URL: [http://www.gentedigital.es/gente-y-tv/noticia/13990/lo-importante-es-no-confundir-moda-con-diseno/.](http://www.gentedigital.es/gente-y-tv/noticia/13990/lo-importante-es-no-confundir-moda-con-diseno/), revisado el 03 de agosto de 2009.

engaño, la gente una vez que ha perdido la “voluntad de sí”, la voluntad de constituirse como individuo autónomo, es decir, como el Zaratustra de Nietzsche, opta por desentenderse del mundo, por lo que desarrolla entonces la necesidad del engaño, que es peor aún cuando se trata de un autoengaño, un autoengaño que pasa por la idealización de la cosa en sí, y la que sólo los verdaderos seres humanos, los Zaratustras, pueden notar¹⁵⁶.

El engaño de la moda reside entonces en el cambio del significado, pues una pieza se vuelve más que un asunto de buen gusto y satisfacción, ya que ahora es completamente emocional, como si de ello dependiera la propia existencia del ser humano, tomando como ejemplo los comentarios de Modesto Lomba al decirnos que:

Nos hemos separado y cada vez nos vamos a separar más de lo que significó la moda, la desaparición de la alta costura y la aparición del pret à porter. Es hablar de otro significado. ¿Cómo puedo hacer yo para generar que tú tengas la necesidad de comprar algo? Vendíendote ilusión, a través de la emoción del arte, o de la concepción de algo emocionante, de un mundo mágico, de una pieza que parece estéticamente maravillosa, estamos viendo la fibra de lo emocional¹⁵⁷.

Los objetos al fetichizarse se convierten en una ilusión, eso es justamente lo que pasa con la moda, que al entrar en el mercado y ser parte de la estructura de la publicidad adquiere las características de un ídolo¹⁵⁸ al que continuamente se le rinde culto. Y se trata del culto a algo que no es real, por lo que el culto a una imagen, que se ha desentendido de su referente histórico, sólo se puede dar por medio de la ilusión que ahí se manifiesta y con la que se instituye un sin-sentido en nuestras propias prácticas de consumo. De esta manera

¹⁵⁶ “Mi instinto es aquí infalible. –Buen estilo en sí– una pura estupidez, mero «idealismo», algo parecido a lo «bello en sí», a lo «bueno en sí», a la «cosa en sí». Dando siempre por supuesto que haya oídos, –que haya hombres capaces y dignos de tal *pathos*, que no falten aquellos hombres con los que es lícito comunicarse. – Por ejemplo, mi *Zaratustra* busca todavía ahora esos hombres – ¡ay!, ¡tendrá que buscarlos aún por mucho tiempo! Es necesario ser *digno* de oírle... Y hasta entonces no habrá nadie que comprenda el *arte* que aquí se ha prodigado”. Friedrich, Nietzsche, *Ecce homo. Cómo se llega a ser lo que se es*, Madrid, Alianza, 1976, p. 61.

¹⁵⁷ Modesto, Lomba, *op. cit.*

¹⁵⁸ *Infra*, Capítulo I. Subtema 1.1.1 “El ídolo y su pasado”, p.13.

se trata de prácticas que tienen su explicación en el pasado, en este caso en las formas que han sido heredadas desde esta idea del ídolo.

La moda se ha convertido así en un fetiche, con lo que se logra una distorsión de los efectos y de las causas como apunta Baudrillard¹⁵⁹. La ilusión como apariencia del mundo encuentra en la moda la forma emocional de transformar nuestra antropología, pues, qué son las campañas publicitarias del *Palacio de Hierro*, sino ello, dicha publicidad al vender un estereotipo, el cual es en este sentido un objeto desprovisto de su referente histórico, está vendiendo una ilusión, una ilusión que por ejemplo desde la plástica, Lorena Wolffer denuncia por medio de su obra artística que lleva por título: *—Soy Totalmente de Hierro—* la cual es una contracampaña en relación a la campaña publicitaria de *—Soy totalmente Palacio—* que expone aquellos malestares que la ilusión provoca, malestares a los que hace alusión Wolffer en parte de su obra cuando nos dice *—el problema es que pienses que mi cuerpo te pertenece—* con esto, Wolffer hace un reclamo que va en contra de la ilusión de todo un conjunto de imágenes alusivas a la idea de *—Soy totalmente Palacio—*, con lo que pretende hacer mostrar aquello que la ilusión se empeña en exterminar por medio de un estereotipo, el estereotipo de la mujer bella y sexy, y esto que pretende exterminar la ilusión, es la posibilidad de aniquilar la propia pluralidad, manipulando así no sólo nuestras nociones de feminidad, sino las propias nociones del género humano¹⁶⁰. Lo interesante

¹⁵⁹ Vid, Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., pp.85-86.

¹⁶⁰ —Por medio de diez espectaculares colocados en distintos puntos de la ciudad, esta "contracampaña" buscaba cuestionar y contestar las representaciones estereotípicas femeninas adoptadas por la campaña publicitaria Soy Totalmente Palacio (de la tienda departamental El Palacio de Hierro) y por otras tantas que irrumpen en el entorno urbano. Las obras se valían de retóricas antagónicas y opuestas a las empleadas en Soy Totalmente Palacio, generando así un espacio "publicitario" alterno que invitaba al análisis de las intrincadas formas en las que la sociedad —a través de uno de sus medios más contundentes y reveladores— construye y manipula nuestras nociones de feminidad". Lorena, Wolffer, —obra—, en lorenawolffer.net, 2008. URL: <http://www.lorenawolffer.net/dossier/00home.html>, revisado el: 06 de 11 de 2009.

aquí en Wolffer es el hecho de que abre la posibilidad a una crítica radical a la ilusión, y con ello al simulacro¹⁶¹.

Por lo tanto, hay que decir que la ilusión se trata de un engaño en el que las personas se refugian a consecuencia de haber renunciado al papel que significa la historia, pues como lo dice Foucault, la historia no le permite a los hombres desentenderse de sus límites, y si acaso ellos lo hacen, por fuerza de una apariencia, es decir, de una ilusión, la cual muy a pesar de pretender el dominio de la naturaleza, su manipulación, no es capaz de llevarse a cabo, ya que toda antropología humana es finita¹⁶². Por lo que de esta manera, la moda como fetiche se vuelve una reacción en cadena, en donde sus significantes son irreales e instantáneos, pues han sido desposeídos de todo sentido, tal y como apunta Baudrillard:

Los fetiches se comunican entre sí según la omnipotencia del pensamiento con la rapidez del sueño. Mientras que los signos mantienen entre sí una relación diferida, los fetiches siguen una reacción en cadena inmediata, porque son de una sustancia mental indiferente. Lo vemos en los objetos de moda, cuya transmisión es irreal e instantánea, porque carecen de sentido. También las ideas pueden tener este modo de transmita: basta con fetichizarlas¹⁶³.

A pesar de que la moda se erige como una estructura que hechiza a las personas debido a la fuerte seducción con las que las acapara, esto no quiere decir que lo que se exprese en la moda sea tomado como real; pues si la moda, que es una ilusión, no es tomada por todos como real, quiere decir que el simulacro todavía no ha llegado al nivel

¹⁶¹ *Supra*, “Conclusiones”, p. 211.

¹⁶² “Vemos el papel que desempeñan la Historia y la antropología, una en relación con otra. No hay historia (trabajo, producción, acumulación y aumento de los costos reales) sino en la medida en que el hombre, en cuanto ser natural, es finito: finitud que se prolonga mucho más allá de los límites primitivos de la especie y de las necesidades inmediatas del cuerpo, pero que no deja de acompañar, cuando menos en sordina, todo el desarrollo de las civilizaciones. Mientras más se instale el hombre en el corazón del mundo, mientras más avance en la posesión de la naturaleza, más fuertemente también lo presiona la finitud, más se acerca a su propia muerte. La Historia no permite al hombre evadir sus límites iniciales —a no ser en apariencia, y si se da a “límite” el sentido más superficial; pero si se considera la finitud fundamental del hombre, se percibe que su situación antropológica nunca deja de dramatizar más aún su Historia, de hacerla más peligrosa y de acercarla, por así decirlo, a su propia imposibilidad”. Michel, Foucault, *Las palabras y las cosas*, México, Siglo XIX, 2005, p 254.

¹⁶³ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, pp. 100-111.

cero de invisibilidad, esto debido a que las personas aún notan que aquel modelo que ven en la pantalla, no es precisamente lo que más abunda en la sociedad, por lo que pueden ver aún la ilusión que hay en dicho modelo. De esta manera, todavía se puede ver la resistencia que hay de lo real por escapar de esa ilusión; es una ilusión que efectivamente hechiza a sus espectadores de sobre manera, pero que no obstante, muchos de ellos, que pueden ser una minoría, notan aún que lo que hay ante sus ojos, a pesar de parecer tan real no lo es del todo, es decir, que todavía existe una sospecha, la sospecha misma que involucra la propia ilusión.

De esta forma, digo que una parte de los seres humanos aún pueden ver lo que hay más allá, o dicho de otra manera, lo que hay detrás de su pantalla, lo que hay tras del anuncio publicitario. Entonces si se quiere salir de este juego perverso de la ilusión y el simulacro, los seres humanos deben idear la forma de terminar con la ilusión, terminarla de golpe y de manera definitiva. Destruir la ilusión significa que el ser humano pueda volverse a reafirmar en su realidad, que es una realidad socio-histórica, y no como está ocurriendo ahora, que se reafirman en una ilusión, la reafirmación de los seres humanos, involucra así la propia confirmación de su inteligencia y su imaginación. Aniquilar la ilusión, es entonces hacer uso de la inteligencia y de la imaginación, o mejor dicho, recuperar dicho uso, y esto es precisamente la razón del porque hay que descifrar al mundo, respondiendo con ello a la pregunta que nos hace Baudrillard:

So pena de aterrorizarnos, tenemos que descifrar el mundo, y aniquilar, por tanto, su ilusión primera. No soportamos el vacío, ni el secreto, ni la apariencia pura. ¿Y por qué tenemos que descifrarlo, en lugar de dejar que irradie su ilusión como tal, en todo su esplendor? Pues bien, también eso es un enigma, y forma parte del enigma que no podamos soportar su carácter enigmático. Que no podamos soportar su ilusión ni su apariencia pura forma parte del mundo. Tampoco

soportaríamos mejor, si tuviera que existir, su verdad radical y su transparencia¹⁶⁴.

Pero qué ocurre si la ilusión desaparece por sí misma, y si nuestra mirada termina cediendo ante la ilusión del modelo, es decir, que perdamos de manera total la imaginación y la inteligencia, con lo cual ya no pudiéramos notar diferencia alguna entre ilusión y realidad, la realidad socio-histórica, la misma que pertenece al tiempo histórico-social.

Dejar de notar la ilusión, es provocar que ésta desaparezca, más no significa su destrucción, no notar la ilusión nos colocaría como tibios espectadores resumidos a su mínima expresión, algo así como sensuales cuerpos condenados a la obsesiva acumulación de las formas y los diseños, perdidos entonces en el vacío, tal y como si padeciéramos los efectos de una lobotomía hecha por nosotros mismos. Entonces encontrarnos como si estuviéramos recién suturados viviendo los efectos de un profundo déficit de inteligencia y de imaginación, con una mirada completamente obscena; con la mira hundida en una pantalla, atrofiada por imágenes que degradan no sólo nuestra mirada, sino nuestra misma condición humana¹⁶⁵.

Espectadores, muy probablemente toda nuestra vida hemos sido espectadores, de ahí que ningún proyecto revolucionario haya terminado de cuajar, tan sólo habría que decir que ningún movimiento revolucionario se consolida en vida de Marx. A pesar de ello habrá que sospechar cuando menos en la posibilidad de que en el pasado las personas vivían los efectos de la ilusión de una forma menos intensa, o no de la misma manera como hoy ocurre en buena parte de nuestras sociedades, y esto, principalmente debido al

¹⁶⁴ *Ibid.* p. 13.

¹⁶⁵ —La obscenidad es la proximidad absoluta de la cosa vista, el hundimiento de la mirada en la pantalla de la visión: hipervisión en primer plano, dimensión sin retroceso, promiscuidad total de la mirada con lo que se ve. Prostitución”. Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales. op. cit.*, p.58.

desarrollo de la técnica. Los espectadores en el pasado probablemente sabían que lo que ocurría en dichas revoluciones era real, o dicho de otra manera, involucraba a grandes movimientos de masas, a decenas de miles de trabajadores, ya que tan sólo el impacto de los medios de comunicación era más modesto debido a que éstos no existían como los conocemos ahora, aunque esto a ciencia cierta es complicado de demostrar.

A pesar de lo anterior bien podemos decir que ahora, los espectadores, la mayoría de ellos, ya no saben que es lo que ven, como si ya no existiera ningún tipo de razonamiento valido para lo que hay ante sus ojos¹⁶⁶, como si ya se hubieran cansado de pensar, por lo que ahora reciben indicaciones para ver lo que tienen que ver, por lo que las imágenes se presentan resignificadas, completamente virtualizadas ya sin siquiera notar la ilusión que hay en ellas. Es justamente como la ópera de Pekín de la que nos habla Baudrillard, y en la que en un principio los actores montando una ilusión provocaban que ésta fuera vista por los propios espectadores, pero al llegar a nuestros días, esta re-presentación escénica gracias al desmedido uso de la técnica, tal parece que pretende disolver por completo su ilusión, por lo que ahora los espectadores (muchos de ellos lobotomizados) se inscribieran de manera completa en la perfección del simulacro, que habiendo desvanecido la ilusión deja a dichos espectadores ya sin siquiera poderlo sospechar, ya no digamos notar:

Desde siempre, del mudo al sonoro, y después al color, al relieve y a la gama actual de los efectos especiales, la ilusión cinematográfica se ha ido escapando en pos de la *performance*. Ya no hay vacío, ya no hay elipsis, ya no hay silencio. Cuanto más nos acercamos a esta definición perfecta, a esta perfección inútil, más se pierde la fuerza de la ilusión. Basta con pensar, para convencerse de ello, en la Ópera de Pekín, donde, con el simple movimiento de sus cuerpos, el anciano y la muchacha escenificaban la extensión del río, o donde, en la escena del duelo, los dos cuerpos rozándose sin tocarse con sus armas hacían físicamente palpables las tinieblas en que se desarrollaba el duelo. Allí, la ilusión era total, un éxtasis físico y material más que estético o teatral, precisamente porque se había eliminado cualquier presencia realista de la noche y del río. Hoy, el escenario sería

¹⁶⁶ *Supra*, Capítulo III, Tema 3.3 –*La Sociedad Visual y su Fatalidad*”, p 181.

alimentado con toneladas de agua, y el duelo sería rodado en la oscuridad con infrarrojos¹⁶⁷.

Ya para terminar con este punto, hay que decir que la discusión se orienta en saber si acaso podemos hablar de una eliminación de la ilusión, o si después de todo habría que referirnos a un desvanecimiento por sí misma. Y como es de imaginarse, la inclinación hacia una posición u otra, nos ha de hablar acerca de la posibilidad que tiene la especie humana por reafirmarse, o por el contrario, esta esperanza ya se ha perdido y lo que hoy estamos presenciando es un desvanecimiento de la propia especie por fuerza de los mismos límites de la dialéctica, para de esta manera enfrentarnos a lo que se puede vislumbrar como una impresionante metamorfosis¹⁶⁸, que como ya lo he dicho, al referirme a Foucault, se trata de una transformación antropológica, la transformación de lo que puede ser la última expresión del ser humano a efecto de haberse consumido las propias esperanzas de la antropología, esperanzas que ya habían sido quemadas desde el siglo XIX en manos de Nietzsche.

La eliminación de la ilusión, o el desvanecimiento por sí misma, nos habrá de enfrentar a la posibilidad de un nuevo tipo de pensamiento donde los fenómenos mediático y de consumo¹⁶⁹, se constituyan como los pilares fundamentales de nuestra sociedad, y

¹⁶⁷ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, p.48.

¹⁶⁸ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.3.2 *—La metamorfosis de la sociedad occidental—*, p.194.

¹⁶⁹ *—En la sociedad de consumidores nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede conservar su carácter de sujeto si no se ocupa de resucitar, revivir y realimentar a perpetuidad en sí mismo las cualidades y habilidades que exigen en todo producto de consumo. La —subjetividad— del —sujeto—, o sea su carácter de tal y todo aquello que esa subjetividad le permite lograr, está abocada plenamente a la interminable tarea de ser y seguir siendo un artículo vendible. La característica más prominente de la sociedad de consumidores —por cuidadosamente que haya sido escondida o encubierta— es su capacidad de transformar a los consumidores en productos consumibles, o más bien de disolverlos en un mar de productos—. Zygmunt, Bauman, *Vida de consumo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2009, p. 25; 26.*

quizá de nuestra propia forma de hacer teoría¹⁷⁰. Siendo así se trata de un nuevo momento en nuestra historia lleno de inestabilidad, en donde las concepciones de la propia antropología se habrán de redefinir¹⁷¹.

Hasta aquí he expuesto las problemáticas más relevantes que se expresan actualmente en el fenómeno del simulacro, donde puedo resaltar este problema que hay con la ilusión como uno de los más significantes. Ahora doy paso al siguiente apartado, en donde me detendré a analizar el papel de los *mass media*, como uno de estos dos elementos empíricos (el mercado es el otro de ellos) que he señalado

2.2. Imagen Virtual y los *Mass Media*

Baudrillard nos dice que en esta nueva manera de ver al mundo, donde el simulacro se ha vuelto preponderante, el secreto se ha terminado, pues ahora lo único que hay es la transparencia, y es la transparencia de la comunicación la que ha llegado a su fin, esto debido al gran flujo de información en el que ahora estamos expuestos. No obstante, entiendo aquí a un Baudrillard irónico, de ahí el propio riesgo que involucra tomarlo literalmente, dado que cuando nos habla de esta transparencia, nos está diciendo de un ataque a la alteridad, lo que significa una exterminación del otro por cuenta del desarrollo

¹⁷⁰ —Una verdadera teoría de los objetos y del consumo se fundará no sobre una teoría de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación”. Jean, Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo XXI, 2005, p. 2.

¹⁷¹ La muerte de Dios, la inminencia del superhombre, la promesa y el terror del gran año en vano retoman palabra por palabra los elementos que se disponen en el pensamiento del siglo XIX y forman su red arqueológica: de ello sólo queda que prendan fuego a todas estas formas estables, que dibujen con sus restos calcinados rostros extraños, imposibles quizá; y en una luz de la que no se sabe aún con justicia si reanima el último incendio o si indica la aurora, vemos abrirse lo que puede ser el espacio del pensamiento contemporáneo. En cualquier caso, es Nietzsche el que ha quemado para nosotros, y antes de que hubiéramos nacido, las promesas mezcladas de la dialéctica y de la antropología. Foucault, Michel, *Las palabras y las cosas*, *op. cit.*, p. 257.

de nuestras virtualidades: *–Con lo Virtual, no sólo entramos en la era de la liquidación de lo Real y de lo Reverencial, sino también en la era del exterminio del Otro¹⁷²”*.

Hay una destrucción del *–otro¹⁷³”, ése es el gran malestar para nuestras sociedades contemporáneas desde la óptica de Jean Baudrillard, pues nos dice que nos encontramos ante una especie de purificación étnica, y dicha purificación es aquella que ocasiona la eliminación de la otredad: –Es el equivalente de una purificación étnica que no sólo afectará a unas poblaciones concretas, sino que se encarnizará con todas las formas de alteridad¹⁷⁴*. Hay un exterminio del otro, un exterminio que es asistido por cuenta de un proceso de edición, es decir, un proceso tecnológico, y es entonces que hay mucha más claridad con respecto a este exterminio si invertimos la preposición que Baudrillard nos ofrece: *–Se acabó el secreto: la transparencia”*.¹⁷⁵, es decir, en lugar de afirmar que se acabó el secreto a consecuencia de la llegada de la transparencia, sería más oportuno invertirla diciendo que se acabó la transparencia a consecuencia de la llegada del secreto.

En este sentido, el secreto va orientado en aquello que dejamos de comprender, o mejor dicho en aquello que renunciamos a entender, lo cual se puede expresar en los términos de una involución, por lo que es toda una catástrofe que acompaña a nuestros tiempos, a los tiempos de una sociedad bajo los efectos de una gran metamorfosis, la cual va orientada en el sentido de una regla absoluta, la regla de renunciar a la inteligibilidad del mundo, lo cual es un acto de retorno a la ininteligibilidad, y esto es, en definitiva la gran evidencia para poder hablar de la metamorfosis a la que hoy nos enfrentamos, misma que se nos presenta como un secreto, el mismo que ha terminado con toda transparencia y que por

¹⁷² Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., p. 149.

¹⁷³ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.2.2 *–El efecto iPod”*, p. 179.

¹⁷⁴ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., p. 149.

¹⁷⁵ *Ibid.* 150.

lo tanto, nos arroja a un mundo que según Baudrillard renuncia a su propia existencia:

...el mundo no intenta seguir existiendo, ni perseverar en la existencia. Busca, por el contrario, el medio más espiritual de escapar a la realidad. Busca, a través del pensamiento, lo que puede llevarlo a su pérdida. La regla absoluta es devolver lo que se te ha dado. Nunca menos, siempre más. La regla absoluta del pensamiento es devolver el mundo tal como nos ha sido dado -ininteligible- y si es posible un poco más ininteligible.¹⁷⁶

El secreto, aquello que no vemos pero que se encuentra en la sociedad, es decir, que tiene lugar a través de una latencia, se aloja principalmente en el proceso de edición, el cual corre a cargo de la circulación audio-visual que promueven los *mass media* y que es justamente esta liquidación de lo real y del “otro”, lo que nos pone en el escenario de una gran metamorfosis, la cual ha sido iniciada para 1968 con el monopolio del orden simbólico expresado en la televisión¹⁷⁷. Por lo que la televisión rompe con todo fetiche favoreciendo así la emergencia de la Sociedad Visual.

De esta manera, la eliminación de la transparencia como significado de ver la diferencia del otro –algo que es contrario a la exterminación– tiene lugar luego de que dicha transparencia es sustituida por el secreto, el secreto de edición –como imitación– que hay en los *mass media* y que nos impide ver ese asesinato del otro; ahora bien, esto no significa que en el pasado nuestra realidad se haya presentado transparente, pues esto nos provocaría caer en una ingenuidad, dado que estriba en que la transparencia ha venido transformándose a tal punto que conforme el tiempo ha transcurrido y nuestro dominio sobre la técnica ha aumentado, dichas variables se han venido incrementando con respecto al pasado, ya que hoy nuestros cambios son más acelerados, una aceleración que se viene a dar a partir de la implantación del capitalismo al Estado moderno y que por ejemplo

¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 145.

¹⁷⁷ —[.]podemos decir que la televisión está produciendo una permutación, una metamorfosis, que reviste en la naturaleza misma del homo sapiens. La televisión no es solo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paídea*, un instrumento antropogénico, un *medium* que genera un nuevo *ántropos*, un nuevo tipo de ser humano”. Giovanni Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, op. cit., p. 36.

provocará un mayor desarrollo en la economía y en la consolidación de la clase burguesa¹⁷⁸.

Esto último tendrá tanto impacto que a consecuencia del excedente de variables acumuladas conforme se va dando el transcurso del tiempo, nuestra transparencia se torna ahora como un secreto capaz de haber construido una realidad paralela a la que en principio conocíamos, una realidad que bien puede ser virtual, y que para Baudrillard ahora determina nuestra forma de vivir en sociedad y la cual en un principio se aloja dentro de la realidad primera, por llamarla así, aunque más tarde tiene lugar un fenómeno de traslación, de esta manera es como si la gente estuviera migrando de la realidad primera (la realidad socio-histórica), a la realidad virtual, y así no tuviéramos la capacidad de diferenciar entre una y otra, por lo que ahora dicha forma de apreciar al mundo, a la realidad, se nos presenta como un secreto, un secreto enmarcado en la estructura de la pantalla, ahí donde toda posibilidad a la otredad queda eliminada.

El secreto se esconde en todo lo que no somos capaces de ver, he ahí la dificultad de nuestro tiempo, y he ahí el problema para llegar a la escapatoria de este propio exterminio del que somos parte y que vemos con desinterés enorme. Exterminamos al "otro" a partir del ejercicio de nuestros propios actos que se manifiestan dentro de la práctica cotidiana, actos que como se ha dicho caen en un completo desinterés, debido a que el "otro" deja de existir como posibilidad de la diferencia, y al dejar de existir todo se nos presenta de

¹⁷⁸ —De ahí que el Estado moderno, que no ha creado el capitalismo pero sí lo ha heredado, tan pronto lo favorezca como lo desfavorezca; a veces lo deja expandirse y otras le corta sus competencias. El capitalismo sólo triunfa cuando se identifica con el Estado, cuando es el Estado. En su primera gran fase, la de las ciudades-Estado de Italia, en Venecia, en Genova y en Florencia, la élite del dinero es la que ejerce el poder. En Holanda, en el siglo XVIII, la aristocracia de los Regentes gobierna siguiendo el interés e incluso las directrices de los hombres de negocios, negociantes o proveedores de fondos. En Inglaterra, con la revolución de 1688, se llega asimismo a un compromiso semejante al holandés. Francia mantiene un retraso de más de un siglo: sólo con la revolución de julio, en 1830, se instalará por fin cómodamente la burguesía de los negocios en el gobierno". Fernand, Braudel, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de cultura económica, 1986, p. 27.

manera plana, diría Baudrillard en tono irónico, “transparente”, en mi opinión, como un “secreto”. Y se trata de una eliminación clara, no desde un punto de vista físico o material, sino desde un sentido que corresponde a las prácticas del pensamiento, el pensamiento se contrae para de esta manera ser presa fácil del discurso mediático y de toda esta enorme seducción que opera en él y en el mercado.

El secreto entonces, está en la homogenización del “otro”, esa homogenización se nos presenta de una manera oculta principalmente por medio un proceso virtual, el cual no puede ser analizado desentendido de la base de los *media*. Para Baudrillard esta homogenización corresponde a una mutación de los objetos, los cuales están inmersos en un ambiente moderno que provocan un desplazamiento de las gestualidades y de los movimientos corporales por el uso de los medios electrónicos los mismos que nos inscriben en una única escena:

Las mutaciones decisivas de los objetos y del entorno moderno proceden de una tendencia a la abstracción formal y operacional de los elementos y de las funciones, de su homogeneización en un único proceso virtual, del desplazamiento de las gestualidades, de los cuerpos, de los esfuerzos a unos mandos eléctricos o electrónicos, de la miniaturización en el tiempo y en el espacio de los procesos cuya auténtica escena —que ya no es una escena— es la de la memoria infinitesimal y del micro proceso.¹⁷⁹

2.2.1. Los mass media en el simulacro

Tal y como se nos presentan, los *mass media* han logrado infectar la propia transmisión de la información, pues ésta, de tanta que es, tal parece que se vierte de su propio espacio que la contiene; al ser demasiada ya no puede estar dirigida a nadie, por lo que ahora su intención reside en el hecho de ser lanzada¹⁸⁰, infectando con ello la manera en como hoy

¹⁷⁹ Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales. op. cit.*, p. 65.

¹⁸⁰ “La información no deja de ser un misil errático, de incierto destino, que busca su presa, pero cae en todas las engañifas; es también en sí misma una engañifa, de hecho mea fuera del tiesto, y su resultado las más de

se nos presentan las imágenes, imágenes que expresan sobre todo tendencias publicitarias, se trata entonces, de símbolos que buscan ante todo ser colocados dentro de la circulación del mercado, símbolos y más símbolos; el símbolo de una marca como auténtica mercancía despojada de todo significado¹⁸¹ como distintivo de lo que hay que comprar, el *glamour* de la compra se reproduce así por medio de esta estructura de los *mass media*, los cuales antes de transmitir la publicidad de productos, transmiten la publicidad de marcas, pues son las marcas la manera en como hoy se erige el consumo, ya que antes que los productos se trata de signos sin significado, por lo que entonces lo que importa son las marcas¹⁸².

De esta manera, nuestro consumo también se nos presenta de una forma infectada, pues éste sólo refleja lo inmediato de nuestras pasiones, la inmediatez de deseos cada vez más superfluos, y que fundamentalmente están interesados por la marca, o lo que bien significa, aquel sello distintivo que es capaz de crear todo un imaginario en el que se centra la distinción, es decir, aquella diferencia que significa la posesión entre un logo u otro. Se trata entonces de un consumo que no nos permite ver más allá de lo que en realidad hay, pues sólo pensamos en la satisfacción instantánea de los deseos, una satisfacción que nos

las veces equivale a cero. La utopía de una publicidad dirigida, de una información dirigida, es la misma que la del misil dirigido: no sabe dónde va a dar, y tal vez su misión no consista en acertar sino, como en el caso del misil, su misión esencial consista en ser lanzado (como su propio nombre indica)". *Ibid.*, pp. 38- 39.

¹⁸¹ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.1.1 *—El problema de la economía simbólica*", p. 145.

¹⁸² Según el crítico publicitario Randall Rothberg, la búsqueda del verdadero significado de las marcas —o la «esencia de las marcas», como se suele llamar— apartó gradualmente a las agencias de los productos individuales y de sus atributos y las indujo a hacer un examen psicológico y antropológico de lo que significan las marcas para la cultura y para la vida de la gente. Se consideró que esto tenía una importancia decisiva, puesto que las empresas pueden fabricar productos, pero lo que los consumidores compran son marcas. Naomi, Klein, *No logo. El poder de las marcas*, Barcelona, Paidós, 2001, pp. 25- 26.

lleva a profundas contradicciones, la contradicción de estar destruyendo nuestro propio hábitat, y con ello la propia alteridad a consecuencia de un consumo desmedido¹⁸³.

La información y el consumo son los dos grandes pilares por los que se sostiene la estructura de los *mass media*, el primero nos lleva a lo segundo, es decir, que al ser transmitido este gran excedente de información por medio de esta renombrada estructura mediática, lo que estamos viendo, en la mayoría de los casos, es un fuerte intento por inducir nuestro consumo, al inducir nuestro consumo nuestras propias ideas quedan atrapadas, es como si la misma capacidad crítica del pensamiento se constriñera, y así, ya no fuéramos capaces de ver más allá de lo que hay en el aparador, entonces, al no haber capacidad crítica, son las multinacionales las que mejores beneficios obtienen: “*Las multinacionales de las marcas pueden hablar mucho de diversidad, pero el resultado visible de sus actos es un ejército de adolescentes clónicos que penetran —«uniformados», como dicen los fabricantes— en el centro comercial global*”¹⁸⁴, peor aún, es como si ya no estuviéramos interesados en saber qué es lo que ocurre más allá de dicho aparador, ya que ahora tal parece que el sentido del mundo se remite a la obtención de un producto, que como ya se ha dicho, es la obtención de una marca, lo que dentro de la Sociedad Visual significa la apropiación de una imagen.

Hoy en día existimos en relación a nuestra imagen, pues sólo en tanto somos vistos es la forma en cómo los demás nos conceden importancia, la cual es tan trascendental que

¹⁸³ —Es la aldea donde estamos mutuamente conectados por una red de marcas, pero el revés de cuya trama consiste en arrabales como los que vi en Yakarta. IBM sostiene que su tecnología está presente en todo el mundo, y es verdad; pero con frecuencia esa presencia significa que los obreros mal pagados del Tercer Mundo fabrican los microcircuitos de ordenador y las baterías que mueven nuestros aparatos. En las afueras de Manila, por ejemplo, conocí una muchacha de diecisiete años que ensambla unidades de CD-ROM de IBM. Le dije cuánto me sorprendía que alguien tan joven pudiera realizar ese trabajo de alta tecnología. «Nosotros hacemos los ordenadores», me dijo, «pero no sabemos manejarlos». Después de todo, parece que nuestro planeta no es tan pequeño”. *Ibid.*, p. 15.

¹⁸⁴ *Ibid.*, p. 151.

llega a definir nuestra propia vida, por lo que nos enfrentamos ante una lucha por la existencia, que es una lucha por las miradas y en donde las marcas, aquellos sellos distintivos que nos conceden *glamour*, según sea el tipo de marca, se nos presentan como los codiciados tesoros a los que aspiramos y que a su vez ellos mismos quedan enfrascados en una profunda lucha por la obtención y el dominio de los mercados.

De esta manera, información y consumo han infectado la atmosfera de nuestra sociedad, por lo cual ambos elementos se nos mostraran tal y cual se nos presenta un virus, por lo que ahora nuestra sociedad ha quedado intoxicada. La infección de la sociedad queda de manifiesto a consecuencia de la manera en como hoy los *media* impactan en la sociedad, pues su forma de influencia hoy es tan fuerte que son capaces de tomarnos como rehenes tal y como sostiene Baudrillard:

Y todos nosotros, rehenes de la intoxicación de los medios de comunicación, inducidos a creer en la guerra, como antes en la revolución en Rumania, sometidos al simulacro de la guerra como a arresto domiciliario, ya somos todos, *in situ*, rehenes estratégicos: nuestra posición es el televisor, donde virtualmente nos bombardean a diario, mientras seguimos cumpliendo también con nuestra función de valor de cambio¹⁸⁵.

Es tan fuerte esta calidad de rehenes en la que nos encontramos que es como si nos halláramos completamente desprotegidos con lo que sucede allá afuera, por lo que quedamos reclusos al rincón que nos ofrece la televisión, la cual nos sumerge en un engaño, en una fuerte apariencia, y por lo que nos transmite una realidad que dice atestiguar lo que sucede en el mundo, lo que transita por el tiempo socio-histórico, pero lo que en realidad nos ofrece es una hiperrealidad, es decir, una realidad virtual, y por lo que quedamos envueltos en el simulacro, tal y como apunta el propio Baudrillard al referirse

¹⁸⁵ Jean, Baudrillard, *La guerra del golfo no tuvo lugar*, op. cit., p. 11- 12.

que de esta manera terminamos completando nuestra función de valor de cambio¹⁸⁶, ésa es nuestra función dentro del simulacro, objetos con la simple capacidad de cambio y así en busca de más objetos por lo que ahora todo el interés está puesto ahí, y en donde nosotros nos encontramos en un tipo de arresto domiciliario parafraseando a Baudrillard.

Nos enfrentamos ante una lógica perversa que es participe de este nuevo mundo que estamos diseñando y que trazamos fundamentalmente a base de imágenes, la mayoría de ellas desentendidas de todo referente histórico, por lo que ahora nos hallamos ante esta perversidad de cometer una injusticia sin siquiera notarlo, el crimen de estar construyendo los mecanismos que eliminan la otredad. Es una extinción ante todo fundamentalmente estética, de ahí su gran éxito. Hablamos de una estética de mercado en la que su diseño y su sensualidad nos envuelven en un manto de desinterés y arrogancia atenuado con el discurso de la preocupación por sí mismo. Y dicha estética promueve la desaparición del —otr” es lo que hace que la lógica de este mundo sea perversa, que sea implacablemente violenta, pero que para nuestra desgracia no seamos capaces de notar dicha violencia. Y cómo vamos a ser capaces de notarla, cuando ésta se nos presenta por medio de imágenes que cuidan ante todo su proyección, es decir, que de ninguna forma muestran su contenido real.

¹⁸⁶ —Es evidente que el valor está estrechamente vinculado al objeto, pero en este caso, la intención es más limitada y se refiere al valor de uso y al valor de cambio, fundamentos de la producción y del mercado. De entrada, valor de uso y valor de cambio —y la dialéctica que se instaura entre ambos— se me antojan como un edificio racional que postula la posibilidad de equilibrar el valor, de encontrarle un equivalente general capaz de agotar las significaciones y de explicar un intercambio. Entonces es cuando interviene la antropología para invertir esas nociones y romper la ideología del mercado, es decir, el mercado como ideología y no únicamente como realidad. [...] Está claro que el estudio del valor es complejo: de la misma manera que el valor mercantil es aprehensible, el valor signo es figurativo y movedizo, en un momento determinado se consume y se dispersa en el valedor. Cuando todo está sustituido por su factividad, ¿seguimos estando en el mundo del valor o en su simulación?”. Jean, Baudrillard, *Contraseñas*, *op. cit.*, p. 17, 20.

2.2.2. El Internet y lo virtual

La forma en cómo se nos presenta el contenido de la publicidad es prioritariamente a través de la imagen virtual (lugar donde el Internet dentro de nuestra cultura juega un papel preponderante tal y como Castells ha destacado¹⁸⁷), pues es ella la que es capaz de llevar a cabo el engaño, mismo que confunde a sus espectadores al grado de transformar el significado de las cosas, o mejor dicho, la imagen virtual hace que las cosas se nos aparezcan desprovistas de todo sentido, con lo que al momento de observar el logo de las marcas, las personas ya no son capaces de pensar más allá de la inmediatez que está desprovista de todo sentido y de toda capacidad crítica, y que se asienta ante todo en este engaño que manifiesta la imagen virtual.

Así mismo, la condición de rehén a la que ya había hecho alusión, se ve reforzada, dado que este refuerzo proviene a partir de la diversificación que ha experimentado la base de los *mass media*, una multiplicidad que estriba principalmente en los elementos que Internet ha venido a proporcionar a los propios espectadores. Y tal y como nos lo dice Naomi Klein, la publicidad alcanzó en el Internet un tipo de Nirvana que sólo el mundo de la virtualidad sería capaz de hacer:

El lugar de nacimiento de estas nuevas ambiciones de las marcas es Internet, donde nunca hubo ni sombra de separación entre los contenidos editoriales y la publicidad. En la Red, el lenguaje del marketing alcanzó el Nirvana: el anuncio gratuito. En su mayor parte, las versiones que presenta Internet de los anuncios de tiendas que aparecen en los medios de información son similares a los impresos y a los televisivos, pero muchos de ellos también aprovechan la Red para difuminar la línea que separa los contenidos editoriales y la publicidad mucho más agresivamente de lo que pueden hacer en el mundo no virtual¹⁸⁸.

¹⁸⁷ Vid, Manuel, Castells, *op. cit.*, pp. 51-52.

¹⁸⁸ Naomi, Klein, *op. cit.*, p. 60.

Klein nos habla aquí del fenómeno que se significaron los anuncios a raíz del gran crecimiento que tuvieron en Internet, fue tan fuerte este impacto mercadológico que en gran medida la publicidad en Internet hizo de empresas como *Google* y *Yahoo* lo que son en la actualidad (primero y segundo buscador de la red a nivel global respectivamente). Las imágenes que se comenzaron a transmitir por medio de Internet impactaron al mundo, pues se trataba de representaciones que mostraban una oferta más elevada de lo que la televisión había mostrado durante todos estos años, no obstante, que las primeras imágenes en Internet eran más modestas de las que conocemos ahora, pues no hay que olvidar que la velocidad de transmisión por lo menos hoy, es diez veces más rápida que en sus inicios para 1996, de cualquier manera, el Internet representó el paraíso de la imagen y de la publicidad, un edén que no podía ser siquiera pensado en el mundo real, algo que la virtualidad no sólo ha alcanzado, sino incluso dominado.

De esta manera, los anuncios en el Internet poco a poco se han ido sofisticando¹⁸⁹ en la medida que el propio avance tecnológico lo ha permitido; hoy en día podemos ver imágenes que impactan con mayor fuerza a sus espectadores, a tal grado de que se habla que el consumo de Internet ha superado al de la televisión y al de la radio por lo que ahora dedicamos más tiempo a los multimedia¹⁹⁰.

¹⁸⁹ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.3 *—La ilusión del arte contemporáneo*”, p. 44.

¹⁹⁰ —Un estudio elaborado por la Unión Internacional de las Telecomunicaciones destaca la gran expansión de las tecnologías digitales a nivel global: una de cada tres personas tiene ya un móvil, dedicamos más tiempo a los medios digitales en todo el mundo que a ver la televisión, 166 países comercializan ya la banda ancha, Internet posibilita la aparición de nuevos tipos de relaciones sociales, mezcla de realidad y de realidad virtual, etc. Parece un escenario fascinante cuyos protagonistas son nuestros dedos: con ellos podemos comprar, hablar, leer, encargar comida, vestirnos e incluso enamorarnos... ¿Quién podría resistirse?”. Tendencias21.net, El consumo de Internet ya es mayor que el de la televisión y la radio, en tendencias21.net, 2006. URL: http://www.tendencias21.net/El-consumo-de-Internet-ya-es-mayor-que-el-de-la-television-y-la-radio_a1284.html., revisado el 14 de agosto de 2009.

Y esto es así debido a que Internet reúne características que antes de él no podían ser pensadas, sobre todo brinda la posibilidad de estar presentes en la ausencia, con el Internet podemos estar prácticamente en cualquier rincón del mundo, basta tan sólo oprimir un botón para que el poder de su instantaneidad nos lleve de un lugar a otro, de ahí la posibilidad de estar presentes en la ausencia, es decir, que nuestra presencia deja de ser material, para ceder el paso a una presencia virtual, en suma, el Internet es lo contrario a la lentitud en el mundo líquido¹⁹¹.

De esta forma, el Internet concentra el mundo virtual por excelencia, es como si se tratara de un mundo en un cierto punto tan parecido al presencial, y por el otro lado, tan distante a él. La similitud con esta tierra virtual que es Internet, está en que es una copia del real, es decir, una imitación del tiempo socio-histórico, tan es una copia que en el Internet quedan de manifiesto los acontecimientos y los objetos que se suscitan en el mundo real, mismo que se suscribe al tiempo socio-histórico, tiempo alejado de la virtualidad y como ya se ha dicho es ante todo construido a base de la dinámica hecha entre los seres humanos, por lo cual se aprecia fundamentalmente vivo tal y como lo entendía Braudel¹⁹², que a diferencia de él, Baudrillard entiende a tiempo de la historia como muerto, es decir, como

¹⁹¹En el mundo líquido, la lentitud es sinónimo de muerte social. En palabras de Vincent de Gaulejac, “como todos progresan, quien no avanza queda inevitablemente separado de los otros por una brecha que se ensancha”. El concepto de “exclusión” sugiere erróneamente la presencia de alguien que acciona, que desplaza al objeto del lugar que ocupa. En realidad la mayoría de las veces es el estancamiento el que excluye”. Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, op. cit., p. 118.

¹⁹²Creo que la humanidad se halla algo más que semisumergida en lo cotidiano. Innumerables gestos heredados, acumulados confusamente, repetidos de manera infinita hasta nuestros días, nos ayudan a vivir, nos encierran y deciden por nosotros durante toda nuestra existencia. Son incitaciones, pulsiones, modelos, formas u obligaciones de actuar que se remontan a veces, y más a menudo de lo que suponemos, a la noche de los tiempos. Un pasado multiseccular, muy antiguo y muy vivo, desemboca en el tiempo presente al igual que el Amazonas vierte en el Atlántico la enorme masa de sus turbias aguas. Braudel, Fernand, *La dinámica del capitalismo*, op. cit. p. 5.

no real y por lo tanto como inhumano¹⁹³, esto es bastante claro cuando hace referencia a alguna de las ideas propuestas por Canetti¹⁹⁴ el cual nos dice que sin percibirse de ello, el género humano ha abandonado la realidad, y que después de este desánimo lo que ocurre en la sociedad ya no habrá de ser del todo real, de esta manera en el Internet, tiene lugar el mundo de la virtualidad, el cual no es del todo real, siendo lo más grave el hecho de ya no poder entender esta farsa en la que vivimos, y no obstante, no somos capaces de mirar como tal, con lo que podemos apreciar el gran poder contenido en los *mass media*.

2.3. El Riesgo de la Simulación en el Mercado

El riesgo de la simulación estriba en los medios electrónicos como forma que sustenta una escena única, y los cuales se reflejan a través de los *mass media*, la televisión digital y el uso del Internet son los ejemplos más ilustrativos, los mismos que fundamentan la idea de homogenización. Ahora bien, esta escena al no ser delatada, es decir, al no ser vista a profundidad impacta sensiblemente en la reafirmación del “otro” al grado de pulverizarlo; y que corresponde a una práctica que hemos aprendido y desarrollado a partir del ejercicio de la construcción y de la destrucción; usamos las cosas para luego tirarlas ya sin ninguna clase de consideración, esto debido a que los efectos de la producción en serie, del impresionante cúmulo de mercancías circulando y abarrotando el mercado, difunden una homogenización de compra y venta en el carácter humano, dado que al estar de manera inmediata en el mercado, es decir, de ser tan susceptibles a él, el acceso a las mercancías se

¹⁹³ “En la actualidad el tiempo real es nuestro Holocausto. Equivale al otro. No es tan sangriento pero es una forma de lo inhumano”. Jean, Baudrillard, *El paroxista indiferente, op. cit.*, p. 51.

¹⁹⁴ “Una idea penosa: que más allá de un cierto momento preciso del tiempo, la historia ya no ha sido real. Sin percibirse de ello, la totalidad del género humano habría abandonado de repente la realidad. Todo lo que habría ocurrido a partir de entonces ya no sería del todo real, pero nosotros no podríamos entenderlo. Nuestra tarea y nuestro deber consistirían ahora en descubrir este punto, y, en tanto que no lo consigamos, tendríamos que perseverar en la destrucción actual”. Elias, Canetti, citado por Baudrillard, Jean, en: *Las estrategias fatales, op. cit.*, p. 11.

vuelve excesivamente fácil, o mejor dicho, esto es lo que se ha hecho ver a partir del mensaje publicitario, ya que en términos concretos sabemos que esto no es así, debido a que son sólo un cierto tipo de personas las que en realidad tienen acceso a este tipo de mercancías, mientras que el resto únicamente aparentan tenerlo, siendo la piratería el ejemplo más ilustrativo.

Y es precisamente que dicha apariencia forma parte del secreto en la sociedad, como si las personas se hubieran decidido a ser parte de esta farsa debido a que temen enterarse de este pesimismo en el que nos encontramos. El pesimismo radica en comprobar el peligro en el que nos hallamos como sociedad del riesgo, y como nos dice Ulrich Beck, éste puede ser proyectado en lo real de la agudeza social combinado con la paradoja de la abundancia y el consumo acelerado:

Las personas no están en la miseria sino que en general están acomodadas, viven en una sociedad de la abundancia y de consumo masivo (lo cual puede ir ciertamente acompañado por una mayor agudeza en las diferencias sociales); en su mayoría están bien informadas y educadas pero tienen miedo, se sienten amenazadas y, para no dar entrada a la única comprobación posible de sus previsiones real-pesimistas, se comprometen a impedir ser los destinatarios. Una comprobación de la peligrosidad supondría la autodestrucción definitiva, y éste es precisamente el argumento activador de la acción que convierte la peligrosidad proyectada en algo *real*¹⁹⁵.

Por el contrario, cabe resaltar mi desacuerdo con Beck –sin dejar de considerar que sus reflexiones se dirigen principalmente a Europa– cuando dice que las personas no están en la miseria –al referirse tanto para el siglo XIX como para la actualidad–, sino que acomodadas, pues lo que yo estoy pensando es que la miseria ha existido –a excepción de algunos países como el bloque del G7 que han logrado disminuirla considerablemente, que a pesar de ello ésta sigue teniendo una presencia– en la mayor parte del mundo, y referido a

¹⁹⁵ Ulrich, Beck, *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Paidós, 1998. p. 58.

nuestro momento actual, la agudeza social a consecuencia de las diferencias se ha vuelto cada vez más grande, al igual que el problema de la información, ya que no significa que las sociedades se encuentren mejor informadas, sino que esta información al ser tanta ha perdido toda clase de control y logrando así instaurar un ambiente de buena información, pero que en realidad no es así¹⁹⁶.

No obstante, estoy completamente de acuerdo con Beck cuando nos dice que se trata de sociedades abatidas por el miedo, y es precisamente el miedo lo que permite esta realización del secreto, esa parte de la que las personas no se quieren enterar por temor a que la pesadilla se vuelva realidad, es decir, que la sociedad pierda toda posibilidad de escapar de esta contradicción en la que se encuentra, la contradicción que involucra la construcción como posibilidad de la destrucción.

La construcción de uno mismo por vía del consumo (hiperconsumo) y la información (desinformación) es la práctica de aniquilación al "otro", dicha práctica pareciera ser entonces que es una constante dentro de la configuración de la llamada modernidad. Se trata de una aniquilación que bien podría parecer una cirugía estética radical, la cirugía de la clonación que apunta a pulverizar al "otro" al extremo de no dejar huella alguna, con lo que parece entonces que en la modernidad producimos al "otro" como un artículo más de compra y venta tal y como apunta Baudrillard:

La liquidación del Otro va acompañada de una síntesis artificial de la alteridad, cirugía estética radical, de la cual la cirugía de la cara y la del cuerpo no son más que el síntoma. Pues el crimen sólo es perfecto cuando hasta las huellas de la destrucción del Otro han desaparecido. Con la modernidad, entramos en la era de la producción del otro. Ya no se trata de matarlo, de devorarlo, de seducirlo, de rivalizar con él, de amarlo o de odiarlo; se trata fundamentalmente de producirlo. Ya no es un objeto de pasión, es un objeto de producción¹⁹⁷.

¹⁹⁶ "Los medios de comunicación hablan, están ahí para eso. Transmiten el virus. Lo que hace que ejerzan una fascinación extraordinaria a través de todo lo que sean catástrofes, accidentes, violencia, etc. Es la magia negra que mejor funciona". Jean Baudrillard, *El paroxista indiferente*, op. cit., p. 56.

¹⁹⁷ Jean Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., p. 156.

Esta liquidación del “otro” se presenta como un secreto bastante irónico, debido a que por medio del consumo y de la información la manera en cómo se va moldeando esta homogenización, y donde lo irónico radica justo en el momento en que tanto consumo como información tienen los reflectores puestos en sí mismos, pero aparentando que la mirada, es decir, el interés está con la personas, de esta manera la mira del mundo se centra principalmente sobre estas dos variables, pensando así en lo complicado que esto se vuelve en el momento en que este problema adquiere las dimensiones de un secreto reflejado en las imágenes y en su manipulación tan desvergonzada como la nuestra, tal y como ha sostenido Urs Jaeggi:

Mentimos, dice el fotógrafo. Nadie manipula tan desvergonzadamente como nosotros. Los fotógrafos, los supuestos “representadores” de la realidad, enfatizan limitando y aislando. Se trata de lo sugerente. La verdad es aquellos que consideramos verdadero. Por ejemplo, del horror se toma la imagen de horror, algo definido de lo indefinido, algo aproximadamente definido, de la crueldad y lo espantoso, algo memorable. La fotos son testimonios. Sumidas en el sin sentido de pronto algo adquiere sentido. Una comprensión. Algo aparece, algo sorprendente, nuevo. Una alegría, un *shock*. Más no hay. Es mucho¹⁹⁸.

Actualmente consumimos de manera indiscriminada tanto mercancías como información, y ambas se pueden entender como símbolos, es decir, como supuestas representaciones de la realidad. Y atendiendo a que lo visual es una constante para nuestras actuales sociedades, se trata de un consumo que no tiene, al parecer, ningún tipo de límite o prohibición, de esta forma ya no hay interés alguno en el uso y desuso de las mercancías y de la información ya que éstas se pueden sustituir fácilmente, debido a que es suficiente con asistir a un centro comercial o encender la televisión para poder satisfacer las intenciones de la demanda.

¹⁹⁸ Jaeggi, Urs, —“La verdad en las imágenes.” en: Blas Galindo, Carlos *El arte y los debates sociales, imágenes en guerra*, México, INBA, 2008, p 27.

Se trata entonces de una práctica que se vuelve más cotidiana a medida que el tiempo transcurre; el desarrollo de la técnica y la fuerte sacudida que ésta le ha dado al mundo ha venido a ocasionar una lógica en el pensamiento humano que se puede entender inclinada al desperdicio comercial, lo que pone en duda nuestro progreso como sociedad, dado que es como si fuera inconcebible pensar la construcción desentendida de la destrucción tal y como dice Hannah Arendt, ya que esta relación entre construcción y destrucción, es llevada dentro del escenario del consumismo a su medida extrema.¹⁹⁹

Por tanto, nuestra condición se pone en peligro, pues la construcción del ser humano (construcción entendida aquí como la adquisición de productos), pasa necesariamente por la destrucción de la otredad, de ahí, la obligación de poner en entre dicho la condición humana, debido a que la otredad es un elemento constitutivo de dicha condición, cualidad que para Arendt cambia de manera voluble dado el interés suministrado en la figura del “yo”, mismo que mira a corto plazo y sobre lo efímero, desentendido así del interés del mundo, algo que puede ser visto como no razonable, pero que se nos presenta como realista, el realismo está en el momento en que desaparece lo público y lo razonable, pues hoy impera la automatización del “yo”, habiendo sustituido el interés por el mundo:

Interés propio es interés en el yo, y el yo puede morir o mudarse o vender la casa. Por obra de su cambiante condición, es decir, en definitiva por la condición humana de la mortalidad, el yo en cuanto yo no puede calcular en términos de intereses a largo plazo, por ejemplo, el interés de un mundo que sobrevive a sus habitantes. El deterioro de un edificio es cuestión de años; un aumento del alquiler o un beneficio temporalmente bajo son cosas de hoy o de mañana. Y algo similar *mutatis mutandis* sucede desde luego en los conflictos laborales y de otro tipo. El interés propio, cuando se le pide someterse al «verdadero» interés -es

¹⁹⁹ “El equilibrio entre producir y destruir no es alterado por la técnica moderna ni por el proceso a que ésta ha arrastrado al mundo humano. Al contrario, parece como si en el curso de dicho proceso ambas capacidades, estrechamente emparentadas, se potenciaran mutua e indisolublemente, de manera que producir y destruir se revelan, incluso llevados a su medida más extrema, como dos fases apenas diferenciables del mismo, en el que —para poner un ejemplo cotidiano— la demolición de una casa es sólo la primera fase de su construcción, y la edificación de la casa misma, puesto que a ésta se le calcula una duración determinada, ya puede incluirse en un proceso incesante de demolición y reconstrucción”. Hannah Arendt, *Que es la política*, Barcelona, Paidós, 1997, p. 93.

decir, al interés del mundo como distinto del interés del yo- siempre replicará: Cerca está mi camisa pero más cerca está mi piel. Esto puede que no sea muy razonable, pero es completamente realista; es la no muy noble pero adecuada respuesta a la discrepancia de tiempo entre las vidas particulares de los hombres y la totalmente diferente esperanza de vida del mundo público. Esperar que gente que no tiene la más ligera noción de lo que es la *res publica*, la cosa pública, se comporte no violentamente y argumente racionalmente, en cuestiones de interés, no es ni realista ni razonable²⁰⁰.

Si pensamos que la condición humana²⁰¹ atraviesa por un momento donde es cuestionada su propia existencia, o mejor dicho, donde la acción por la reafirmación de la vida pasa por intrincadas dificultades, o bien por una completa desdicha a manos de una sociedad deslumbrada por la abundancia²⁰², podemos ver así que nos encontramos ante un momento de gran complicación, ya que al hablar de una era donde se puede proyectar el exterminio del otro, por supuesto que no involucra el planteamiento de una idea ligera, todo lo contrario, se trata de una reflexión bastante provocadora, debido a que el hablar de un exterminio del otro involucra serias complicaciones, tantas que se pone en jaque la propia existencia del ser humano como especie, se pone en duda como ese invento moderno del que es parte, por lo que, si decimos que se acabó el "otro", y que llegó la comunicación, siguiendo a Baudrillard²⁰³, esto último me provoca serias dudas, pues me parece más pertinente y de mayor claridad decir que se acabó el "otro" debido a que en su lugar ha

²⁰⁰ Hannah, Arendt, *Sobre la violencia*, Madrid, Alianza, 2006, pp. 106- 107.

²⁰¹ Al hablar de la "condición humana", retomamos para entender este concepto las ideas expuestas ya por Hannah Arendt, en donde podemos ver que el papel de la vida humana tanto individual como social atraviesa por momentos de serias incertidumbres, incertidumbres que atentan en contra de la libertad de los seres humanos, tales como puede ser las ideas totalitarias que se sustentan en feroces fundamentalismos, y que son los que actúan en detrimento de dicha condición. La condición humana se ve así entonces enfatizadamente agredida debido a que se somete a un fuerte adoctrinamiento en la forma en cómo los seres humanos comprendemos nuestras vidas, de esta manera para Arendt los seres humanos se encuentran condicionados por las propias cosas con las que están en contacto. Y estas cosas que condicionan al ser humano principalmente las podemos hallar en el mercado, es decir, en el continuo tránsito de las mercancías las cuales en gran medida dirigen a la humanidad a la catástrofe que significan las sociedades contemporáneas.

²⁰² Vid, Hahhah, Arendt, *La condición humana*, Barcelona, Paidós, 1996, p 147.

²⁰³ Vid, Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit. p. 150.

llegado el clon, el cual es diseñado por efectos del consumo y de la información; consumo e información, son expuestos así a través de los *mass media*.

Y son precisamente los *media* la base por la que es proyectada esta nula prohibición que se manifiesta en torno al consumo, al igual que todos estos grandes flujos de información a los que hoy estamos expuestos, de tal manera que hoy día nos encontramos dentro del fuego cruzado de un campo de guerra, un enfrentamiento que se sostiene en gran medida gracias al poder que concentran los *mass media*, y se trata de un poder tan grande que nos coloca a nosotros como simples espectadores sometidos, es decir, rehenes de la información, por lo tanto prisioneros de las imágenes y de todo lo que ella nos muestra por cuenta de su seducción.

Como rehenes nos hemos convertido en una especie de producto, digamos que de alta calidad, o si se prefiere, de exigencias profundas, es decir, que no somos una simple mercancía, pero finalmente nos hemos convertido en una de ellas, tal y como vaticinaba Marx²⁰⁴ en su momento. Al ser parte de esta producción en serie nos enfrentamos ante una profunda decepción, la desilusión de quedar a expensas de este inminente poder de los *mass media*, una fuerza que nos toma como rehenes y con el que se nos reduce gran parte del contacto humano, con lo cual es muy posible decir que nos instalamos en el simulacro tal y como apunta Baudrillard:

Los rehenes y el chantaje son los productos más genuinos de la disuasión. El rehén ha ocupado el lugar del guerrero. Se ha vuelto el personaje principal, el protagonista del simulacro, o mejor dicho, en su pura inacción, el protagonizante de la no-guerra. Los guerreros se entierran en el desierto, únicamente los rehenes

²⁰⁴ —La demanda de hombres regula necesariamente la producción de hombres, como ocurre con cualquier otra mercancía. Si la oferta es mucho mayor que la demanda, una parte de los obreros se hunde en la mendicidad o muere por inanición. La existencia del obrero está reducida, pues, a la condición de existencia de cualquier otra mercancía. El obrero se ha convertido en una mercancía y para él es una suerte poder llegar hasta el comprador. La demanda de la que depende la vida del obrero, depende a su vez del humor de los ricos y capitalistas”. Carlos, Marx, *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*, México, Cultura popular, 1976, p. 15.

ocupan el escenario, incluidos todos nosotros como rehenes de la información en el escenario mundial de los medios de comunicación. El rehén es el actor fantasma, el extra que ocupa el espacio impotente de la guerra. Ahora se trata del rehén colocado en puntos estratégicos, mañana del rehén como regalo de Navidad, del rehén como valor de cambio y como liquidez²⁰⁵.

Como valor de cambio y de liquidez, es la forma cómo se puede ver al ser humano (o a esto que queda de él) una vez que ha sido tomado en calidad de rehén a consecuencia de haberse sometido a esta fuerte estructura que es representada por cuenta de las mercancías y del mercado.

De esta manera, no podemos ser capaces de entender qué es lo que pasa en el mundo, si no conocemos la manera en cómo operan tanto los *mass media*, como el mercado, por lo que de esta forma tampoco nos podemos explicar la forma en cómo se manifiesta este fenómeno del simulacro.

2.3.1. La violencia del simulacro

La violencia del simulacro se refleja principalmente en la estética de mercado, dado que promueve la desaparición del *–otro*²⁰⁶ y que es fundamentalmente un acto de violencia; tiene ante todo un lugar primordial en la publicidad, esto es así ya que en ella es como si recayera la mirada del mundo y además donde se sintetizan los efectos de los *media* y el mercado. Por lo que la mirada a través de la publicidad está completamente hueca, carente de una práctica interesada por el desarrollo humano, pues ésta tal y como sostiene Baudrillard se nos presenta como un tipo de parásito el cual tiene características que le favorecen tanto que es capaz de sobrevivir a la más seria de las tragedias.

²⁰⁵ Jean, Baudrillard, *La guerra del golfo no tuvo lugar*, op. cit., p. 11.

²⁰⁶ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.1.2 *–Economía viral*”, p. 151.

En la publicidad queda contenido entonces el reflejo de un problema muy grande, el problema de toda la violencia que se expresa ahí en forma de un producto, o mejor dicho, en forma de una marca, de un logo, de una imagen o de un objeto²⁰⁷. La violencia del mundo queda contenida así en la publicidad, la cual se reviste del fenómeno del simulacro, un dominio de los objetos con lo que hoy la publicidad se puede entender como una guerra, algo que en mi opinión no podemos preguntarnos por separado a diferencia de como lo entiende Baudrillard:

La publicidad es, de toda nuestra cultura, la especie parasitaria más resistente. Sobreviviría sin duda incluso a una confrontación nuclear. Es nuestro Juicio Final. Pero también es como una función biológica; devora nuestra sustancia, pero es también como una planta parasitaria o la flora intestinal, lo que nos permite metabolizar lo que absorbemos, convertir el mundo y la violencia del mundo en una sustancia consumible. Entonces ¿qué?, ¿la guerra o la publicidad?²⁰⁸

En nuestro presente, lo que absorbemos a través de los *mass media* contiene un fuerte sentido de violencia, por lo que hemos llegado a consentir un tipo de mirada que se sostiene a través de la propia violencia; misma que se manifiesta en el ideal que vende la publicidad y al que nunca se puede llegar, ya que si se tiene el nuevo *iPod* a los pocos meses *Macintosh* lanza al mercado un nuevo modelo; y esto ocasiona un efecto en la sociedad, un efecto de inmediatez y de sin-sentido. Lo mismo ocurre si se habla de algún otro producto, por ejemplo, en el caso de los automóviles (que como sabemos son todo un sinónimo de adoración para nuestra cultura global, y los cuales dentro de la Sociedad Visual son capaces de encantar a propios y extraños); no importa de que producto se trate, lo único que interesa son las ventas, hay que deshacerse de todos los *stocks*, de ahí las ofertas de temporada, el *adiós a las mercancías* que con tanta añoranza esperamos.

²⁰⁷ *Supra*, Capítulo III, Subtema 3.2.2, *–El efecto iPod*”, p. 171.

²⁰⁸ Jean , Baudrillard, *La guerra del golfo no tuvo lugar. op. cit.*, p. 17.

A este respecto habría que destacar al *Palacio de Hierro*, dicha tienda departamental, su publicidad es este gran ejemplo de la violencia que queda contenida en el mensaje de las ventas, que como sabemos ha adquirido gran fama por la simpleza que transmiten al vender un estereotipo, el cual estriba en ver a la mujer como un sinónimo de *Barbie*, la mujer como un estricto estereotipo de belleza, en el que ante todo tiene que ser delgada para poder sobresalir, ya que sólo las que son *Barbie* pueden alcanzar el éxito, un triunfo que antes sólo era exclusivo de los hombres²⁰⁹, pero que hoy este éxito digamos que se comienza a equilibrar, y que se ha balanceado a partir de la homogenización y de la eliminación del “otro”, pues a pesar de las propias y obvias diferencias biológicas que hay entre hombre y mujer, tal parece que las diferencias más notables radican entre el tipo de vestimenta que uno y otro usan; hablamos de indumentarias siempre provocadoras y sensuales, ahí está un rasgo más de esta violencia mediática y de mercado, la intimidación de la publicidad que tal parece detesta al obeso, dado que él en esta cultura visual de antemano pornográfica, es considerado como una broma pesada. Estamos inmersos en una sociedad ante todo sexy, más sexy que lo sexy, lo pornográfico, lo mismo que según desde la óptica de Baudrillard incita que lleguemos a la indiferenciación y a la confusión de los géneros, provocando así que caigamos en un estado transexual, siendo así un rasgo más que se establece por medio de esta estructura de los *mass media* y el mercado:

²⁰⁹ –El código de la delgadez, ha devenido inseparable de la seducción, es la expresión de una voluntad de control sobre el propio cuerpo y una declinación del prestigio de la maternidad. La redondez tradicional encarnaba el valor atribuido a la maternidad. En una sociedad donde la identidad femenina no se reduce a aquella de la madre, las mujeres quieren afirmarse por sí mismas y no únicamente por su naturaleza. La pasión por delgadez traduce sobre el plano estético el deseo de emancipación de las mujeres respecto de su destino tradicional de objetos sexuales o de madres. Ella es igualmente una exigencia del control sobre sí misma. La nueva batalla de la delgadez permite a las mujeres apropiarse de las "virtudes" atribuidas generalmente a los hombres: el esfuerzo, la voluntad, el mérito”. Gilles , Lipovesky, *La Mujer Posmoderna*, Zona Erógena. N° 42. 1999.

Así pues, lo pornográfico es el modelo de una sociedad en la que se desvanecen al mismo tiempo la diferencia sexual y la que existe entre la realidad y la imagen, y en la que todos los registros se erotizan a medida que caen en la indiferenciación y en la confusión de los géneros. Por ejemplo, si Cicciolina pudo llegar a ser elegida en su tiempo diputada en el Parlamento italiano, es porque lo político y lo sexual, convertidos en transpolítico y transexual, se confunden en la misma indiferencia irónica. Esta performance antes impensable es el signo del travestismo profundo de nuestra cultura. El estado de prostitución no es más que el de la sustitución total de los términos, de los sexos, de las categorías entre sí²¹⁰.

Esta sustitución total de los términos, que es una eliminación de toda diferencia sexual, no debe ser entendida en el sentido biológico, sino en el sentido social, siendo esta sustitución para Baudrillard una condición ineludible de nuestro tiempo, es como si a partir de la escenografía del simulacro todos fuéramos iguales, en otras palabras, es como si a partir del recubrimiento que nos ofrece la publicidad, todos y cada uno de nosotros fuéramos iguales, o mejor dicho, para seguir a Baudrillard, todos fuéramos transexuales.

Este recubrimiento con el que la publicidad nos envuelve se presenta más claro al fijarnos en la indumentaria, pues es la indumentaria la que nos ofrece esta ilusión y esta seducción, la misma que es capaz de ofrecernos una imagen homogenizada, ya que tal y como reza un slogan de la publicidad del Palacio de Hierro *“La ropa cubre lo que eres y descubre lo que quieres ser”*²¹¹. Lo que se vuelve aún más claro si decimos: *“La ropa descubre lo que eres y cubre lo que quieres ser.”*

Los *mass media* entonces muestran una permanente inclinación a la violencia, en donde la marca se nos presenta como ese gran tesoro al que la mayoría de nosotros desea alcanzar, y que por supuesto se trata de un logro inalcanzable, debido a que de esto depende la propia permanencia de la empresa moderna. Nos encontramos así ante lo que puede ser

²¹⁰ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, op. cit., p. 173.

²¹¹ Sapiensa.org, “Frases”, en Sapiensa.org, 2007. URL: http://sapiensa.org.mx/contenidos/f_hierro/hierro2.htm, revisado el 13 de Agosto de 2009.

entendido como una nueva sociedad, la Sociedad Visual, la misma que transmite su significado a través de la publicidad tal y como sostiene Klein: *“Debemos considerar la marca como el significado esencial de la gran empresa moderna, y la publicidad como un vehículo que se utiliza para transmitir al mundo ese significado²¹²”*. Por lo que de esta forma los *mass media* y el mercado manifiestan una fuerte inclinación a la violencia, con lo que se sostiene este grado criminal del simulacro.

2.3.2. El chantaje de lo virtual

La farsa que encabeza la virtualidad del mundo, la pifia que se encuentra en la imagen virtual se puede entender por tanto como un chantaje, tal es la forma en cómo hemos llegado al establecimiento de la ironía del mundo, se trata de la sátira de nuestra condición humana, la mayor parte de la humanidad tomada como rehén sin poder notar esta condición de prisionero en la que se encuentran, rehén de estas virtualidades que convierten al sujeto en un objeto²¹³, cautivo así de la pantalla, la cual tiene a sus rehenes ni muertos ni vivos, es decir, como si estuvieran suspendidos en el mundo sólo con el papel de ser un simple espectador, un ente desprovisto de todo protagonismo sumido en la sobra del anonimato, engañado por todas aquellas imágenes virtuales que se posan en el mercado y que terminan por exterminarlo:

Ni muerto ni vivo, el rehén está pendiente de un vencimiento incalculable. No le acecha su destino, ni su propia muerte, sino un azar anónimo que sólo puede presentársele como una arbitrariedad absoluta. Ya no existe regla alguna para el juego de su vida y de su muerte. A eso se debe que esté más allá de la alienación, más allá de los términos de la alienación y del intercambio. Está en estado de excepción radical, de exterminación virtual²¹⁴.

²¹² Naomi, Klein, *No logo. El poder de las marcas, op. cit.*, p. 23.

²¹³ *“La virtualidad sólo se aproxima a la felicidad porque retira subrepticamente cualquier referencia a las cosas. Nos da todo, pero de manera sutil nos escamotea al mismo tiempo todo. El sujeto se realiza en ella perfectamente, pero cuando el sujeto está perfectamente realizado, se convierte de forma automática en objeto y cunde el pánico”*. Jean, Baudrillard, *Pantalla total. op. cit.*, p. 207.

²¹⁴ *Ibid.*, p. 34.

Al tenernos como rehén, la imagen virtual nos ha chantajeado, una coacción sutil, casi inotora, pero que finalmente se constituye como chantaje y que radica en la manera en cómo nos proyecta en un escenario en el que podemos ser justamente aquello que tanto hemos deseado ser, que al proyectarnos en dicho escenario es como si terminara de golpe con nuestro sistema inmunológico, pues este engaño, esta calidad de estar como rehenes, termina de manera inmediata con nuestra apreciación reflexiva, la capacidad crítica es por tanto nuestro sistema inmunológico.

De esta manera, el virus penetra, la imagen virtual llega hasta lo más profundo de nuestra intrínseca condición humana, provocando así una severa intoxicación en todo nuestro organismo, por lo tanto, nuestra capacidad reflexiva queda resumida a las imágenes publicitarias, mismas que atentan en contra de nuestra propia permanencia en el mundo, como ya se ha dicho, el ejemplo más adecuado a este respecto es lo ocasionado por el consumo y la relación que éste tiene con el cambio climático, el cual ha puesto en entredicho nuestra propia seguridad como especie, y en donde podemos ver cómo el poder de la imagen virtual, a manos de la publicidad, es tan grande que ocasiona que no podamos notar toda esta larga serie de contradicciones.

Y sucede que nuestra manera de actuar en sociedad con respecto al problema climático sigue siendo en términos prácticos la misma, es decir, que en poco ha cambiado, debido a que sólo son unos cuantos países los preocupados por desarrollar modos de vida realmente amigables con el ambiente, y esto es así, pues nuestra lógica de estar en el mundo no manifiesta grandes modificaciones, y los cambios que se pregonan, la mayoría de ellos por medio de los *media*, resultan ser insuficientes ante las dimensiones del problema de

fondo. La propia raza humana se encuentra en peligro, y la humanidad está más preocupada por lo que sucede con Paris Hilton tal y como lo dice Al Gore: "*The planet is in distress and all of the attention is on Paris Hilton*"²¹⁵

Es claro entonces que dentro de la Sociedad Visual, la imagen virtual nos abre así las puertas a un *second life*, un mundo todavía más virtual que el del propio Internet, un mundo donde el planeta entero es susceptible a convertirse en una extensión de las virtualidades que se viven en Internet y en cuyo caso el modelo a seguir sea precisamente el *second life* que se promueve en el sitio *web* que lleva el mismo nombre. En el *second life*²¹⁶ de la *web* no existen ni los gordos ni los feos, tampoco existe ningún mahometano, budista o tojolabal, mucho menos hay pordioseros, migrantes o narcotraficantes, y esto es así porque todo en *second life* es perfecto, tan sólo hay que echar un vistazo a su discurso publicitario:

Welcome to the Second Life world. We are a global community working together to build a new online space for creativity, collaboration, commerce, and entertainment. We strive to bridge cultures and welcome diversity. We believe in free expression, compassion and tolerance as the foundation for community in this new world²¹⁷.

Tal parece que se trata de un mundo perfecto, ya que es ahí en donde el respeto a la diversidad cultural se halla como la base de este proyecto. Pero qué tanto existe el respeto a

²¹⁵—El planeta está en desgracia y toda la atención está en Paris Hilton". (Traducción Pedro Jiménez Vivas) Citado por: Haddow, Douglas, "The Dead End of Western Civilization", en *adbuster.org*, 2008. URL: <https://www.adbusters.org/magazine/79/hipster.html>., revisado el 14 de agosto de 2009.

²¹⁶ *Second life* es un sitio web que opera a partir de una plataforma virtual. En este sitio el usuario, a partir de un avatar que él mismo diseña, puede simular la realidad mediante escenarios predeterminados en donde logra una interacción con otros usuarios. En *Second life* el visitante puede simular la realidad por medio de relaciones de todo tipo: sexuales, comerciales, políticas y/o culturales.

²¹⁷—Bienvenidos al segundo modo de vida. Nosotros somos una comunidad global trabajando juntos para construir un nuevo espacio en línea para la creatividad, la colaboración, el comercio y el entretenimiento. Nos esforzamos para salvar culturas y dar la bienvenida a la diversidad. Nosotros creemos en la libertad de expresión, compasión y tolerancia como fundamentos para la tolerancia en este nuevo mundo". (Traducción PJV) *Secondlife.com*, 2004. URL: <http://secondlife.com/community/>, revisado el 15 de agosto de 2009.

la diversidad cultural cuando nos hallamos sumergidos en la cultura global. De cualquier manera, este nuevo mundo virtual parece ser un paraíso, ya que ahí sólo hay gente de bien, personas estéticamente bellas según la imposición de lo que es belleza para la cultura occidental, o mejor dicho, la cultura global.

Ahí en el *second life* las personas pueden ser quien quieran ser, se puede elegir entre *Barbie* o *Ken*, claro está, manteniendo las etiquetas raciales, dado que la democracia en la virtualidad también existe; o en otras palabras, en el *second life* las personas pueden ser *Brad Pitt* o *Paris Hilton*, es decir, la pura exhibición, la obscenidad de un algo que ya no significa nada, a excepción de la inmediatez de una estética acabada, esto en el sentido de haber llegado al nivel más alto de superficialidad, por lo que ya no es posible pensar algo más bello que la propia corporalidad de *Hilton* o *Pitt*. De esta manera dicha estética se encuentra aprisionada en sí misma y homogenizada para poder así circular en el mercado y ser presentada a través de la simplicidad de una imagen virtual, proyectando así la desaparición de las personas por cuenta de su mismicidad:

El chantaje es obsceno, en la medida en que pone fin a la escena del intercambio.
El propio rehén es obsceno. Es obsceno porque ya no representa nada (en la definición misma de la obscenidad). Está en un estado de pura y simple exhibición. Objeto puro, sin imagen. Desaparecido antes de estar muerto.
Congelado en un estado de desaparición. Homogenizado a su manera²¹⁸.

La Sociedad Visual abre así las puertas hacia el más extremo de los *second life*, el cual ya no habrá de necesitar de ningún tipo de conexión a Internet, porque esta amarga perfección del *second life* de la *web*, fuera así propuesta para sustituir nuestra propia realidad, concretándose con ello la tétrica perfección del crimen, y presentándose como si fuera una pantalla, sólo que ya no se necesitará de ninguna interfaz, porque toda la

²¹⁸Baudrillard Jean, *Las estrategias fatales, op. cit.*, p. 43.

obscenidad de la imagen virtual estará ya dentro de nosotros, nuestros paisajes serán convertidos en una completa y absurda virtualidad, tapizados de arriba abajo con los sellos distintivos de la publicidad, con las marcas circulando por todas partes obstruyendo así el verdadero sentido de la humanidad, convirtiéndolo todo en una completa banalidad y en un sofocante sin-sentido.

Todo lleno de información que corriera únicamente por cuenta de los satélites ya sin ningún tipo de adaptación para los usuarios a diferencia de lo que llegó a pensar McLuhan²¹⁹. Sumidos en la constante de la información a tiempo virtualizado, transmitiendo el engaño de lo que se diría como sucesos clave, un engaño que toma su fuerza por cuenta de las imágenes virtuales.

La inmensa mayoría vive dentro del chantaje, como la inmensa mayoría pretende ser *Brad Pitt* o *Paris Hilton*, claro está, manteniendo sus debidas distancias, ya que el esquema que tiene lugar en los *media* y en el mercado sabe de las diferencias antropológicas que existen según la latitud del planeta, de ahí que en el sitio *web* del *second life* los usuarios pueden elegir entre un grupo de personas que son un tipo de *Brad Pitt* o *Paris Hilton*, sólo que con ciertas diferencias antropológicas, así como con discrepancias en los usos de la moda, pero que de cualquier forma, son diferencias que asimila muy bien el mercado y los *media*.

²¹⁹ —La velocidad de la información escrita a través de satélites, como el caso de la Associated Press Newscable, podría enviar a los usuarios particulares una sorprendente variedad de información adaptada, tal vez a las necesidades profesionales particulares. La posibilidad de una información en vivo constante podría generar una actualización continua de datos sobre sucesos clave. Las audiencias orientadas hacia una mentalidad de videojuego, que deja de lado libros y diarios, podrían recibir con agrado por un período de tiempo determinado noticias estilo cápsula”. Marshall, McLuhan, *La aldea global*, Barcelona, Gedisa, 1993, p. 95.

Y ahí se dibuja precisamente el chantaje, la amenaza de poder ser alguien que en realidad no somos, pero que por cuenta de las virtualidades accedemos a un engaño, consentir el intento de ser *Pitt* o *Hilton*, intentarlo, obviamente un deseo lejano y así subsumidos en la obsesión del intento, una alucinación que no muchos de nosotros somos capaces de ver, y ese no poderlo ver, ese grado cero de visibilidad es lo que hace que el crimen se nos presente como perfecto.

Lo virtual constituye así una pieza fundamental para que el crimen adquiera la posibilidad de su perfección, el no notar el crimen, pues lo único que se percibe es el mensaje simplista y hueco que viene con las imágenes virtuales, es lo que provoca que gran parte de las sociedades en el mundo se hallen secuestradas, y por lo tanto se encuentren en una calidad de rehenes, sólo contemplando el genio maligno que continua desarrollando su crimen.

2.3.3. Recapitulación

Para este capítulo hemos visto cómo el simulacro para las sociedades occidentales contemporáneas es un fenómeno de gran influencia, el cual ha sido capaz de determinar el comportamiento de la gran mayoría de los integrantes que componen la sociedad. Y para abordar esto, he recuperado dos elementos teóricos propuestos por Baudrillard reflejados en los referentes empíricos que aborda esta investigación: el papel de los *mass media*, y la condición actual del mercado, todo esto con la intención de ir trazando un escenario acerca de cómo tiene lugar la resignificación de los objetos, lo que a su vez permite la entrada del simulacro en la sociedad.

La condición del simulacro es tan vasta y fuerte debido a que este fenómeno justamente aparece en todo aquello que miramos por lo que desde el momento en que vemos un objeto o un acontecimiento, e incluso las personas mismas, el fenómeno del simulacro se encuentra latente.

Es así que para el primer apartado hemos encontrado elementos de gran peso que me ayudan a pensar en la consolidación de un nuevo tipo de sociedad, por lo que es posible hablar de una forma de sociedad que no se puede entender sin la influencia de los grandes adelantos tecnológicos, por ello puede ser entendida como aquella sociedad que vive atrapada por los malestares que fomenta el simulacro, y sólo puede ser ubicada dentro de las grandes megalópolis occidentales, es decir, aquellas que viven al filo de la inmediatez, saturadas por las imágenes y su constante reproducción.

Así mismo, hemos visto cómo con el simulacro viene el problema de la representación de la realidad debido a que cada imagen, ya sea en la pantalla o en aquellos escenarios que hacen culto al consumo, aparentan ser reales; como si no existiera ningún problema en torno a ellas. Pero esto no es así, dado que hemos comenzado a perder la capacidad de reflexión y de análisis, por ello no podemos darnos cuenta en muchas ocasiones de aquello oculto en las imágenes.

En el simulacro, hay algo que no podemos ver y es precisamente lo que hace que este fenómeno no se perciba y así el crimen se vuelva perfecto, pues asesinar la realidad por medio de su relatividad es sin duda un crimen, ya que temas como la miseria y el sufrimiento pueden llegar a ser disuadidos debido a los propios efectos del simulacro, concediéndoles así un papel secundario o poco apreciativo, dado que este tipo de

sentimientos (miseria y sufrimiento) ahora la mayoría de veces sólo los podemos percibir por medio de una pantalla, quedando así cubiertos por el simulacro, lo que precisamente provoca que sean disueltos. Nos hallamos entonces ante el problema de objetos que han sido resignificados.

Ahora bien, la reflexión en cuanto a los *mass media* y el mercado se refiere, es central por ello el problema de la virtualidad y del exterminio del otro se acentúa más, esto precisamente debido a dos factores, el primero de ellos, es a causa del nivel tecnológico con el que cuentan tanto los *media* como el mercado, y el segundo es debido al gran monopolio que tiene lugar a través de ellos.

De esta manera, para el segundo apartado he centrado mi análisis en torno a los *media*, esto debido a que son capaces de dibujarnos una realidad virtual, ya que son éstos los que fomentan el exterminio del tiempo socio-histórico, con lo cual se da paso al exterminio del otro, pues al eliminar la concepción de la historia el devenir por el que ha transcurrido la civilización, se reduce al extremo de casi ser borrado, con lo cual se pierde la pluralidad, para que sea la imposición de los efectos del simulacro los que en la actualidad construyan al sujeto social, una construcción que viene dada por medio de la pantalla que los *mass media* significan. Por cuenta de los *media* se ha puesto en jaque así a la otredad, porque lo que ahora se encuentra de manifiesto un tipo de clonación visual, la cual es disimulada por los efectos invisibles del simulacro.

Por último, para el tercer apartado, el tema de debate corresponde al mercado pues es éste el que a través de la cada vez más acentuada circulación de mercancías nos introduce en un intercambio universal, donde todas nuestras manifestaciones, o casi todas, van a dar

allá y sea desde el punto de vista material, es decir, a través de las mercancías, o bien, desde la forma imaginaria, o sea, simbólica. Nuestras manifestaciones se encuentran aprisionadas por estas dos formas de intercambio, que en su conjunto constituyen un tipo de moral basada sólo en la idea de que todo tiene un valor; hablamos así de un tipo de lógica que determina nuestra propia condición humana, dicho estado ha quedado atrapado en el mercado dentro de la expresión de una única forma de vida, con lo que el simulacro toma fuerza amen del deterioro de la vida en sociedad²²⁰.

A través de los *media* y el mercado he construido así el escenario actual del simulacro, en el cual se inscriben las sociedades contemporáneas, de esta manera dicho escenario nos traza un panorama de profundas complicaciones en donde se hallan inscritas la mayoría de nuestras actividades como sociedades contemporáneas.

El panorama luce abatido por significativos problemas, las dificultades de encontrarnos ante un momento histórico de ruptura y en el cual las posibilidades de una metamorfosis de lo social lucen más evidentes. Es precisamente este panorama de transformación el cual abordaré en el próximo capítulo, esto con la intención de exponer las características de la Sociedad Visual, sociedad que sitúo como producto de esta metamorfosis de lo social.

²²⁰ “Vivimos en el intercambio universalmente: todas nuestras concepciones culminan en él en un determinado momento, trátase de intercambio mercantil o del concepto de intercambio simbólico que yo he utilizado frecuentemente y que, en cierto modo, es su contrario. Pero es un hecho que el intercambio sustenta realmente nuestra moral, al igual que la idea de que toso puede canjearse, que sólo existe lo que puede adquirir valor, y pasar, por tanto, de una a otra mano”. Jean Baudrillard, *Contraseñas. op. cit.*, p. 75.

Bibliografía:

1. Arendt, Hannah, *Que es la política*, Barcelona, Paidós, 1997.
2. Arendt, Hannah, *Sobre la violencia*, Madrid: Alianza, 2006.
3. Augé, Marc, *El tiempo en ruinas*, Barcelona, Gedisa, 2003.
4. Baudrillard, Jean , *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kaidos. 1976.
5. -----, *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kaidos, 1978.
6. -----, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1979.
7. -----, *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama, 1984.
8. -----, Jean, *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Barcelona: Anagrama, 1991.
9. -----, *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas, Monte avila editores, 1993.
- 10.-----, *El espejo de la producción*, Barcelona, Gedisa, 1996.
- 11.-----, *Cool Memories*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- 12.-----, *El paroxista indiferente. Conversaciones con Philippe Petit*, Barcelona, Anagrama, 1998.
- 13.-----, *Pantalla Total*, Barcelona, Anagrama, 2000.
- 14.-----, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 2001.
- 15.-----, *La ilusión vital*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002.
- 16.-----, *Contraseñas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
- 17.-----, *Crítica de la economía política del signo*, México: Siglo XXI, 2005.
- 18.-----, *El crimen perfecto*, Barcelona: Anagrama. 2007.
19. Bauman, Zygmunt, *Modernidad líquida*, México: Fondo de cultura económica, 2004.
- 20.-----, *Vida de consumo*, México, Fondo de cultura económica, 2009.
21. Benjamin, Walter, *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid, Taurus, 1994.
22. Braudel, Fernand, *La historia y las ciencias sociales*, Madrid: Alianza, 1984.
- 23.-----, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de cultura económica, 1986.

24. Castells, Manuel, *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janés, 2001.
25. Córdoba Elías, Juan Pablo, *La elipse del poder, lectura del ensayo político en Jean Baudrillard (Tesis de maestría)*, México, UNAM, 1993.
26. Córdoba Elías, Juan Pablo, *Baudrillard*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2008.
27. Deleuze, Gilles, *Crítica y clínica*, Barcelona, Anagrama, 1996.
28. Durkheim, Émile, *La división de trabajo social*, México, Colofon, 1980.
29. Foucault, Michel, *Las palabras y las cosas*, México, Siglo XXI, 2005.
30. Klein, Naomi. *No logo, El poder de las marcas*, Barcelona, Paidós, 2001.
31. Koning, Rene, *Sociología de la moda*, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohle, 1968.
32. Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona: Anagrama, 2002.
33. -----, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
34. McLuhan, Marshall, *La aldea global*, Barcelona, Gedisa, 1993.
35. Marcuse, Herbert, *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, México, Planeta, 1993.
36. Marx, Carlos, *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*, México, Cultura popular, 1976.
37. Nietzsche, Friedrich, *Ecce homo. Cómo se llega a ser lo que se es*, Madrid, Alianza, 1976.
38. Pérez German y León Juan Carlos, *El Léxico de la Política en la Globalización. Nuevas realidades viejos referentes*, México: UNAM, 2008.
39. Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.
40. Ulrich, Beck, *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998.
41. Urs, J, *Imágenes en guerra*, México: INBA, 2008.

Documentos electrónicos:

42. Baudrillard, Jean, Entrevista con *Boncenne Pierre* "Un pensador viral y metaléptico, en el universal, 2007. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/confabulario/marzo-11-08.htm>, revisado el 11 de agosto de 2007.
43. Haddow, Douglas, "The Dead End of Western Civilization," en *adbuster.org*, 2008. URL: <https://www.adbusters.org/magazine/79/hipster.html>, revisado el 14 de agosto de 2009.

- 44.Lomba, Modesto, —Lo importante es no confundir moda con diseño”, en gentedigital.es, 2009. URL: <http://www.gentedigital.es/gente-y-tv/noticia/13990/lo-importante-es-no-confundir-moda-con-diseno/>, revisado el 03 de agosto de 2009.
- 45.Secondlife.com, 2004. URL: <http://secondlife.com/community/>, revisado el 15 de agosto de 2009.
- 46.Sepiensa.org, —Faces”, en Sapiensa.org, 2007. URL: http://sepiensa.org.mx/contenidos/f_hierro/hierro2.htm, revisado el 13 de Agosto de 2009.
- 47.Tendencias21.net, El consumo de Internet ya es mayor que el de la televisión y la radio, en tendencias21.net, 2006. URL: http://www.tendencias21.net/El-consumo-de-Internet-ya-es-mayor-que-el-de-la-television-y-la-radio_a1284.html, revisado el 14 de Agosto de 2009.
- 48.Wolffer, Lorena, —ob”, en lorenawolffer.net, 2008. URL: <http://www.lorenawolffer.net/dossier/00home.html>, revisado el: 06 de 11 de 2009.

Hemerografía:

- 49.Lipovesky, Gilles, *La Mujer Posmoderna*, Zona Erógena. N° 42. 1999.

CAPÍTULO III

LA SOCIEDAD VISUAL Y SU FATALIDAD

El problema no es ser esto o aquello como ser humano, sino
devenir inhumano, el problema es el de un universal devenir animal:
no confundirse con una bestia, sino deshacer la organización
humana del cuerpo.

GILLES DELEUZE

Conversaciones

Introducción

El capítulo tres nos presenta una serie de elementos que se dirigen a señalar el contexto actual de una sociedad dominada por las apariencias, donde tanto el simulacro como las manifestaciones virtuales ganan terreno de una forma cada vez más acelerada.

Propongo para esta parte un desarrollo conceptual y analítico que gira en relación a la categoría que planteo para esta tarea: La Sociedad Visual, estructura teórica que me permite analizar las características de una sociedad que se encuentra bajo la manifestación de una metamorfosis que impacta en todos los órdenes de la vida humana.

Busco desarrollar un tipo de sociología crítica que pretende partir de la descripción de lo que a mi juicio significan los problemas más agudos que hoy vivimos y que son fundamentales para el escenario en el que nos encontramos. Esta descripción parte de la necesidad de construir elementos reflexivos que nos permitan observar en toda su dimensión la grave problemática que acecha a la humanidad.

La Sociedad Visual es producto de un devenir histórico de larga duración, en otras palabras, sería imposible haberla explicado a través de un escenario reducido al tiempo corto. De esta forma, habremos de apreciar con toda claridad lo factible que es hablar de una metamorfosis de lo social y que en este caso corresponde a la Sociedad Visual.

La transformación que aquí describimos no es planteada en un sentido positivo, aunque no por ello significa la apología hacia un camino obscuro, todo lo contrario, a través de la crítica que aquí propongo, busco trazar elementos que nos permitan pensar en un mejor futuro.

3.1. Lo Visual en el Mundo de los Bienes

En la actualidad, es claro que la mayoría de los objetos con los que nos relacionamos en sociedad se constituyen por medio de una estructura técnica fuerte y cada vez más elevada, como sabemos, dicha estructura sólo ha podido darse a través del fuerte proceso de industrialización, y, como ya hemos revisado, dicho proceso tiene su base en el desarrollo económico del mundo occidental y del mundo entero en general. De esta manera, la relación entre el desarrollo técnico y la economía son inseparables, por lo que entonces cuando digo que la mayoría de los objetos quedan constituidos mediante una estructura técnica, dicha organización tiene una fuerte dependencia con la economía.

Economía y técnica son por tanto características que constituyen tanto la forma como el contenido de nuestros objetos, y como ya se ha visto, se trata de objetos que como en el caso que he dado al mencionar el ejemplo del automóvil²²¹, se encuentran interactuando con nosotros en la materialidad de nuestras relaciones al mismo tiempo que escapan hacia la re-presentación, digamos que se trata de una interacción doble, que por un lado queda ubicada dentro de la realidad socio-histórica, la cual se hace tangible por conducto de los seres humanos y no de las máquinas; mientras que por el otro, es dentro de la re-presentación, en otras palabras, dentro de los símbolos de lo real.

No obstante, en la actualidad hemos desarrollado la parte virtual de este objeto, imagen virtual que es muchísimo más rápida que su referente real y en donde la influencia con nosotros es mayor, ya que es más el tiempo que interviene en nuestra cotidianidad, dado que, y regresando al ejemplo del automóvil, no todo el tiempo tenemos contacto con

²²¹ *Infra*, Capítulo II, Subtema 2.1.1 *—Lo invisible y el tiempo virtualizado—*, p. 84.

el modelo de nuestra preferencia, aquel que se desea comprar, pero con su parte virtual, es decir, con la imagen que constituye el fenómeno de lo visual, el contacto es mucho mayor ya que como sabemos esta imagen al ser fundamentalmente electrónica, se encuentra en el circuito de los *mass media*.

Es así que al encontrarnos dentro de una economía de consumo, el contacto con los objetos es cada vez mayor, por lo tanto esta economía se desarrolla dentro del período más acelerado que reclama lugar por medio de las virtualidades, las que a su vez en gran medida constituyen el fenómeno del simulacro. Por ello hoy en día la economía tiene un fuerte vínculo con el fenómeno de lo virtual y del simulacro, dado que nos incrustamos en un grave problema debido a que buena parte de la economía se constituye de manera virtual y lo importante aquí es destacar que esta virtualidad es capaz de desarrollar un crack²²². Y el crack de lo virtual no sólo se queda en el mundo de lo virtual, por lo que es también un crack de lo real, una catástrofe que nos parecería haber sido tomada de un mundo de ciencia ficción.

Es así que los objetos nos han deslumbrado, pero lo que nos ha hipnotizado es su parte virtual, es decir, la parte de una mentira, o si se prefiere, la parte de una verdad manipulada, de esta manera para Baudrillard tiene lugar un fuerte cambio en la forma de nuestra economía, que puede ser vista en la manera cómo la circulación se nos presenta, pues ésta se comporta como una reacción en cadena que es capaz de transformar por

²²² —Lo interesante en la tragicomedia bursátil de los últimos meses es la incertidumbre en cuanto a la catástrofe. ¿Ha habido, habrá, una verdadera catástrofe?. La respuesta es: la catástrofe es virtual y no habrá catástrofe real porque vivimos bajo el signo de la catástrofe virtual. Esto se halla relacionado con un estado de las cosas que apareció en esta ocasión de manera deslumbrante: la distorsión entre la economía ficticia y la economía real: es esta distorsión la que nos protege de una catástrofe real de las economías productivas”. Jean, Baudrillard, *Pantalla Total*, *op. cit.*, p. 31.

completo la concepción del valor, ya que ahora éste ha dejado de ser referencial, para estar fundado sólo en la propia circulación:

¿Ciencia ficción? Apenas. El principio mismo de la información y de la comunicación es el de un valor ya no referencial, sino fundado en la circulación pura. Puro valor añadido por el hecho de que el mensaje, el sentido, pasan de imagen en imagen y de pantalla en pantalla. Ya no es ni siquiera la plusvalía ni el valor de cambio de la mercancía (que sin embargo se anticipa ya a este proceso), que en un principio se sigue articulando sobre un valor de cambio y, por tanto, depende aún de la esfera económica. Aquí ya no hay un cambio propiamente dicho, estamos en la circulación pura y la reacción en cadena al hilo de las redes, es una definición del valor totalmente nueva, un valor puramente centrífugo, vinculado a la velocidad pura y a la multiplicación de los intercambios. Es en gran parte lo que ocurre en el ámbito de la comunicación y de la información, hecho de virtualidad operacional y nunca operativa²²³.

Y esta definición totalmente nueva del valor, que atraviesa por un mecanismo virtual operacional y no operativo, es lo que provoca una distorsión de la economía, y que a sí mismo apuntala lo que Baudrillard comprende por transeconómico y con lo que se debe entender esta abrupta práctica de la especulación, hablamos de una práctica sustentada en el abuso de lo inestable y lo riesgoso, lo cual rebasa los límites de la propia economía. Una transfiguración de los principios básicos de la ciencia económica, eso es lo que hoy nos encontramos, y con lo que se ven trastocadas ideas fundamentales como la del valor, las leyes del mercado, la ganancia y la plusvalía, así como la propia lógica del capital. Y esto se puede entender como una verdadera catástrofe en el mundo de los bienes; la catástrofe económica corresponde a un daño que es incitado por medio de la supremacía de los objetos.

Hemos dicho que la información y el consumo se nos presentan hoy en día como un virus que provoca la intoxicación de nuestra sociedad, así mismo, la información y el consumo la más de las veces llegan a nosotros por medio de una imagen, que como

²²³ *Ibid.*, pp. 40-41.

sabemos, es una imagen virtual, lo que se vuelve parte de esta intoxicación social, de esta manera la catástrofe económica corresponde hoy en día a esta influencia que actualmente padecemos por lo virtual, y con lo que bien se relacionan las apariencias y la ilusión.

Vivimos así, en un completo y profundo crack bursátil, el cual ha sido capaz de aliviar, o mejor dicho, ocultar sus profundos malestares, aunque no por ello podemos dejar de ver cómo las más grandes economías del mundo se convulsionan debido a los efectos de las fuertes desregularizaciones del mercado, hablamos de una desregularización que gracias a toda una economía virtual ha inundado los mercados de un exceso de liquidez virtual, ya que no tiene ningún soporte material, con lo cual hoy nos hallamos en una estructura de intercambio, la cual no tiene un sustento real, sino que su sustento está dado fundamentalmente por medio de lo virtual, que es un ejercicio entonces de la especulación donde analistas como Alfredo Jalife nos dicen que hasta un 90% de las empresas anglosajonas incurren en esta práctica de la especulación, la cual es una práctica de lo virtual²²⁴.

Por lo anterior, he desarrollado dos ejes que continúan con esta problemática del mundo de los bienes, estos ejes me permiten ir mostrando las características de este tipo de

²²⁴ –Es ni más ni menos un mercado oligopólico y plutocrático. En términos financieros, su grotesca característica se desfigura aún más cuando se toma en cuenta la participación apabullante de los derivados, en particular los ominosos *hedge funds* (fondos de cobertura de riesgo), que con su contabilidad virtual en los paraísos fiscales inundan con excesiva liquidez el "mercado del dinero". Noventa por ciento de las empresas anglosajonas juega literalmente en el mercado especulativo de los derivados, donde aun la mejor coalición de ciudadanos y países que no pertenecen al selecto club de la desregulada globalización financiera feudal (un juego del G-7 extensivo al G-10/11 y, con mayor generosidad, al G-20 de países acreedores, del total de 191 países que pertenecen a la ONU) es totalmente aplastada antes de atreverse a participar en forma desigual e inequitativa, para no decir suicida”. Jalife, Alfredo, –Globalización: manipulación obscena del seudomercado”, en <http://firgoa.usc.es>, 2007. URL: <http://firgoa.usc.es/drupal/node/20187/print>., revisado el 18 de agosto de 2009.

sociedad que nombro como Sociedad Visual, características que apuntan a la metamorfosis de lo social.

3.1.1 El problema de la economía simbólica

La situación y el conflicto de la economía simbólica tiene lugar a partir de la propia indeterminación con la que los signos en sociedad se van manifestando, actuando así en beneficio de la propia idea de consumo la cual al montarse en el escenario de la exageración revierte su sentido de utilidad y necesidad llegando así a su propia degeneración, la cual hoy es posible observarla sin ningún tipo de esfuerzo, y que conocemos como consumismo.

La idea de consumismo sintetiza en gran medida toda esta problemática de una economía simbólica, una economía basada en la propagación acelerada de objetos cada vez más superfluos y donde la sociedad misma queda atrapada ya no en calidad de víctima, sino en calidad de “cómplice”, esto debido a que esta indeterminación simbólica envuelve a todos los integrantes de la sociedad en una idea controlada, la cual ante todo aboga en beneficio de las grandes trasnacionales, no obstante, las personas al involucrarse en este esquema de necesidades son favorecidos por este tipo de objetos, que vistos bajo el escenario de la economía, adquieren el nombre de mercancías que muy a pesar de su sentido superfluo son aceptadas por la sociedad, la cual toma así el papel de coautor

Somos cómplices de lo que consumimos, y eso nos hace ser parte de una especie de desgracia planetaria iniciada de manera oficial para el siglo XX, dado que hemos construido un tipo de cultura criminal,²²⁵ en la que nuestros excesos combinados con nuestro sin-sentido hacen realidad esta desgracia de la que hablo y que se manifiesta en este

²²⁵*Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.3 “*La ilusión del arte contemporáneo*”, p. 38.

tipo de cultura, pues es sabido que en términos ambientalistas la humanidad se encuentra sumergida en una completa crisis²²⁶.

Nos hallamos así en un fetichismo avivado por la ilusión con la que los objetos, es decir, las mercancías, se encuentran circulando. Se trata así del control de la mercancía que es un dominio de los objetos, dotados incluso hasta de lo que podría parecer vida propia²²⁷ favorecido por la manera en como son apropiados por un diseño, el diseño es el que se apropia de las mercancías para así constituir esta ilusión de los objetos, esta falsa adoración que queda sellada en el fetichismo de las mercancías.

De esta manera, la significación de los signos gana terreno debido a que su significado es cada vez más escueto. Entonces, nos encontramos en una sociedad donde sus objetos pierden en su valor de fondo y ganan en una especie de sentido superfluo, de tal manera ahora el significado no es lo importante, sino el significante de estos objetos, dado que es éste el que transmite una suerte ideológica al consumidor, la ideología del “piensa en el ahora y piensa en ti”.

²²⁶ “There’s only one way to avoid the collapse of this human experiment of ours on Planet Earth,” says Kalle Lasn, the co-founder of Adbusters Media Foundation, “we have to consume less ... Our culture of excess and meaningless consumption – the glorified spending and borrowing of the past decade – is at the root of the ecological and economic crises we now find ourselves in. Sólo hay una manera de evitar el colapso de este experimento en humanos de nuestro planeta Tierra”, dice Kalle Lasn, la cofundadora de Adbusters Media Foundation, “tenemos que consumir menos Nuestra cultura de consumo excesivo y sin sentido; el gasto glorificado y el endeudamiento de la década pasada están en la raíz de la crisis ecológica y económica en la que ahora nos encontramos”. (Traducción PJV) Jackson, Tim, “What are they up to in Davos”, en [adbusters.org](https://www.adbusters.org), 2009. URL: <https://www.adbusters.org/category/tags/copenhagen>, revisado el 07 de Diciembre de 2009.

²²⁷ “Me parecía que el objeto estaba acaso dotado de pasión, o, por lo menos, podía tener una vida propia, salir de la pasividad de su utilización para adquirir una suerte de autonomía y tal vez incluso la capacidad de vengarse de un sujeto demasiado convencido de dominarlo. Los objetos siempre han sido considerados un objeto inerte y mudo del que disponemos con el pretexto de que lo hemos producido. Pero, en mi opinión, ese universo tenía algo que decir, algo que superaba su utilización. Entraba en el reino del signo, donde nada ocurre con tanta simplicidad porque el signo siempre es el desvanecimiento de la cosa. Así pues, el objeto designaba el mundo real pero también su ausencia, y en especial, la del sujeto”. Jean, Baudrillard, *Contraseñas*, op. cit, p 14.

Y es esta trampa del pensamiento característico de las sociedades instaladas en el apogeo de este tipo de milagro civilizatorio que hemos dado el nombre de industrialización, es la que en gran medida ha acelerado los problemas que hoy padecemos²²⁸ es este mismo proceso el que erige la ilusión en los objetos, la sobredeterminación del significante por el significado, es decir, el significante puro. Se trata del signo de un objeto desprovisto de todo significado por lo que tal objeto, tal signo, tal imagen ha quedado vacía. Mercancías despojadas de todo significado dotadas de un *glamour* visual²²⁹, por consiguiente, consumos sin significados que reafirmen al sujeto en sociedad, para de esta manera significarse en el vacío, en la superficialidad, en lo superfluo. El significante hace alusión sólo a posibilidades huecas, mercancías ausentes de sentido, únicamente con un diseño de por medio, una seducción que muestra la gran omnipotencia de la publicidad de la que nos habla Baudrillard al referirse a lo que podría ser el efecto GARAP:

Si consumimos el producto en el producto, consumimos su sentido en la publicidad. Imaginemos, por un momento, a las ciudades modernas despojadas de todos sus signos, con muros desnudos como una conciencia vacía, y que entonces aparezca GARAP, este solo término: GARAP, inscrito en todas las paredes. Significante puro, sin significado, significándose a sí mismo, es leído, discutido, interpretado al vacío, significado a pesar de ello: es consumido como signo, ¿y qué significa, entonces, sino la sociedad capaz de emitir tal signo? Por su insignificación misma, ha movilizó todo un colectivo imaginario. Se ha convertido en indicativo de toda una sociedad. En cierta manera, las personas han llegado a ~~ereer~~ en GARAP. Han visto el indicio de la omnipotencia de la publicidad, y pensado que hubiese bastado con que GARAP se especificase en un producto para que éste se impusiese inmediatamente²³⁰.

²²⁸ —Las megalópolis son producto del capitalismo industrial, pues la fábrica es la primera forma de producción permanente que requiere de fuertes concentraciones de seres humanos en espacios reducidos, y de formas nuevas de energía. Por ello la revolución industrial disparó la contaminación de suelos, agua, y atmósfera”. Julio , Boltvinik, —Crisi del capitalismo mundial”, en la jornada.com, 2009. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/05/08/index.php?section=opinion&article=038o1eco>, revisado el 08 de diciembre de 2009.

²²⁹ *Infra*, Capítulo II, Subtema 2.2.1 —Los mass media en el simulacro”, p. 107.

²³⁰ Jean , Baudrillard, *El sistema de los objetos*, op. cit., pp. 204-205.

Constituimos por lo tanto, un sistema de intercambio mercantil basado en una estructura simbólica capaz de determinar la propia manera de tránsito de las mercancías, que en términos visuales se trata de un intercambio de imágenes, es una transacción que sólo trata de seducir, y que está hecha para cautivar los sentidos, capturar principalmente el ojo, lo que en este sentido significa, la mirada; que es a su vez la ventana por la que entra la ilusión de estos objetos, un espejismo sustentado en la marca, la cual se asienta en un símbolo, un logo fetichizado, al cual concedemos una superdeterminación sobre un cierto estilo, es decir, un distintivo social que toma un papel prioritario en el código social, es decir, no importa de qué se trate, porque si la sociedad lo acepta se vuelve una necesidad, incluso una urgencia, he ahí la superdeterminación que concedemos a un objeto, y no importa cuál sea la forma o el contenido, pues eso sale sobrando siempre y cuando el código social, eso que hemos adoptado en nombre del estilo lo acepte, por lo que entonces la estética manifiesta así diferentes cambios, y tal y como sostiene nuestro autor, la moda podrá parecer de gustos aberrantes, pero si es moda, todo lo vale: *—La prioridad de esta función social de discriminación sobre la función ‘estética’ es legible en la moda, donde pueden ser reactivas a cada instante las formas más aberrantes y más arbitrarias en el plano estético, con el solo fin de proveer a un material siempre nuevo de signos distintivos*²³¹

Es así que hoy más que estar en el espectáculo, nos hemos convertido en el espectáculo mismo, por lo que el concierto de la sobreindustrialización nos tapiza de todo tipo de insignias, todo tipo de signos que bien son entendidos como marcas.

²³¹ Baudrillard, Jean, *Crítica de la economía política del signo*, op. cit., p. 28.

De esta manera, el concepto de marca, tal y como lo ilustra Baudrillard, es capital en la publicidad, y aún más que eso, es un componente indispensable en la propia economía, pero sobre todo, es un elemento insustituible para nuestra antropología, y para la manera en cómo hoy los grupos sociales toman sentido, (si es que a eso le podemos llamar sentido) o en otras palabras, es un dispositivo de primer orden para poder comprender el tipo de sociedad en el que hoy nos encontramos, y poder entonces entender lo característico que resulta esta forma de economía simbólica, ya que a lo largo de la historia un tipo de intercambio material como este no encuentra comparativo alguno.

Nos situamos entonces, en un sistema de intercambio material basado en la situación de conflicto que acarrea una economía simbólica; la indeterminación de los signos en su máximo esplendor²³² controlando la propia adquisición de las mercancías; se trata de productos que están bajo el signo de una marca; por lo que ahora el concepto marca domina la estructura de nuestra economía.

La marca es así parte de la ilusión que hay en un determinado objeto, la marca de esta manera es una estructura que está en todas los intersticios de las sociedades contemporáneas correspondiente al mundo occidental y que forma así parte de todo tipo de relación que se lleva a cabo al interior de dicha sociedad. La marca entonces, es pura seducción, un tipo de poder al que no se opone resistencia alguna, porque parte de un deseo insoslayable, el deseo que el propio código social manifiesta a través de las apariencias de las que se alimenta la propia idea de estilo. La marca es así un indicador de consumo, ella dice qué producto hay que voltear a ver y por lo tanto que producto comprar, por consiguiente, de que producto hay que enamorarse:

²³² *Infra*, Capítulo II, Tema 2.1 *–El simulacro en la Sociedad Actual*”, p. 81.

El concepto de “marca” (concepto capital de la publicidad) resume muy bien las posibilidades de un “lenguaje” del consumo. Todos los productos (salvo la alimentación perecedera) se proponen hoy en día bajo un signo impuesto: cada producto “digno de tal nombre” tiene una marca (que a veces, incluso, sustituye el nombre de la cosa: *frigidaire*). La función de la marca es la de señalar el producto, su función segunda es la de movilizar las connotaciones afectivas²³³.

El sistema de los signos puede entenderse así como el sistema de las marcas, en cuyo caso hay oculta toda una gramática, toda una serie de normas que permiten la consolidación de esta economía simbólica. Reglas que han institucionalizado este grave deterioro por el que atravesamos y que abren el paso a toda una catástrofe, toda una desregulación del mundo de los bienes una vez que la circulación de mercancías pierde toda forma de dominio, es la pérdida del control de los que demandan antes que la de los que ofertan; por ello que la moda se ha convertido en un modelo perfecto para el simulacro, dado que en la moda ya no hay referentes, ya que todo el tiempo está cambiando, cambia ya sin sentido alguno, sin ningún tipo de utilidad, porque todo lo que le importa es el prestigio social concebido por medio de la diferenciación en la sociedad, donde el continuo flujo y reflujo de los signos, las marcas, es una constante a estas alturas imposible de detener, ya que es la base de todo un intercambio material, que antes de eso es un intercambio simbólico, donde la gran mayoría de personas asume la necesidad de cambiar de símbolos, cambiar de marcas o bien, cambiar de aparador:

La moda, en efecto, no refleja una necesidad natural de cambio: el placer de cambiar de vestidos, de objetos, de coche, viene a sancionar psicológicamente coacciones de otro orden, coacciones de diferenciación social y de prestigio. El efecto de moda no aparece más que en las sociedades de movilidad social (y pasado determinado umbral de disposiciones económicas). El status ascendente o descendente debe inscribirse en un flujo y reflujo continuo de los signos distintivos. Tal clase no está ya asignada de manera duradera a tal categoría de objetos (o a tal estilo de vestidos): todas las clases por el contrario, se hallan asignadas al cambio, todas asumen como valor la necesidad de la moda, así como participan (más o menos) del imperativo universal de la movilidad social.²³⁴

²³³Jean , Baudrillard, *El sistema de los objetos*, op.cit., pp. 216-217.

²³⁴Jean , Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, op.cit., p. 31.

Por lo anterior, a medida que ha transcurrido el tiempo nuestra economía luce más deteriorada, con lo que se estropea nuestra propia estructura social, y aunque el exceso de producción material satura el mercado, es la superabundancia de producción simbólica el que ha terminado por colapsarlo, a tal grado que es la sobresaturación de lo simbólico lo que ha venido a desgastar nuestro propio conocimiento acerca de la realidad.

Signos vacíos, significados en el propio vacío a consecuencia de toda pérdida de significado, toda pérdida de sentido, es justo en el escenario en donde ahora nos encontramos; en palabras de Jean Baudrillard, bienvenidos al “*desierto de lo real*”, un vacío por demás caótico donde la economía ya no es de ninguna forma un elemento que pueda dar seguridad a la vida en sociedad, por lo que ahora nos adentramos así a un tipo de economía infectada, una transeconomía, una economía viral, la cual es la evidencia fehaciente de que nos encontramos en una metamorfosis de lo social.

3.1.2. Economía viral

Nos hallamos en un momento donde el sentido de la economía se pone más y más en entredicho, la reciente crisis ilustra esta aseveración que por momentos nos podría parecer exagerada, pero si analizamos esta problemática de manera más profunda y detenida vamos a poder ver lo endeble del papel de la economía, al menos en el análisis de Julio Boltvinik así lo ilustran, al referirse a un “sistema bancario sombra” que en palabras del premio Nobel Paul Krugman deja ver con claridad la crisis por la que atraviesa el sistema capitalista en la actualidad, al admitir el propio Krugman el desconocimiento de las causas de la crisis, lo que genera una crítica del propio Boltvinik:

Todas las advertencias fueron ignoradas. El espíritu de los tiempos y la ideología de la administración de George W. Bush eran profundamente antirregulatorios, señala. Mientras tanto, quienes debieran haber estado preocupados por la

fragilidad del sistema, sobre todo Alan Greenspan, estaban cantando loas a la innovación financiera. Así que los riesgos crecientes de una crisis del sistema financiero y de la economía fueron ignorados y la crisis llegó, finaliza Krugman. A pesar de su habilidad expresiva y su carácter didáctico, se queda en el análisis superficial que ve en la desregulación del sector financiero la causa única de la crisis; no busca las causas de fondo en la economía real. Más adelante confesará explícitamente: no sabemos cómo ocurren las crisis, reflejando de un plumazo el verdadero estado de la ciencia económica²³⁵.

Y efectivamente, nuestros análisis deben de aspirar a superar la línea de la superficialidad, debido a que la desregulación del sector financiero no es la única causa de la crisis, que bien puede entenderse como un problema del pensamiento económico, y que en relación a esta investigación puede concebirse a través de la idea de lo transeconómico propuesta por Baudrillard, es decir, como una economía infectada a la que su propio pensamiento la ha traicionado.

Entonces, si nos enfrentamos a una economía viral, una economía descompuesta, surge una pregunta; ¿por qué no referirme a lo transeconómico en sustitución de lo económico si ya he dicho que hoy es a lo transeconómico a lo que tenemos acceso? La respuesta es sencilla, las personas siguen pensando que lo que hoy domina en nuestras relaciones de intercambio es lo económico, y no lo transeconómico tal y como está ocurriendo ahora. En otras palabras, se sigue pensando en el dominio de un sistema sostenido por la economía política, cuando es la economía política del signo la que sostiene nuestras relaciones en el mercado, tal y como he manifestado en el apartado anterior, son relaciones que atraviesan por la destrucción tal y como señala Baudrillard en el intercambio simbólico y muerte²³⁶. Mercancías con un significado nulo pero con una estética violenta

²³⁵ Julio, Boltvinik, "Krugman explica la crisis", en la jornada.unam.mx, 2009. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/03/04/index.php?section=opinion&article=0380leco>, revisado el 01 de Diciembre de 2009.

²³⁶ Vid, Jean , Baudrillard, *El intercambio simbólico y la muerte*, op. cit., p.13

que atenta en detrimento del otro²³⁷, lo que ocasiona un significativo dominado por las decisiones publicitarias, lo que constituye la idea de la marca, la cual desde mi perspectiva sostiene esta descomposición de lo económico y fundamenta la supremacía de una economía fundamentada en el signo, una adoración del signo que pervierte toda posibilidad de reflexión²³⁸, que sepulta la idea de pluralidad, enterrando con ello la propia consideración de la otredad.

De esta manera, lo transeconómico se envuelve de un cierto camuflaje que hoy día queda en manos del fenómeno del simulacro, y es capaz de hacer ver que nuestro modelo económico, a pesar de sus fallas, siga siendo útil y funcional, y por el contrario son precisamente esas hendiduras las que le permiten ir mejorando, cuando en realidad se sabe que dichas fallas y en general el modelo, representan un grave peligro para la propia humanidad, el riesgo está en la propia riqueza, que al ser concentrada en un menor número de personas, los riesgos se vuelven mayores siendo asimilados por un mayor número de individuos, tal y como ocurre en la presente crisis económica.

¿Qué tanto se sabe de los riesgos que actualmente trae consigo el hecho de vivir en este planeta bajo la convención económica en la que nos encontramos? Esta es la pregunta que me gustaría proponer para comprender la relación que hay entre simulacro y economía, ya que de esta manera vemos los alcances y limitaciones del simulacro en materia económica, y así mismo, cómo éstos se pueden relacionar con otras esferas de la sociedad

²³⁷ *Infra*, Capítulo II, Subtema 2.3.1 *—La violencia del simulacro—*, p. 121.

²³⁸ *—Es la abstracción, la artificialidad total del signo lo que se —adora— en el dinero, es la perfección cerrada de un sistema lo que es —efichizado— [...] Esta belleza-fetichismo no tiene ya nada de un efecto del alma (visión espiritualista), de una gracia natural de los movimientos o del rostro, transparencia de la verdad (visión idealista), o de una —generalidad— del cuerpo que pudiera traducirse igualmente por la fealdad expresiva (visión romántica). Es la Anti-Naturaleza misma, ligada a la estereotipia general de los modelos de belleza, al vértigo perfeccionista y al narcisismo dirigido—*. Jean , Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, *op.cit.*, pp. 95-96.

las cuales también se hallan influenciadas por el simulacro, al comprender estos alcances, o quizá lo que verdaderamente interesa sea lo que hay alrededor de las limitaciones, podremos comprender de mejor manera la seriedad de una metamorfosis en lo social.

El simulacro dentro de la economía funciona como un paliativo que provoca en las personas queden en un estado de anestesia total, una fase de deseo eficaz. Anestesia y deseo se han vuelto más evidentes en la medida en que la oferta del mercado se ha venido diversificando; individuos autocomplacidos por el escenario de las miradas, inscritos en el circuito interminable de las mercancías a las cuales, al no tener acceso, se desea aún más justo como aquel modelo que nos excluye debido a la voluptuosidad de sus atributos, pero que es en la exclusión el único camino para continuar en el escenario de las miradas, debido a que ésta es precisamente el motor de nuestro consumo, consumimos por la pretensión utópica de no ser excluidos, pero en el mundo del mercado todos somos excluidos, y eso es justamente lo que nos fascina, pues es lo que permite estar en la escena, se trata de una autosatisfacción perversa que nos orilla a la autocontemplación, el autoerotismo puro²³⁹.

De acuerdo a dicha diversificación, relacionada al estado de anestesia y de deseo que hay en las personas, se vuelve común hablar de consumidores en lugar de ciudadanos, en muchos aspectos los ciudadanos se han desencantado de la política la cual ya no es capaz de dibujar referentes claros²⁴⁰, mientras que los consumidores se vuelven más fieles al

²³⁹ —Lo que nos fascina es siempre aquello que nos excluye radicalmente por su lógica ó su perfección interna: una formula matemática, un sistema paranoico, un desierto de piedra, un objeto inútil, o bien un cuerpo liso y sin orificios, desdoblado y redoblado por el espejo, destinado a la autosatisfacción perversa. Es acariciándose a sí misma, es por medio de la maniobra autoerótica como la *strip-teaser* suscita más eficazmente el deseo”. *Ibid.*, p.99

²⁴⁰ —Vivimos en una época de disolución en la que hay una pérdida de sentido, en la que todavía no sabemos cuales serán los nuevos referentes [...] la sociedad pierde conciencia colectiva y, por ende, su capacidad de negociación política. La búsqueda de respuestas políticas a las grandes cuestiones del futuro se ha quedado ya

consumo²⁴¹, como si en los centros comerciales pudieran abstraerse por momentos de la frustración que representa vivir en una sociedad con tanta competencia y cargada de expectativas, el interés de tener todo aquello que anuncia la publicidad, que ante todo elimina la conciencia de sus clientes, porque la obtención de una conciencia crítica, representaría la crítica a sus productos, lo que sin duda nos colocaría en otro riesgo, el del desplome económico a causa de la crítica social.

Por lo que tal forma de economía, combinada con el simulacro es el claro ejemplo de esta cultura obesa a la que tanto hace referencia Baudrillard²⁴² y que está llena de consumidores obesos que no son capaces de ver el malestar por el que atraviesan junto con la sociedad en general; obesos que han venido creciendo debido a la implantación de estereotipos de consumo²⁴³.

De esta manera, difiero cuando autores como Beck nos dicen que se comienza a dar una conciencia agudizada del riesgo en el que nos encontramos, ya que esta conciencia no es tan fuerte como lo piensa Beck, debido a que toda conciencia para que ésta pueda

sin sujetos y sin lugar". Pablo Armando, González Ulloa Aguirre, "Del individualismo a la individualización", en: *El Léxico de la Política en la Globalización*, México, UNAM, 2008, pp. 284, 296.

²⁴¹La fiebre consumista que se propaga por el mundo no trae buenas noticias. **Hay cada vez más gordos y más ricos que, aunque compran sin parar, no se sienten más felices.** Mientras, la expansión del estilo de vida occidental amenaza los ecosistemas y las posibilidades de desarrollo de los países más pobres. Instituto Worldwatch, "Informe sobre el estado del mundo en 2004", en clarin.com, 2004. URL: <http://www.clarin.com/diario/2004/01/09/i-02201.htm>. revisado el 20 de agosto de 2009.

²⁴²No es, pues, la obesidad de unos cuantos individuos lo que se discute, es la de todo un sistema, es la obesidad de toda una cultura. Sólo cuando el cuerpo pierde su regla y su escena alcanza esta forma obscena de la obesidad. Sólo cuando el cuerpo social pierde su regla, su escena y su apuesta alcanza él también esta forma pura y obscena que le conocemos, en su operación visible. Baudrillard, Jean, *Las estrategias fatales*, op. cit., p. 28.

²⁴³ **Más de 1.700 millones de personas en todo el mundo ingresaron durante gran parte del siglo pasado a la "clase consumista"** y adoptaron dietas, sistemas de transporte y estilos de vida hasta ahora limitados a Europa, América del Norte y Japón, agrega el informe. Al mismo tiempo, **la brecha entre ricos y pobres sigue creciendo.** El trabajo detalla que **el gasto para la adquisición de bienes y servicios se cuadruplicó desde 1960** y en 2000 fue de más de 20.000 millones de dólares. Instituto Worldwatch, op. cit.

permanecer necesita de una práctica para así no quedarse en el idilio de las buenas intenciones. Beck sostiene que esta conciencia es encabezada principalmente por gente joven, lo cual no dudo, no obstante, este tipo de personas representan un caso minoritario al que no se puede tratar con desprecio, pero que tampoco se puede hablar de una conciencia que vaya en aumento:

A la lista sobre muertes de plantas y animales viene a añadirse, por tanto, la conciencia pública agudizada del riesgo; la creciente sensibilidad hacia los peligros de la civilización que, por cierto, no hay que confundir con la hostilidad hacia la tecnología que por sí misma no debe demonizarse. Es precisamente gente joven *interesada* por la técnica la que ve y menciona esos peligros. Esta conciencia incrementada acerca del riesgo es notoria en consultas de opinión comparativas en los estados industrializados de Occidente; de la misma manera que también es notoria en la importancia creciente de las noticias y reportajes correspondientes en los medios de comunicación de masas²⁴⁴.

Como he dicho, no se puede decir que esta conciencia vaya en aumento, ya que sólo habría que recordar que esta última crisis económica fue originada por el exceso de consumo, es decir, el exceso de crédito que encontró su punto de fondo en las bienes raíces (aunque esto no desmiente la crítica de Boltvinik, pues no significa que sepamos a ciencia cierta los orígenes de estas crisis), cuando este exceso simplemente no se pudo mantener, tal y como era de esperarse.

Por si fuera poco, el análisis que Beck nos presenta respecto a este tema, sólo se queda en la contemplación del primer mundo, he ahí una primera limitante, y aunque sólo contempláramos el primer mundo, suponiendo que no existiera ningún problema, esto aún así no es del todo favorable para la causa de Beck, ya que como he dicho, toda conciencia para poder continuar, es decir, permanecer, necesita por fuerza de una práctica, y simplemente esta práctica no se puede sostener, pues tal parece que la seducción que

²⁴⁴ Ulrich, Beck, *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad, op. cit.*, p. 62.

representa el consumo visto como agente universal²⁴⁵, es más grande que toda conciencia manifestada hoy, dado que en el consumo se halla insertada la propensión a una clonación mental, siendo así que dicha clonación es opuesta a toda conciencia crítica²⁴⁶. De esta manera, la conciencia de primer mundo es cada vez más escueta, tan breve como la del resto del orbe, y en esto es muy claro Baudrillard cuando destaca el papel de los Estados Unidos:

Quiero referirme a una anomalía, a esa obesidad fascinante que encontramos en todas partes de los Estados Unidos. A esta especie de conformidad monstruosa al espacio vacío, de deformidad por exceso de conformismo, que traduce la hiperdimensión de un carácter social tan saturado como vacío, donde se han extraviado la escena de lo social y la del cuerpo. Esta extraña obesidad ya no es la de una grasa de protección ni la neurótica de la depresión. No es la obesidad compensatoria del subdesarrollado, ni la alimenticia del subalimentado. Paradójicamente, es un modo de desaparición del cuerpo²⁴⁷.

Un conformismo patético que desdibuja la propia corporalidad humana a beneficio de esta economía viral (transeconomía), la cual ha provocado el extravío de lo social y de quienes componen a dicha sociedad, mostrando una vez más este cambio antropológico²⁴⁸ mencionado por Foucault y que bien puede entenderse como una descomposición del *anthropos* burgués, en donde ya no hay límite, por ello que los contornos definidos se han perdido, y al abandonar los límites se han dejado de lado las concepciones básicas de la humanidad, se olvidan las fronteras y se pierde con ello el respeto hacia los demás, es una

²⁴⁵ —La lógica cultural de clase en sociedad burguesa se ha fundado siempre sobre la coartada democrática de los universales. La religión fue un universal. Los ideales humanistas de libertad y de igualdad fueron universales. Hoy, el universal adopta la evidencia absoluta de lo concreto: son las necesidades humanas y los bienes materiales y culturales los que a él responden. Es el universal de consumo”. Jean, Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, op.cit., pp. 44-45.

²⁴⁶ —Por ejemplo, no se habla de clonación más que en términos biológicos. Pero a mí me parece que ésta ha sido precedida por una clonación mental: el sistema escolar, de la información y de la cultura de masas permite fabricar seres que se convierten en una copia exacta unos de otros. La clonación genética no hace sino sancionar esta clonación mental”. Jean, Baudrillard, “Un pensador viral y metaléptico” Entrevista a Jean Baudrillard por Boncenne, Pierre, en lemonde.fr, 1999. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/confabulario/marzo-10-07>.,revisado el 10 de marzo de 2007.

²⁴⁷ Jean , Baudrillard, *Las estrategias fatales*, op. cit., p. 28.

²⁴⁸ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.2 —*El imperio de la re-presentación artística*”, p. 30.

pérdida que ni el propio simulacro puede ocultar y en donde dicha falta de los límites se manifiesta hasta en nuestro propio espacio natural.

Para Baudrillard esta carencia de los límites ya es irremediable, tan sólo hay que pensar que la trascendencia ha dejado de ser un acto que pueda ser desarrollada por los humanos, pues éstos, al mirarse al espejo ya no encuentran la figura de un cuerpo humano, ya que ésta ha sido sustituida por la redundancia incontrolable de un organismo compulsivo que sólo piensa en su obesidad.

La forma secreta del espejo, por la que el cuerpo cuida de sí mismo y de su imagen, ha sido abolida, sustituida por la redundancia irrefrenable de un organismo viviente. Ya no hay límite, ya no hay trascendencia: es como si el cuerpo ya no se opusiera a un mundo exterior, sino que intentara digerir el espacio en su propia apariencia. Estos obesos son fascinantes por su olvido total de la seducción. No les preocupa en absoluto, y se viven a sí mismos sin complejo, con desenvoltura, como si ni siquiera les quedara un ideal de sí mismos. No son ridículos; y lo saben. Aspiran a una especie de verdad, y, en efecto, exhiben algo del sistema, de su inflación en el vacío²⁴⁹.

Por lo anterior, este sistema en el que ahora nos encontramos, y que me he dado a la tarea de describir, sustenta la idea de una transformación de lo social, un nuevo tipo de sociedad, la cual aspira a una forma de verdad en donde negar la trascendencia es el acto más revolucionario que se puede encontrar, en otras palabras, en este tipo de sociedad el fruto del desarrollo humano es olvidado en sustitución de la autosatisfacción, y el individualismo atroz, lo que justamente constituye una nueva forma de verdad, cabe decir que dicha verdad no es posible aún generalizarla, lo que precisamente da paso a la luz en un análisis que podría resultar pesimista²⁵⁰.

Por lo anterior, ahora presento el análisis que va dedicado a esta idea de la pérdida de lo trascendental en un mundo dominado por los símbolos, es decir, por las imágenes

²⁴⁹ Jean , Baudrillard, *Las estrategias fatales, op. cit.*, p. 27.

²⁵⁰ *Supra*, “Conclusiones”, p. 203.

inscritas en el mercado. Se trata de un análisis que me permite continuar con esta idea de una economía viral, sólo que ahora pretendo problematizarla a través del fenómeno de las imágenes, en donde resalta la publicidad, y todo lo que ahí gira, como es el caso de los negocios.

3.2. La Pérdida de lo Trascendental en el Mundo de las Imágenes

La intención que Baudrillard expresa al generalizar los procesos, lo lleva a caer en un profundo inequilibrio, pues yo no estaría de acuerdo al decir que ya no hay ni límite ni trascendencia, es claro que los límites se han violado, pero esto no quiere decir que haya ocurrido u ocurra con todas las personas en el planeta, o en todas las manifestaciones sociales; y en relación a esto último, es que no podemos decir que la oportunidad a la trascendencia se haya perdido, me parece que nos ubicaría en una mejor y más justa posición decir que existe un riesgo muy grande a perder toda oportunidad de trascendencia.

La nula oportunidad a la trascendencia se da a partir de este patético conformismo en el que en muchas de nuestras manifestaciones sociales nos vislumbramos y que bien es captada por la manera en cómo esta economía viral entrelaza sus redes, tejidos que tienen su explicación a raíz de todo un proceso socio-histórico, algo que sin lugar a dudas Baudrillard no es capaz de explicar, pues para este pensador la historia ha llegado a su final, por lo que nosotros nos encontramos en una no resignación de este final²⁵¹.

²⁵¹ –Quizá el fin de la historia, si en realidad podemos concebir algo así, ¿es algo irónico? Quizá sea únicamente un efecto de la treta de la historia, que consiste en que nos ha ocultado el fin, en que ha finalizado sin que nos diéramos cuenta. Por tanto, es únicamente el fin de la historia el que está siendo impulsado, mientras creemos que seguimos haciéndolo nosotros”. Jean, Baudrillard, *La ilusión vital*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002, p. 38.

De esta manera, el análisis que nos presenta Jean Baudrillard en relación a la historia nos coloca dentro de una descripción donde no hay ningún tipo de referencia con el tiempo, y esta es una gran limitante, debido a que por mucho que el pensamiento se esté contrayendo en el ser humano, por mucha que pueda ser la carga de información (desinformación), no podemos abstraernos de las evidencias que la historia nos ha proporcionado, y esto sin lugar a dudas es la enseñanza que historiadores como Fernand Braudel²⁵² han legado al mundo, cuando éste ha dedicado buena parte de su obra a explicarnos la composición dinámica del capital y cómo se ha venido desarrollando a lo largo de la historia influyendo así en el comportamiento de nuestra vida material, un desarrollo que corresponde desde la Edad Media y que ha beneficiado la propia expansión del capitalismo²⁵³.

Este conformismo tiene entonces fuertes antecedentes de tipo histórico, notar estas referencias nos permite comprender dos cosas: la primera, es la manera en la que el ser humano comienza a caer dentro de una descomposición de sí mismo, digamos que inicia a ser presa de una hipertrofia, la cual ya he dejado ver en el primer capítulo, tiene su punto de inicio a partir de 1968. Y la segunda, consiste en ver que la idea de simulacro en Baudrillard no puede ser entendida como total.

Tal parece que nuestra vida material ha entrado en una crisis profunda de no retorno, es decir, que nos encontramos ante la imposibilidad de solucionar dicha crisis, no obstante

²⁵² *Infra*, Capítulo II, Suprema 2.1.1 –*Lo invisible y el tiempo virtualizado*”, p 88.

²⁵³ –Si de ordinario no se hace una distinción entre capitalismo y economía de mercado es porque ambos han progresado a la vez, desde la Edad Media hasta nuestros días, y porque se ha presentado a menudo al capitalismo como el motor y la plenitud del desarrollo económico. En realidad, todo se sostiene sobre los anchos hombros de la vida material: si ésta crece, todo va hacia adelante; la economía de mercado crece también a su costa y amplía sus relaciones. Ahora bien, el que se beneficia siempre de esta expansión es el capitalismo”. Fernand, Braudel, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de cultura económica, 2002, p.26.

ese ~~tal~~ parece” con el que he iniciado este párrafo contiene una profunda esperanza que nos ayuda a pensar que la situación no es categórica e inapelable.

Aunque este conformismo que se vive en las grandes metrópolis parece que inclina la balanza hacia el pesimismo de Baudrillard y mío. Estamos hablando de un tipo de vida material que se nos muestra ya habiendo perdido todo orden, por lo que ahora somos incapaces de comprender su comportamiento, y así, de esta manera nos encontramos inscritos en un enorme juego en donde el valor se encuentra en un éxtasis tan enorme que anuncia su desaparición, y en donde ahora sólo tenemos acceso a una ilusión del valor, una ilusión de la economía y de sus leyes. Se trata entonces de una ilusión fatal que ha promovido el paso de a una transeconomía, todo esto sin que nos diéramos cuenta.

Así en el juego con dinero se resuelven de una manera deslumbrante la obscenidad total y la ilusión secreta del valor. El juego es grande porque es al mismo tiempo el lugar del éxtasis del valor y el lugar de su desaparición. No de su transgresión en el *potlatch* y el gasto, esto sigue siendo la utopía trascendente de Bataille, el último sueño de la economía política. No, en el juego, el dinero no es producido ni destruido, desaparece como valor y resurge como apariencia, es devuelto a su apariencia pura, en la reversibilidad inmediata de la ganancia y de la pérdida.²⁵⁴

Este no darnos cuenta no es una ironía del todo, pues muy a pesar de estar inscritos en una sociedad donde el tránsito de información se encuentra por todas partes, no hemos podido percatar la transformación que ha manifestado nuestra economía. Las ideas básicas de la economía, como pueden ser las ilustradas en el caso de la crítica de la economía política atraviesan por complicaciones cada vez más evidentes por comprender la realidad, de ahí la importancia de construir nuevas formas que nos permitan entender al mundo de lo social, hablamos de la construcción de una fenomenología de lo social, de ahí, la propuesta

²⁵⁴ Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, op. cit., pp. 54-55.

de Baudrillard por desarrollar una crítica de la economía política del signo²⁵⁵, nuevas formas que nos ayuden a comprender el mundo de lo social²⁵⁶, tarea a la que sin duda yo me adhiero. Al hablar de nuevas formas de entendimiento, estamos hablando de nuevas posibilidades encaminadas hacia la construcción de una mejor sociedad. No obstante una sociedad mejor implica apreciar las dificultades del mundo de lo social desde nuestro presente. Incluso al entrar a cualquier centro comercial dichas dificultades aparecen inmediatamente, por ejemplo hoy podemos ver cómo con tan sólo el icono de una marca las proporciones lógicas de la economía se han difuminado a tal grado de estar ahora sólo preocupados en lo que re-presenta una mercancía, y ya no en la mercancía en sí misma.

Esta lógica de la economía ha sido continuamente vapuleada a tal grado, como ya se ha dicho, de encontramos ya en una transeconomía, la misma que no hemos sido capaces de distinguir debido a los efectos que hoy nos provoca el simulacro.

Simulacro y economía son indisolubles para la configuración de este mundo contemporáneo. De esta forma, lo que todavía entendemos por economía es un elemento de bastante importancia para pensar en los alcances y en los límites del simulacro, pero más aún, para pensar en una transformación de lo social, ya que la economía tal y como hoy se nos suscita, es una fuerte estructura que comienza a impedir la trascendencia humana²⁵⁷, y

²⁵⁵ —La Crítica de la economía política del signo se propone hacer el análisis de la forma/signo, de mismo modo que la crítica de la economía política se propuso hacer la forma/mercancía. Así como la mercancía es a la vez valor de cambio y valor de uso —imponiéndose entonces el análisis de esta forma sobre las dos vertientes del sistema—, el signo es a la vez signifiante y significado, y el análisis de la forma/ signo a de instituirse a los dos niveles”. Jean, Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo.op. cit.*, p. 166.

²⁵⁶ *Infra, “Introducción”*, p. 7.

²⁵⁷ —Hoy ya no hay trascendencia, sino la superficie inmanente del desarrollo de las operaciones, superficie lisa, operacional, de la comunicación. El período fáustico, prometeico, de la producción y del consumo es sustituido por la era proteica de las redes, por la era narcisista y proteiforme de la conexión, del contacto, de la contigüidad, del *feed-back*, de la interfaz generalizada. Al igual que la televisión, todo el universo

el ser humano al estar truncado en su trascendencia corre el riesgo de caer en la seducción del simulacro.

3.2.1. Imágenes en guerra una competencia económico-mediática

Vemos de esta manera cómo se constituye un grave riesgo en torno a la economía y en forma particular en relación a la satisfacción de las necesidades²⁵⁸, de ahí la preocupación de Baudrillard por construir una crítica epistemológica de las necesidades tal y como apunta Juan Pablo Córdoba²⁵⁹.

Se trata de necesidades que cada vez son más debido a esta estrecha relación que existe en el mercado, y que es una relación por de más inmediata, la cual favorece esta adquisición de productos que en muchas ocasiones se aleja de toda proporción racional elevando con ello la lógica capitalista a un nuevo nivel; un horizonte que podríamos entender como de descomposición, ya que esta economía desde la apreciación de Baudrillard se nos presenta como viral, con lo cual queda instituido un grave riesgo en la forma de estar en sociedad, el riesgo de las necesidades, las mismas que resultan prácticamente imposibles de satisfacer, de ahí que nuestras sociedades occidentales siempre se comporten con una fuerte tendencia a la obesidad; siempre quieren más, los consumidores una y otra vez quieren más, ese es hoy en día el grave riesgo de la sociedad y

circundante, y nuestro propio cuerpo, se convierte en pantalla de control". Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales, op. cit.*, pp. 68, 69.

²⁵⁸ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.1 *–El arte y su asenso en el mundo visual*", p. 28.

²⁵⁹ *–Baudrillard enlaza un ensayo sobre el eje analítico del consumo; destaca su importancia en tanto el concepto clave para el examen de lo social y sugiere una crítica epistemológica de la necesidad en tanto determinante de clase y fetiche social; es decir; signo y, al mismo tiempo función, desde sus variantes lingüísticas, psicoanalítica, antropológica y sociológica". Córdoba Elías, Juan Pablo, Baudrillard, México, Miguel Ángel Porrúa, 2008, p.25.*

lo que ha llevado a la economía a su forma viral, una forma potencialmente peligrosa tal y como apunta Beck:

Sin embargo, la expansión de los riesgos no rompe en absoluto con la lógica del desarrollo capitalista, sino que más bien la eleva a un nuevo nivel. Los riesgos de la modernización son un *big business*. Son las necesidades insaciables que buscan los economistas. Se puede calmar el hambre y satisfacer las necesidades, pero los riesgos de la civilización son un *barril de necesidades sin fondo*, inacabable, infinito, autoinstaurable. Siguiendo a Luhmann, podríamos decir que con los riesgos la economía se vuelve *autorreferencial*, independiente del entorno de la satisfacción de las necesidades humanas. Pero esto significa que la sociedad industrial produce con el aprovechamiento económico de los riesgos causados por ella las situaciones de peligro y el potencial político de la sociedad del riesgo²⁶⁰.

Hay que poner mucha atención cuando Beck nos dice que: “Los riesgos de la modernización son un *big business*”, ya que es precisamente por esta gran expansión de los negocios que la economía se nos presenta infectada, por lo que ahora nos hallamos en un profundo crack bursátil el mismo que provoca que nos encontremos ante una forma transeconómica, es decir, un desencadenamiento extremo de los límites de la economía, con lo cual hoy se ha desatado un tipo de economía de lo virtual, tal y como apunta Baudrillard, de esta forma, entre las ideas de Beck y las de Baudrillard encuentro una fuerte relación que nos ayuda a explicar cómo la virtualidad va ser la que termine ostentando el poder dentro de los intercambios económicos. Movimientos que se desarrollan por medio de una base electrónica y que al multiplicarse tanto, ahora se muestran completamente infectados y altamente contagiosos:

El sida, el crack bursátil (seguido de los *raiders* y de las OPA en cadena), los virus electrónicos, estamos mimados en materia de acontecimientos supraconductores, de esta especie de desencadenamientos intempestivos intercontinentales que ya no afectan a Estados, individuos o instituciones, sino a estructuras enteras, transversales: el sexo, el dinero, la información y la comunicación (...) Pero, de hecho, ¿se puede hablar aún de economía? Seguro que no. Al menos la actualidad clamorosa de la economía ya no tiene el mismo sentido que en el análisis clásico marxista. Pues su motor ya no es en absoluto la infraestructura de la producción material ni la superestructura, es la desestructuración del valor, es la

²⁶⁰ Ulrich, Beck, *op. cit.*, p. 29.

desestabilización de los mercados y de las economías reales, es el triunfo de la economía virtual liberada de las economías reales (no real sino virtualmente, por supuesto, pero es que hoy en día no es la realidad, sino la virtualidad la que ostenta el poder), de una economía viral que en este punto se une a todos los otros procesos virales²⁶¹.

Este modo viral de la economía habría que decir: no corresponde únicamente a un crack bursátil, sino que se ha desplazado a muchas más esferas de la vida en sociedad. El derrumbe económico hoy se puede ver en todas las manifestaciones de lo humano así como en él mismo. La carga de expectativas para el actor social son cada vez mayores, pues instalados dentro de este simulacro las personas quedan desprovistas de todo sentido crítico siendo arrastradas así a una especie de conductivismo simplificado, donde la oportunidad de una opinión propia es impensable, de esta forma la compulsiva obsesión por la satisfacción de las necesidades es la acción sucinta, es decir, escueta y hueca, alejada de toda reflexión que termina consolidando el simulacro y que a su vez pertenece a un definido esquema de producción, el mismo que dota a la sociedad de un sentido único, es decir, la ausencia de todo sentido crítico, por lo que ahora la importancia ya no radica en el ser, sino en la producción dirigida a satisfacer la seducción:

... ya no se trata de ~~ser~~ uno mismo, se trata de ~~producirse~~ a sí mismo, desde la actividad consientes hasta las ~~producciones~~ salvajes del deseo. Por todas partes el hombre ha aprendido a pensarse. A asumirse, a ponerse en escena según este esquema de producción, que le es asignado como dimensión final de valor y de sentido²⁶².

Esta carga de expectativas entonces, tiene un fuerte vínculo con el esquema de producción, el mismo que promueve manifestaciones, es decir, comportamientos sociales que quedan inscritos dentro del mercado, dado que éste queda suscrito dentro de una lógica de seducción, que es a su vez una lógica capitalista, como lo dice Marcuse: se trata de un

²⁶¹ Jean, Baudrillard, *Pantalla Total, op. cit.*, pp. 37, 42.

²⁶² Jean, Baudrillard, *El espejo de la producción*, Barcelona, Gedisa, 1996. pp. 11-12.

adocctrinamiento de los productos, que promueven una falsa conciencia debido a que esta doctrina no permite a los actores pensar de manera crítica²⁶³, es decir, controla los comportamientos sociales, lo que más tarde se ve traducido en un pensamiento y conducta de tipo unidimensional:

Los productos adoctrinan y manipulan; promueven una falsa conciencia inmune a su falsedad. Y a medida que estos productos útiles son asequibles a más individuos en más clases sociales, el adoctrinamiento que llevan a cabo deja de ser publicidad; se convierten en modo de vida. Es un buen modo de vida — mucho mejor que antes—, y en cuanto tal se opone al cambio cualitativo. Así surge el modelo de *pensamiento y conducta* unidimensional en el que ideas, aspiraciones y objetivos, que trascienden por su contenido el universo establecido del discurso y la acción, son rechazados o reducidos a los términos de este universo. La racionalidad del sistema dado y de su extensión cuantitativa da una nueva definición a estas ideas, aspiraciones y objetivos²⁶⁴.

Se trata así de una forma de pensamiento llevada al extremo, y ahí inicia un declive, el cual constituye la evidencia de un cambio que puede entenderse en los términos de la metamorfosis del mundo de lo social.

La seducción en el mercado es un fenómeno que pone en entredicho el correcto funcionamiento de la economía, es decir, del mercado— la cual forma el contenido de lo que hoy se entiende por sexualidad por lo que el simulacro vuelve a quedar de manifiesto, erigiéndose entonces como el gran dominador, es decir, la seducción es una extensión más del simulacro y parte fundamental del actual esquema de producción, de esta manera, más que una coherencia, se da una complicidad entre el *homo-sexualis* y el *homo-economicus*:

La sexualidad tal como nos la cuentan, tal como se habla de ella, sin duda es sólo, como la economía política, un montaje, un simulacro que siempre han atravesado, desbaratado, superado las prácticas, como cualquier otro sistema. La coherencia y

²⁶³ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.1 —*El arte y su ascenso en el mundo visual*”, p. 28.

²⁶⁴ Herbert, Marcuse, *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, México, Planeta, 1993, p.42.

la transparencia del *homo sexualis* no ha sido mayor que la del *homo economicus*²⁶⁵.

Esta complicidad queda referida principalmente a través del mercado, y dicha complicidad (que tiene lugar entre el *homo sexualis* y el *homo economicus*) es lo que ha provocado que este crack de la economía no sólo quede en manos de lo bursátil, el cual tiene bajo su seno al *homo economicus* como eje rector de las actividades especulativas, sino en todas aquellas manifestaciones del hombre, las cuales quedan fuera de lo bursátil, y que se inscriben en la esfera del *homo sexualis*, es decir, de la seducción.

Es así que la corporalidad actual del ser humano es el claro ejemplo de cómo la economía viral ha trascendido a otras esferas, todo aquello que se desarrolla a través de este ser humano, a través de esta corporalidad –que a mi parecer ya no es del todo moderno²⁶⁶ ni posmoderno²⁶⁷, sino que se encuentra alejada ya de toda modernidad– reproduce lo viral de todo el sistema, es decir, lo viral de la cultura (la cultura global), lo viral de la sexualidad (la pornografía en todas sus manifestaciones y con sus grandes impulsos mediáticos), lo viral de la informática (lo multimedia), lo viral de la economía (lo transeconómico). Y todo este desajuste es asimilado por los seres humanos, los cuales al estar inmersos dentro de los efectos del simulacro no son capaces de poder identificar todos estos virus que hoy recorren

²⁶⁵ Jean, Baudrillard, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 1981, p. 44.

²⁶⁶ La idea de modernidad ha dejado de ser suficiente para poder explicar la manera en como las actuales sociedades actúan en relación a un modo de producción en particular. La modernidad como un momento histórico claramente definido se nos ha presentado como una utopía, no desde su temporalidad, sino desde su posición ideológica como parte de un proyecto a realizar en las sociedades y en los individuos. La idea del uso de la razón y la construcción de ciudadanos responsables que respondan a cada una de sus prácticas individuales, ha sido puesta en entre dicho por diferentes autores, entre los que se cuenta Baudrillard.

²⁶⁷ La posmodernidad a pesar de manifestarse como una crítica a la modernidad se ha quedado anclada en el plano de la limitación, pues al renunciar a todo gran metadiscurso y decirnos que todo lo que nos queda son pensamientos débiles, no ha solucionado de ninguna manera el problema de la diversidad de aristas que tiene la relación sociedad e individuo con el modo de producción. Autores como Morris Berman sustentan esta idea, al tiempo que ilustra el ocaso de la cultura norteamericana.

y dominan el sistema inmunológico de toda una sociedad a escala planetaria y que saltan de una esfera a otra:

El sida es sin duda una especie de crac de los valores sexuales, los ordenadores, infectados hoy por una especie de sida, desempeñaron, no lo olvidemos, un papel —irulento” en el crac de Wall Street, pero su contaminación galopante podría muy bien parecerse, a su vez, a un crac de los valores informáticos. El contagio no es activo solamente en el interior de cada sistema, sino que juega de un sistema a otro. (...) Además, los efectos no son necesariamente del mismo orden en la conciencia colectiva: el sida puede ser vivido como una verdadera catástrofe, el crac, en cambio, aparece más bien como un juego de catástrofe, y en cuanto al virus electrónico es sin duda dramático en sus consecuencias virtuales, pero es al mismo tiempo una ironía desternillante, es de algún modo una parodia catastrófica²⁶⁸

Seguimos inmersos dentro de una fuerte estructura de competencia económica, o en palabras de Baudrillard, un esquema de producción sólo que esta estructura no se puede entender desde la economía, sino desde la transeconomía. Y esto lo ilustra la propia trayectoria intelectual de Baudrillard, pues en dos de sus cinco obras²⁶⁹ que yo considero fueron dedicadas por el autor al problema de la economía: *Crítica de la economía política del signo* (1972), y *El espejo de la producción* (1973), Baudrillard ya envuelto en un interés por construir una teoría acerca de la sociedad de consumo²⁷⁰, desarrolla una crítica en torno a la obra de Marx, por lo que nos habla de las propias limitaciones de la crítica realizada por Marx, la cual no ha sido del todo radical, entonces, las raíces del sistema de la economía política siguen en constante reproducción.

El mismo Marx no podía anticiparse a la lógica total del sistema, sin embargo, sólo en cierto estadio de desarrollo y saturación del sistema puede la crítica llegar a su raíz. En particular, las determinaciones fundamentales de lo económico, forma/producción y forma/representación, la ruptura que éstas instituyen en

²⁶⁸ Jean, Baudrillard, *Pantalla Total*, *op. cit.*, pp. 37- 38.

²⁶⁹ Las otras tres refieren a: *—El sistema de los objetos”* (1968), *—La sociedad de consumo”* (1970), *—El intercambio simbólico y la muerte”* (1976).

²⁷⁰ —A estas alturas, Baudrillard, cobijado por el interés de construir una sociología de la sociedad de consumo fundamentada en el trabajo del orden sociológico y psicoanalítico en la identificación y la proyección del poder y la sexualidad, pero, sobre todo, como un envite de comunicación, producción de signos, diferencias y prestigios”. Juan Pablo, Córdoba Elías, *op. cit.*, p.29.

relación con el intercambio simbólico, y cómo desde aquí se va trazando una revolución radical de las relaciones sociales: todo esto sólo es legible, no cabe duda, a partir del momento en que la economía política ha invadido, mucho más allá de la producción material, todos los campos de la práctica social e individual. Inútil es interrogar a Marx sobre esto: analizando una fase y solamente una fase del proceso general, su crítica llega hasta ahí y no puede más que extrapolar: es la proyección de la lucha de clases y del modo de producción sobre toda la historia antecedente, es la visión de una “libertad” futura basada en la dominación consciente de la naturaleza. Extrapolación de lo económico: en la medida en que dicha crítica no es *radical*, se lleva a pesar suyo a reproducir las *raíces* del sistema de la economía política²⁷¹.

Para esos momentos, Baudrillard ya nos hablaba de una extrapolación de lo económico y de una crítica que no ha podido ser lo suficientemente radical; nos está hablando de la limitaciones de una manera de entender nuestro mundo material y la forma en cómo nos relacionamos con éste; posteriormente, ya en su última etapa, Baudrillard va a seguir viendo la economía como fuente de serios problemas, a tal grado de sostener que la economía se encuentra infectada, es decir, retraída por sus propios excesos, lo que provoca que hoy se pierda en el vacío de la especulación, debido a los grandes flujos de información que nos dejan desprotegidos, o mejor dicho, desconectados del mundo en su tiempo real, es decir, del mundo socio-histórico que aún existe aunque se encuentra seriamente vapuleado, y que es un mundo al que Baudrillard había dejado de concederle importancia alguna, ya que entiende que este tiempo al que yo llamo socio-histórico ha entrado a una especie de suspensión, de congelamiento, es decir, el grado cero de la movilidad social a consecuencia de lo que él conoce como tiempo real, es decir, el tiempo virtualizado y que se caracteriza por una ultrafluidez y una excesiva circulación²⁷².

²⁷¹Jean, Baudrillard, *El espejo de la producción*, op. cit., pp. 68-69.

²⁷²—Es probable que la libertad descongelada no tenga muy buen aspecto. ¿Y si descubrimos que sólo tiene una urgencia, la de negociarse en fervores automovilísticos y electrógenos, o incluso psicotrópicos y pornográficos, es decir, intercambiarse de inmediato en liquideces occidentales, es decir, pasar de un fin de la historia por congelación a un final de la historia por ultrafluidez y circulación?”. *Ibid.*, p. 52.

Las virtualidades actúan de manera libre sobre el escenario de lo social, de tal forma que han propiciado el simulacro, simulacro y virtualidad se sostienen entonces a partir de una competencia económica, que bien se puede entender como una competencia de la información y de la seducción.

De esta manera, desde iniciada la Revolución Industrial, nuestro sistema económico siempre se había basado en la información y en la seducción; la información permitía a las personas tener la oportunidad de conocer las mercancías mientras que, por su parte, la seducción hacía que éstas se sintieran interesadas por adquirir dichas mercancías.

Pero, ¿qué pasa hoy cuando el sólo hecho de pensar en los límites se vuelve ya una estupidez?, ¿qué es lo que ocurre entonces cuando vemos que el exceso de información y el exceso de seducción han hecho que la praxis humana se relativice?, que esta competencia feroz haya hecho que las acciones humanas sean hoy tan relativas que nada nos sorprenda, pues en el simulacro todo lo que hay es una competencia, la cual no se puede entender como un ejercicio de la pluralidad, ya que dicha competencia es ejercida por grandes monopolios, alianzas que se instituyen bajo un cártel y donde su mayor interés está en el dominio del mercado sin importar su saturación.

Por tanto, se trata de una competencia fetichizada, la misma interesada por lograr la obtención de los objetos que corren dentro del mercado, la obtención del auto, el pantalón y la ropa interior, que más que obtener un objeto, obtenemos un símbolo, una marca y he ahí la obscenidad de nuestras sociedades, las cuales funcionan bajo un motor de obesidad, el mismo que es impulsado por la propia competencia, una carrera cada vez más atroz, pues lanza al mercado objetos desposeídos de toda historia con una tendencia mucho más

propicia a ser desechados, es decir, objetos que por un lado son ahora más frágiles, es decir, más superfluos debido a su pérdida histórica, y por el otro, son ellos quienes dominan la escena, son ellos quienes a partir de dicha fragilidad controlan el intercambio de nuestras relaciones beneficiando así la pérdida de sentido²⁷³. Los objetos entonces se vengan, ellos son quienes posibilitan nuestro contacto en esta sociedad, y lo que ahora importa son los objetos, los sujetos han pasado a un segundo plano:

...no es la fragilidad en sí misma lo trágico, como no lo es la muerte. Es la tentación de esta fragilidad y de esta muerte. Es esta tentación la que se colma, de cierta manera, cuando el objeto nos falla, al mismo tiempo que esta falla nos contraría o nos desespera. Es la misma satisfacción maligna y vertiginosa que hemos visto proyectarse en los fantasmas de la rebelión y la destrucción del robot. El objeto se venga. Se ~~personaliza~~ "personaliza", esta vez para mal, en la rebelión. Esta conversión hostil nos sorprende, nos irrita, pero hay que reconocer que se desarrolla muy rápidamente una sumisión a esta rebelión como a una fatalidad, y como una evidencia de la fragilidad que nos place²⁷⁴.

Se trata entonces, de una fragilidad que adoramos, es ella la que nos hace pensar que el control continua en nosotros, los sujetos, pero que a decir verdad esta fragilidad de la que se componen los objetos es la misma de la que se compone la propia voluntad de los sujetos, es decir, los consumidores envueltos en el simulacro han dejado de comprender lo que en verdad es real de lo que no, para confundir así superficialidad con provecho y beneficio, propiciando no sólo el dominio de los objetos, sino la propia muerte del hombre como invención moderna desde el punto de vista de Foucault²⁷⁵, una muerte que no necesariamente abre las puertas a una construcción hacia algo mejor, tal y como se entiende

²⁷³ *Infra*, Capítulo II, Suptema 2.1.1 *—Lo invisible y el tiempo virtualizado*", p. 90.

²⁷⁴ Jean, Baudrillard, *El sistema de los objetos*, *op. cit.*, 1968, pp. 150-151.

²⁷⁵ *—Quizá habría que ver el primer esfuerzo por lograr este desarraigo de la antropología, al que sin duda está consagrado el pensamiento contemporáneo, en la experiencia de Nietzsche: a través de una crítica filológica, a través de cierta forma de biologismo, Nietzsche encontró de nuevo el punto en el que Dios y el hombre se pertenecen uno a otro, en el que la muerte del segundo es sinónimo de la desaparición del primero y en el que la promesa del superhombre significa primero y antes que nada la inminencia de la muerte del hombre.. Con lo cual Nietzsche, al proponernos este futuro a la vez como vencimiento y como tarea, señala el umbral a partir del cual la filosofía contemporánea pudo empezar de nuevo a pensar; continuará sin duda por mucho tiempo dominando su camino*". Michel, Foucault, *Las palabras y las cosas*, *op. cit.*, p. 332.

en el pensamiento de Nietzsche al referirse al superhombre. De esta manera la idea de una nueva antropología deviene de la idea de la supremacía de los objetos sobre los sujetos, los cuales no pueden escapar a lo efímero y a la moda, que bien puede sintetizarse en términos de seducción; que es a su vez el elemento que marca la línea de producción de una economía vuelta ya transeconómica:

Así por ejemplo, algunas piezas de los coches norteamericanos han sido fabricadas de manera que no duren más de 60.000 kilómetros. La mayoría de los objetos de serie podrían ser, como los productores mismos lo reconocen discretamente, de calidad muy superior a un costo de producción más o menos igual: las piezas —“fragilizadas” cuestan tan caro como las piezas formales. PERO EL OBJETO NO DEBE ESCAPAR A LO EFÍMERO Y A LA MODA. Ésta es la característica fundamental de la serie: el objeto está sometido a una fragilidad organizada. En un mundo de abundancia (relativa) *es la fragilidad la que sucede a la escasez o rareza como dimensión de lo que falta*. Se mantiene a la serie, por la fuerza, en una sincronía breve, en un universo precedero. EL OBJETO NO DEBE ESCAPAR A LA MUERTE²⁷⁶.

Es claro que la respuesta al por qué de dichos excesos se encuentra en la idea que hoy tenemos de la competencia, además de la falta de toda regulación y que no es solamente de los intercambios que tienen lugar en el mercado, sino en la propia conducta del ser humano en sociedad. Dado que esta adquisición de los productos es en realidad la lucha eterna que lleva a cabo la competencia de una economía viral, y es entonces que el simulacro y lo virtual adquieren una profunda relación por medio de la competencia económica, como ya se ha dicho puede ser entendida como una competencia en la información y en la seducción. La información y la seducción que hay en torno a los productos, es decir, objetos. Cosas que dominan la única escena que se dibuja en nuestra sociedad, y que es ante todo poder y acumulación llevados a su grado extremo, a una suerte de transmutación, hablamos así de la hipertrofia del poder y la acumulación, por lo que

²⁷⁶Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos. op. cit.*, p.165.

dichos elementos se inscriben en la escena del simulacro y lo virtual, creando así un efecto en los objetos que es el punto central de la metamorfosis de lo social.

3.2.2. El efecto iPod

Al hablar del efecto *iPod*²⁷⁷ propongo la síntesis de toda una serie de características²⁷⁸ que hasta aquí he venido enunciando en el marco de lo que yo entiendo como una metamorfosis social. Como hemos visto hasta ahora, la sociedad atraviesa por un momento que es difícil apreciar referentes claros que permitan ubicar a la sociedad en un momento de reafirmación, es decir, de la consolidación del propio mundo de lo social y es precisamente esta idea de la supremacía de los objetos vista en Jean Baudrillard la que me permite dilucidar un nuevo escenario dominado por la perplejidad, es decir, una nueva forma de mirar al mundo, un mundo colapso a raíz de la sobre saturación de objetos que lo dicen todo, son ellos quienes tienen la última palabra y los que nos envuelven en una atmósfera de violencia²⁷⁹, son ellos quienes han conseguido despojar a nuestro sistema social de toda forma crítica, con lo que nos encontramos en una implosión total:

Toda estructura, todo sistema, todo cuerpo social que acosa, expulsa o exorciza sus elementos negativos y críticos, corre el riesgo de sufrir una catástrofe por reversión e implosión total, del mismo modo que todo cuerpo biológico que acosa y elimina todos sus germenos, bacilos y parásitos, todos sus enemigos biológicos, corre el riesgo de padecer un cáncer, es decir, una positividad devastadora de sus propias celulosas, corre el riesgo de ser devorado por sus propios anticuerpos, ya sin empleo²⁸⁰.

²⁷⁷ Por supuesto que al referirme a este efecto con el nombre del reproductor multimedia que es diseñado y producido por la empresa Apple Inc. Además de buscar la ironía busco hacer una analogía con los efectos mercadológicos y culturales que este reproductor ha causado en la sociedad. Son a mí entender efectos que bien describen la transformación de lo social, y que al utilizar este nombre resalta la supremacía del objeto ante el sujeto.

²⁷⁸ *Infra*, Capítulo I, –Subtema 1.2.3 –*La ilusión del arte contemporáneo*”, p 46.

²⁷⁹ *Infra*, Capítulo II, –Subtema 2.3.1 –*La violencia del simulacro*”, p. 122.

²⁸⁰ Jean, Baudrillard, *Pantalla Total*, *op. cit.*, p. 11.

De esta manera, es posible que nos encontremos ante el fin de relaciones humanas a consecuencia de una estructura social volcada a las determinaciones de un diseño prefabricado, de una transformación en la mirada²⁸¹ la cual puede ser vista como un cáncer; ninguna relación será posible porque la inmensa mayoría será imitación. Y si todas las relaciones se imitan, o bien, la gran mayoría –como si nos encontráramos ante una industria de la clonación, en la que todos estemos complacidos por un sistema simbólico que invoca productos que piden más productos–, habremos de construir una relación que vaya en contra de la propia reafirmación del ser humano, donde la supremacía de los productos fundamentados a través de falsas necesidades sea la represión que impida todo acto de potencialización humana:

Estas necesidades tienen un contenido y una función sociales, determinadas por poderes externos sobre los que el individuo no tiene ningún control; el desarrollo y la satisfacción de estas necesidades es heterónomo. No importa hasta qué punto se hayan convertido en algo propio del individuo, reproducidas y fortificadas por las condiciones de su existencia; no importa que se identifique con ellas y se encuentre a sí mismo en su satisfacción. Siguen siendo lo que fueron desde el principio; productos de una sociedad cuyos intereses dominantes requieren la represión²⁸².

Nos situamos entonces en un momento donde la relación con los semejantes se ha puesto en peligro, porque da la casualidad que los semejantes se encuentran en un proceso que tiende a la eliminación, esto por sustitución del clon, así que el efecto *iPod* es un fenómeno que tiende a la imitación por medio de los objetos dentro de una estructura social que inicia la eliminación de todo sistema crítico.

Es entonces, que las personas atraviesan el grave riesgo de sólo pertenecer a sí mismas; el sentido de identidad social corre el riesgo de ser sepultado, lo que no significa

²⁸¹ *Infra*, Capítulo II, Tema 2.1 –*El Simulacro en la Sociedad Actual*”, p 79.

²⁸² Herbert, Marcuse, . *op. cit.*, p. 35

que no habrán de existir algún tipo de identidad social, sólo que ésta estará dada en función a eventos corporativos y completamente efímeros, pudiéndose convertir la sociedad en un inmenso no-lugar, suspendidos perpetuamente en el vacío, a consecuencia de este efecto *iPod*.

Como sabemos, el mercado es un constante ir y venir de imágenes que representan objetos, los cuales son sinónimo de deseo; se trata de objetos que seducen y que tienen a su disposición un amplio margen de recursos tecnológicos; objetos que pareciera ser que hablan, es decir, que son parte de una comunicación por la cual seducen; se trata de mercancías que expanden las necesidades; la mayoría en un estado de superficialidad, conducidas a través del discurso publicitario. Son necesidades que repercuten en los índices de ingreso; ganancia, siempre más y más; la sociedad en su mayoría pensando en la ganancia; siempre conquistarlo todo, eso es justamente lo que da sentido al tipo de sociedad en la que nos encontramos, una sociedad que para conseguirlo tiene la mirada clavada en una estética aberrante, belleza que se centra en este dominio de los objetos²⁸³.

Hablamos de una sociedad obsesionada por los logros individuales, olvidada de toda participación colectiva, sociedad occidental, sociedad que piensa sólo en obtener. Ganar en el *super* las rebajas sobre lo ya rebajado; ganar el primer lugar en todo y ganarlo ya; pero antes de obtener dicha posición en el pódium es necesario apoderarse de un crédito bancario y entonces sí, se puede aspirar a ganarlo todo. Esta obsesión por acumular es lo

²⁸³La prioridad de esta función social de discriminación sobre la función –estética” es legible en la moda, donde pueden ser reactivadas a cada instante las formas más aberrantes y más arbitrarias en el plano estético, con el sólo fin de proveer a un material siempre nuevo de signos distintivos. Baudrillard, Jean, *Crítica de la economía política del signo, op.cit.*, p. 28.

que aviva el sentido de todo lo que es irreversible en la sociedad y que constituye la tesis básica de Baudrillard²⁸⁴.

Las sociedades occidentales han entrado así a una etapa de reversibilidad donde pareciera que todo lo que importa es el consumo, es decir, la acumulación en términos de: progreso, crecimiento, producción, valor, deseo y poder. Por lo tanto, estamos en una sociedad sumida en la complicación de los excesos y llena de apariencias que son más efímeras y superfluas, permitiendo el paso a este sentido de reversibilidad.

Este tipo de sociedad que he nombrado como visual es ante todo sacudida por el juego perverso de las apariencias, dónde después de un cierto tiempo, pocos son los que en realidad saben quiénes son. Personas que sólo piensan en tenerlo todo, y cuando no lo tienen piensan en casi tenerlo, entonces estar a punto de tenerlo y ese casi tenerlo pareciera ser que difunde así una solemnidad ideológica; una adhesión perfecta a todo este sistema, un sistema que tiene como base una comunicación publicitaria socorrida por medio de imágenes virtuales, una comunicación que nos habla en cómodas mensualidades, que nos ofrece toda cantidad de monederos electrónicos e incluso muestra su generosidad con doce meses sin intereses.

Imágenes que anuncian productos y que luego de ser conducidos por la publicidad se transforman en una moda, por lo cual las personas constantemente hablan a la moda; sus entusiasmos y sus sentidos, incluso su forma de ver y de caminar quedan a expensas de lo que se reconoce como moda; una moda *express*, inmediata; una moda continua que día a

²⁸⁴ —La tesis básica de Baudrillard, pondera que únicamente concedemos sentido de acuerdo con nuestras significaciones imaginarias, a todo aquello que consideramos irreversible, sea la acumulación, el progreso, el crecimiento, la producción, el valor, el deseo o el poder”. Juan Pablo, Córdoba Elías, *op. cit.*, p.29.

día se renueva y se reinventa; lo que ayer era moda hoy no lo es y mañana tampoco, pues nuestra aparente movilidad social nos condena a esta dependencia de la distinción simbólica; es una apariencia como todo lo que hay en la Sociedad Visual ya que dicha movilidad es casi inexistente, o bien poco movable. La obtención-adoración de un objeto está dada a partir de la imposibilidad de obtener-adorar a algún otro, es decir, al no poder tener el nuevo *iPod* que se exhibe en algunas de las vitrinas del *Palacio de Hierro* (cualquier centro comercial) habrá que conformarse con su imitación, el *iPun*, que cuelga de alguno de los mostradores de *Tepito* (cualquier centro comercial no establecido). De esta manera ante el efecto *iPod* la movilidad social es nula por lo que la apariencia reside en el hecho de que al no poder adquirir un objeto, se adquiere otro²⁸⁵.

Lo que hoy ha sido entendido como una alta demostración de tenacidad olímpica, mañana quizá sea convertida en una campaña publicitaria o en un desfile de modas, y es que son cuerpos en plena seducción los que inmediatamente quedan relacionados con la publicidad y por consiguiente con las imágenes virtuales. Así que ayer podrán haber volado tanto Ditte Kotzian como Yelena Isinbayeva; una en la plataforma de los diez metros con un grado de dificultad de 3.0, y la otra desde el tartán sin soltar la garrocha rompiendo el record olímpico, mientras que mañana una imagen podrá estar recorriendo el orbe mostrando la figura de estas dos mujeres acompañadas de algún producto, es decir, un objeto que al dominarlas, domina a sus espectadores. Y claro, no hay que olvidar la gran hazaña de Cristiano Ronaldo por haber abarrotado el Santiago Bernabeu luego de que fuera

²⁸⁵ —Muy pronto, por lo demás, en circulación acelerada bajo el signo de la moda viene a significar, a hacer ver una movilidad social que no existe realmente. Es ya el sentido de ciertos mecanismos de sustitución: se cambia de coche a falta de cambiar de apartamento. Es más clara todavía que la renovación acelerada de los objetos compensa a menudo una aspiración decepcionada a un progreso social y cultural”. Jean, Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo. op.cit.*, p. 33.

presentado como el futbolista más caro en toda la historia, haciendo notar lo simple que se ha vuelto nuestro sistema económico, simpleza de la que se benefician marcas como aquella de las tres barras, la misma que antes fue un trébol.

Ellos tres, mostrando sus sofisticados atuendos deportivos, son todo un culto al *wearsport* y que combinan de manera excelsa con lo provocador de los tatuajes que en el alto rendimiento tanto se muestran, los tres en sus ratos libres modelando, exhibiendo esos seductores cuerpos que han pasado por una modificación en su diseño²⁸⁶ y que en poco tiempo habrán de invadir la atmósfera social, envolviéndola en un ambiente superfluo, banal y efímero²⁸⁷.

Por este motivo, el escenario social se asemeja al de las revistas de temporada, esas que exponen número tras número todo el mundo de lo *fashion*; todo ese mundo de los altos diseñadores, los cuales han venido a promover un cierto tipo de narcisismo extremo²⁸⁸; que

²⁸⁶ —El cuerpo es el gran primer soporte de esta gigantesca empresa de seducción. Toma un carácter estético y decorativo sólo para nosotros (y al mismo tiempo es profundamente negada: la degeneración moral de cualquier magia del cuerpo surte efecto con la idea misma de la decoración. Para los salvajes, lo mismo que para los animales, no es una decoración: es un ornamento. Y es la regla universal. El que no está pintado es estúpido, dicen los Caduceo.)” Jean, Baudrillard, *De la seducción. op. cit.*, p. 88.

²⁸⁷ —La publicidad lo invade todo a medida que desaparece el espacio público (la calle, el monumento, el mercado, la escena, el lenguaje). Ordena la arquitectura y la realización de súper-objetos como Beaubourg, les Halles o La Villette, que literalmente son monumentos (o antimonumentos) publicitarios, no porque se centren en el consumo, sino porque, en principio, se ofrecen como demostración de la operación de la cultura, de la operación cultural de la mercancía y la masa en movimiento. Esta es nuestra única arquitectura actual: grandes pantallas en donde se refractan los átomos, las partículas, las moléculas en movimiento. No una escena pública, un espacio público, sino gigantescos espacios de circulación, de ventilación, de conexión efímera”. Jean, Baudrillard, *El otro por sí mismo*. Barcelona, Anagrama, 1997. pp. 15, 16.

²⁸⁸ —De hecho, el narcisismo surge de la deserción generalizada de los valores y finalidades sociales, provocada por el proceso de personalización. Abandono de los grandes sistemas de sentido e hiperinversión. En el Yo corren a la par: en sistema de —nostro humano” que funcionan por el placer, el bienestar, la desestandarización, todo concurre a la promoción de un individualismo puro, dicho de otro modo *psi*, liberado de los encuadres de masa y enfocado a la valoración generalizada del sujeto. Es la revolución de las necesidades y su ética hedonista lo que, al atomizar suavemente a los individuos, al vaciar poco a poco las finalidades sociales de su significado profundo, ha permitido que el discurso *psi* se injerte en lo social, convirtiéndose en un nuevo *ethos* de masa; es el —materialismo”exacerbado de las sociedades de la abundancia lo que, paradójicamente, ha hecho posible la eclosión de una cultura centrada en la expansión

por cierto consiste en la formación de una estética de lo inmediato, una estética construida de uno y otro accesorio porque en esta sociedad y bajo este efecto, si se trata de moda mucho de ello recae en la importancia que la gente tiene hacia los accesorios, ya que son ellos los que han venido a darle a las personas una identidad, misma que ha sido tomada de lo que hoy es el poder moderno en franca decadencia; el poder del nuevo siglo es fundamentalmente electrónico, fundamentalmente tecnológico.

Nos encontramos así en un declive de la modernidad²⁸⁹ con lo cual viene una fuerte irrupción de los procesos tecnológicos, de ahí entonces la supremacía de los objetos, los cuales se traducen en productos a los que continuamente las personas están acudiendo, confundidas por la falsa idea de la necesidad, que se traduce por la urgencia de ser visto, ya que si se quiere destacar dentro de estas grandes sociedades, es necesario entonces adquirir el mayor número de mercancías. Las mercancías se revisten ahora de un mensaje mínimo, un mensaje con un significado tan reducido que no permiten ningún tipo de reflexión a profundidad por parte de los consumidores, y en donde el significado es controlado por la

subjetiva, no por reacción o “suplemento del alma”, sino por aislamiento a la carta”. Lipovetsky Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, op. cit., 2002. p.56.

²⁸⁹ “Todo esto no debe considerarse como una más de las eternas lamentaciones sobre la decadencia occidental, muerte de las ideologías y —muerte de Dios” El nihilismo europeo tal como lo analizó Nietzsche, en tanto que depreciación mórbida de todos los valores superiores y destierro de sentido, ya no corresponde a esa desmovilización de las masas que no se acompañan ni de desesperación ni de sentimiento de absurdidad. Todo él indiferencia, el desierto posmoderno está tan alejado del nihilismo “activo” y de su autodestrucción. Dios ha muerto, las grandes finalidades se apagan, pero a nadie le importa un bledo. Ésta es la alegre novedad, ése es el límite del diagnóstico de Nietzsche respecto del oscurecimiento europeo. El vacío del sentido, el hundimiento de los ideales no han llevado, como cabía esperar, a más angustia, más absurdo, más pesimismo. Esa visión todavía religiosa y trágica se contradice con el aumento de la apatía de las masas, la cual no puede analizarse, con las categorías de esplendor y decadencia, de afirmación y negación, de salud y enfermedad”. *Ibid*, p.36.

del discurso publicitario, el cual sólo se interesa por el *medium*, es decir, por la forma, por el diseño, y nunca en el contenido, ya nunca más en el mensaje²⁹⁰.

Nos acercamos a un momento donde todo lo que puede captar nuestra atención como sociedad, es aquello que está relacionado con esta clase de productos, los mismos que proyectan toda una manera de ver la vida, una vida baja en calorías, una vida *light*. Por lo que la gente ahora se está reuniendo más en dirección a lo banal y lo superfluo, ejemplo de ello puede ser la gran ansiedad con la que esperan el lanzamiento del nuevo teléfono móvil, que se supone, es ultra delgado, que va más allá de la ligereza, la sensualidad y el buen gusto y para variar tiene como signo distintivo al de una manzana mordida, comprobando así la tentación que representa. Un teléfono con todas las capacidades y con todas las funciones habidas y por haber, esos son el tipo de elementos que están dando sentido a nuestra sociedad social.

Las relaciones sociales se están construyendo así de manera temporal, como si éstas se basaran ahora en el sin-sentido y en la nada²⁹¹. Relaciones inmediatas basadas en los objetos, por lo cual nos sumergimos en una negatividad extenuante. Hablamos de un

²⁹⁰La mercancía es el lugar de transcripción de todos los objetos posibles, a través de ella, comunican los objetos; la forma mercancía es el primer gran *medium* del mundo moderno. Pero el mensaje que entregan con ella es radicalmente simplificado, y siempre el mismo: su valor de cambio. Así pues, en el fondo, el mensaje ya no existe, sino sólo el *medium* que se impone en su circulación pura. A eso le llamamos éxtasis: el mercado es una forma extática de la circulación de los bienes, así como la prostitución y la pornografía son formas extáticas de la circulación del sexo. Baudrillard, Jean, *Jean. El otro por sí mismo op. cit.* 1997. p. 18.

²⁹¹¿Alguna vez se organizó tanto, se edificó, se acumuló tanto y, simultáneamente, se estuvo alguna vez tan atormentado por la pasión de la *nada*, de la tabla rasa, de la exterminación total? En este tiempo en que las formas de aniquilación adquieren dimensiones planetarias, el desierto, fin y medio de la civilización, designa una figura *trágica* que la modernidad prefiere la reflexión metafísica sobre la nada. El desierto gana, en él leemos la amenaza absoluta, el poder de lo negativo, el símbolo del trabajo mortífero de los tiempos modernos hasta su término apocalíptico. Lipovetsky Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo, op. cit.*, p34.

escenario completamente adverso lleno de imágenes que no dicen absolutamente nada, que han olvidado al —otr” en pos de su destrucción²⁹² dándole así la prioridad al clon.

Y esto es justamente lo que denomino efecto *iPod*, el cual delata el gran malestar que hoy vivimos y que se vuelca en contra de la propia potencialización del ser humano, viviendo así en un oscuro escenario repleto del eterno divagar, con la acentuada dificultad de ver en el rostro del —etro” la diversidad, por lo que las personas se ven sometidas a una lógica y a una práctica de las apariencias, donde la persona, el —etro”, por medio de su cuerpo (y de su mente) es el propio vehículo de este engaño que significan las apariencias²⁹³.

3.3. La Sociedad Visual y su Fatalidad

Por lo anterior podemos decir que en el mundo de las apariencias se suscribe la Sociedad Visual, una sociedad inscrita bajo las determinantes de un escenario donde los símbolos han perdido todo referente a consecuencia de un desarrollo de la técnica iniciado con la televisión y que promueven la eliminación del —etro”²⁹⁴. De esta manera, es la técnica la que ha hecho palidecer al propio ser humano arrojándolo con ello a una atmosfera donde sólo lo que tiene sentido es aquello que se ve, por supuesto que es eso que pasa por un diseño que sin importar sus características ha sido aceptado por el esquema mediático y de mercado, lo que lo vuelve entonces un objeto deseado, un objeto con facultades de seducir.

²⁹² *Infra*, Capítulo II, Tema 2.2 —*Imagen Virtual y los Mass Media*”, p. 103.

²⁹³ —Obligar al cuerpo a significar, pero mediante signos que no tienen sentido propiamente dicho. Cualquier parecido se desvanece. Cualquier representación está ausente. Cubrir el cuerpo de apariencias, de artimañas, de trampas, de parodias animales, de simulaciones para el sacrificio, no para disimular —tampoco para revelar algo (deseo, pulsión), ni siquiera solamente para jugar o por gusto (expresividad espontánea del niño y de los primitivos) — sino por un obrar que Artaud llamaría metafísico: reto con carácter de sacrificio al mundo a existir. Pues nada existe por naturaleza, todo existe gracias al reto que se le lanza y al cual está obligado a responder”. Jean, Baudrillard, *De la seducción*, *op. cit.*, p.88.

²⁹⁴ *Infra*, Capítulo I, Subtema: 1.3.2, —*La televisión y lo visual*”, p. 59.

Con lo anterior, el sujeto queda anclado a una estructura visual que determina a cada momento su comportamiento, conducta que se ritualiza en aras de captar la mirada de los espectadores, la obsesión de ser visto se ha convertido en un ritual, por lo que la decoración es parte de éste y al mismo tiempo la manera en como captamos las miradas, lo que significa atraer la propia existencia en una sociedad que sólo se detiene ante lo novedoso y lo llamativo y reciente es precisamente aquello que concede la fama:

En esas fantasías “ser famoso” no es más (¡ni menos!) que ser exhibido en la portada de miles de revistas y en millones de pantallas, ser visto, mirado, ser tema de conversación, y por lo tanto, presuntamente deseado por muchos —como esos zapatos, faldas o accesorios que brillan en las revistas o las pantallas de televisión y por lo tanto son vistos, mirados, comentados, deseados...—. —Es medios no son todo en la vida”, observa Germaine, “pero casi... En la era de la dominación, la invisibilidad es sinónimo de muerte”. Las constantes conversión y reconversión son para el producto, y por lo tanto para el consumidor, lo que el metabolismo es para los organismos vivos²⁹⁵.

En la Sociedad Visual, lo real y lo imaginario tienen un estrecho vínculo que se deja ver en los símbolos que impactan en la sociedad. Los símbolos en sociedad rememoran lo que se supone ha sido la realidad, se trata de una recolección de símbolos que transmiten el significado de la realidad, pero que no significan la realidad; por ello que tenemos acceso a los símbolos de lo real (los cuales pertenecen a la forma de lo imaginario), y no a la realidad, con lo cual se aprecia además de una tragedia en términos sociales, una transformación, por lo que se estrena un nuevo momento histórico.

Hemos dicho que la videosfera se nos presenta como el régimen visual en el que actualmente nos encontramos, de ahí que podemos hablar de un nuevo momento histórico, por lo que se trata de un régimen que opera fundamentalmente por medio de la circulación de imágenes, las cuales ante todo son virtuales, porque lo virtual es el medio y la forma por

²⁹⁵Zygmunt, Bauman, *Vida de consumo*, op. cit., p. 27.

donde se transmite y aparece la imagen. La Sociedad Visual por tanto se inscribe en este nuevo momento histórico.

En la Sociedad Visual, las imágenes virtuales representan la base por donde miramos al mundo y en donde se dibuja una amplia gama de productos que están en circulación por medio del mercado, de ahí que podemos decir que la imagen virtual es preponderantemente económica. Lo Virtual y lo real de esta manera son tan inseparables que hoy se confunden continuamente y tal como dice Deleuze, el paisaje imaginario se introduce en lo real por lo que nuestra visión se compone ahora de esta fusión:

En el límite, lo imaginario es una imagen virtual que se pega al objeto real, e inversamente, para constituir un cristal de inconsciente. No basta con que el objeto real, el paisaje real, evoque imágenes similares o vecinas: debe liberar su propia imagen virtual, al mismo tiempo que ésta, como paisaje imaginario, se introduce en lo real siguiendo un circuito en el que cada uno de ambos términos persigue al otro, se intercambia con el otro. La «visión» se compone de esta duplicación o desdoblamiento, de esta fusión²⁹⁶.

La Sociedad Visual, vive entonces así, bajo los efectos de la fusión entre lo real y lo virtual, por lo que se complica todo acceso, o toda posibilidad de lo que es real, siendo esto lo que justamente podemos entender como el crimen perfecto, mismo que podemos ver en aquellos objetos que seducen²⁹⁷ y que lo hacen ante nuestros ojos.²⁹⁸

El crimen perfecto nos arrastra así a un exterminio real en manos de su doble, en manos de la copia, porque como diría Régis Debray, es la copia la que tiene mayor fuerza.

²⁹⁶ Gilles, Deleuze, *Crítica y clínica*, Barcelona, Anagrama, 1996, pp. 92-93.

²⁹⁷ *Infra*, Capítulo II, Subtema 2.1.2 –*El fin de la ilusión*”, p. 100.

²⁹⁸ –La seducción de los ojos. La más inmediata, la más pura. La que prescinde de palabras, sólo las miradas se enredan en una especie de duelo, de enlazamiento inmediato, a espaldas de los demás, y de su discurso: encanto discreto de un orgasmo inmóvil y silencioso. Caída de intensidad cuando la tensión deliciosa de las miradas luego se rompe con palabras o con gestos amorosos. Tactilidad de las miradas en las que se resume toda la sustancia virtual de los cuerpos (¿de su deseo?) en un instante sutil, como en una ocurrencia –duelo voluptuoso y sensual y desencarnado al mismo tiempo– diseño perfecto del vértigo de la seducción, y que ninguna voluptuosidad más carnal igualará en lo sucesivo. Esos ojos son accidentales, pero es como si estuvieran posados desde siempre en usted”. Jean, Baudrillard, *De la seducción*, Madrid, cátedra, 2001. p75.

Y es en esta imitación de la realidad donde todos nuestros actos se ven transformados por lo que la sociedad entera se convierte en una pantalla, en una mega pantalla que recubre todos nuestros actos. El crimen perfecto reduce así todo acontecimiento a la información, verlo a través de la pantalla supone la realidad del acontecimiento, no obstante es la copia a la que tenemos acceso, una imitación que las más de las veces no somos capaces de ver, siendo ahí en donde radica esta perfección del crimen, esta fusión perversa entre lo real y lo virtual:

El crimen perfecto es el de una realización incondicional del mundo mediante la actualización de todos los datos, mediante la transformación de todos nuestros actos, de todos los acontecimientos en información pura; en suma: la solución final, la resolución anticipada del mundo por clonación de la realidad y exterminación de lo real a manos de su doble²⁹⁹.

En la Sociedad Visual, el acceso a lo real se ha vuelto ciertamente complicado, aunque no por esto podemos vulgarizar la idea del no acceso a lo real, ya que si efectivamente en esta sociedad es lo visual lo que traiciona a la realidad, la información un tipo de cáncer que no permite acceder a la veracidad de los acontecimientos, esto no significa entender que los acontecimientos han perdido toda veracidad, todo sentido y lo hoy vemos a través de la información es la putrefacción de un sistema fuera de control, ya que de esta manera caeríamos en lo absurdo, al pensar que no hay forma de acercarse a un acontecimiento y que todo a lo que tenemos acceso es a la información. Un ejemplo nos ayudaría a comprender este problema, si pensamos en algún conflicto bélico; no significa que éste no sea real o que al ser mediatizado forzosamente haya sido absorbido por la fusión entre lo real y lo virtual, ya que esto depende de la óptica del observador, dado que el conflicto está, los muertos están, el deterioro ambiental y socio-cultural también lo está;

²⁹⁹ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, p. 41.

ciertamente nos habremos de encontrar con el problema de la información, en tanto a los datos se refieren, pero de cualquier forma el acontecimiento se encuentra en el mundo de lo real, hecho que nos permite comprender que el simulacro no es total en la Sociedad Visual, y que este crimen perfecto por momentos pierde su perfección, aunque estos momentos sean cada vez menos.

3.3.1. Una sociedad transgredida en las apariencias

En un mundo mutilado,³⁰⁰ todo o casi todo se ha vuelto una apariencia; mismas que se sustentan a través de los negocios, porque son los exteriores precisamente el elemento unificador entre los objetos y los consumidores. Las apariencias hoy en día fundamentalmente cobran forma a partir de un continuo y acelerado uso de la técnica, la cual permite entonces un fenómeno de *remake*, es decir, el reuso de las apariencias por medio de una nueva versión, o en otras palabras, la constante aparición de éstas, su continua repetición. Es así que nos encontramos en un fenómeno de repetición eterno, las apariencias a todo momento se nos repiten unas tras de otras, como si todas y cada una de ellas se reciclaran para de esta manera la gran mayoría de las cosas se nos presentara a través de una fachada, un exterior que como hemos visto deviene de un proceso histórico³⁰¹.

Y por supuesto, tanto *remake* como reciclaje de las apariencias, se nos muestran como irónicos y por si esto fuera poco, esta sátira tiene la forma de una gran intriga, la cual desgasta dentro de una espesa confusión la vida en sociedad, o mejor dicho, la vida humana, la misma que hoy se muestra como el resultado de la desilusión que viene dada a

³⁰⁰ *Infra*, Capítulo II, Tema 2.1 *—El Simulacro en la Sociedad Actual—*, p. 79.

³⁰¹ *Infra*, Capítulo I, Tema 1.1 *—La ilusión en la historia—*, p. 13.

partir del predominio del objeto sobre el sujeto, es decir, el desplazamiento del ser humano por las cosas y es precisamente este desplazamiento el que representa la más grande desilusión para la condición humana.

Esta desilusión tiene lugar a partir de la manera en cómo se desarrollan los negocios para nuestro tiempo y que involucra la forma de estar en el mercado y que manifiesta un delirio extremo por la saturación y la seducción que se combinan dando pie a esta desilusión de la que nos habla Baudrillard, que queda cobijada en la magia de la apariencia, o mejor dicho, en su proceso de edición, el cual no permite ver a nadie al desnudo, y menos a los negocios, los mismos que se han vuelto la piedra angular de nuestra civilización.

De esta manera, la forma de hacer negocios en la actualidad se vuelve parte de un chiste publicitario, una especie de humor negro que está dado a partir de una imposibilidad de potencializarnos como seres humanos, mientras que contemplamos esta imposibilidad por medio del goce estético que la pantalla nos muestra, y esto precisamente es lo que Baudrillard llama como ironía, una parodia carente de todo ejercicio crítico, y que se encuentra sumergida bajo el fenómeno del *trompe-l'oeil* (efecto engañoso) el cual hoy caracteriza de manera contundente tanto a la publicidad como a la manera de hacer negocios, y que inundan también toda la esfera de nuestra percepción de la realidad, una percepción completamente engañosa y que se vuelve un simulacro de segundo grado según explica nuestro autor:

La ilusión no es falsa, pues no utiliza signos falsos, utiliza signos insensatos. Este es el motivo de que desilusione nuestra exigencia de sentido, pero de una manera encantadora. Es lo que hace la imagen en general, más sutil que lo real, puesto que sólo tiene dos dimensiones, y por consiguiente siempre es más seductora (es realmente el diablo quien ha poblado de ellas el universo). Es lo que hace el

trompe-l'oeil: añadiendo a la pintura la ilusión de lo real, es en cierto modo más falso que lo falso, es un simulacro en segundo grado³⁰².

Esta no falsedad de la ilusión es lo que se puede entender como irónico, se trata así de una ironía del arrepentimiento y del resentimiento respecto a nuestra propia cultura, y que a pesar de no estar muy presente es posible ver ciertas manifestaciones que confirman este arrepentimiento que se entremezcla de un resentimiento. El arrepentimiento de ser justamente aquello que nos aleja del encanto publicitario, tal y como lo es lo cruel de nuestra historia, la contaminación de nuestro planeta o la manera de hacer nuestra política³⁰³. Por otro lado, el resentimiento con un mundo tan lleno de expectativas a las que pocos pueden acceder y que a pesar de los efectos del simulacro, aún se pueden apreciar las diferencias entre el mundo socio-histórico, y el mundo de la publicidad, es decir, el mundo de las virtualidades, es un mundo que por cierto ha entrado dentro del panorama de nuestra vida cotidiana, la misma que se manifiesta en este irónico juego de la publicidad y de la forma de hacer negocios:

Al juego objetivo propuesto al hombre de colocación el doble juego de la publicidad lo vuelve a tomar siempre por su cuenta. Sin embargo, la lógica misma de este juego trae consigo la imagen de una estrategia general de las relaciones humanas, de un proyecto humano, de un *modus vivendi* de la era técnica; verdadero cambio de civilización cuyos aspectos se pueden observar inclusive en la vida cotidiana³⁰⁴.

³⁰² Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, *op. cit.*, p. 53-54.

³⁰³ —El blanqueo es la actividad primordial de este fin de siglo. Al haberse acumulado durante los tres primeros cuartos una serie de males y de mucha violencia, corrupción y culpabilidad, nos encontramos ahora frente a un residuo fantástico, comprometidos en un trabajo de duelo indefinido por todas las peripecias, ideologías y violencias que lo han marcado. Arrepentimientos, saldos, liquidaciones, rebajamiento de la historia. Blanqueo de una historia sucia, del dinero negro, de las conciencias corruptas, del planeta contaminado. Purificación del recuerdo —limpieza higiénica del medio ambiente—, limpieza étnica y racial de las poblaciones. Pero sobre todo la clase política ha entrado en la era victimaria del arrepentimiento. Todo político, todo hombre con poder es hoy merecedor de una inculpación virtual y debe ser blanqueado como dinero negro”. Jean, Baudrillard, *Pantalla Total*, *op. cit.*, p. 85.

³⁰⁴ Jean, Baudrillard, *El sistema de los objetos*, México, *op. cit.*, p. 27.

Quedamos entonces atrapados en esta ironía de la publicidad en el entendido de su saturación simbólica³⁰⁵, que a su vez es una ironía en los negocios, una ironía que forma parte de las estrategias de este fenómeno del simulacro, el cual nos dice Baudrillard que ha transgredido todo límite: *—Lo hemos transgredido todo, incluido los límites de la escena y de la verdad*³⁰⁶.” Y esta transgresión es la que da pie al ejercicio de pensar la sociedad occidental de manera negativa, nunca más poder ser pensada de manera positiva, no mientras persista esta transgresión, la cual está dada a partir de una gran gordura, la obesidad de la publicidad y de los negocios, que combinados devienen en un consumismo ubicuo que se manifiesta como un contra sí mismo tal y como nos lo dice Hannah Arendt³⁰⁷.

Esta transgresión toma el lugar de una forma grotesca de la verdad, pues al dejar de lado los límites de toda escena y de toda verdad, en su lugar se posa esta verdad transgredida que es, tal y como decir que la ilusión no es falsa, ya que esta verdad transgredida al igual que la ilusión, no utiliza signos falsos, sino insensatos que pueden ser vistos por medio de la publicidad y tomados gracias a los negocios y a toda la estructura de una economía viral en la que hoy estamos circunscritos.

Es así que todo es un asunto de iluminación, tal y como afirma Baudrillard, todo, incluso hasta la propia transgresión, la cual ha dejado de estar iluminada por la luz natural, para ahora verse iluminada por una luz artificial, misma a la que todo mundo al tener

³⁰⁵ *Infra*, Capítulo II, Tema 2.1 *—El simulacro en la Sociedad Actual*”, p. 81.

³⁰⁶ Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, *op. cit.*, p 75.

³⁰⁷ Hannah, Arendt, *—¿Qué queda? Queda la lengua materna*”, en youtube.com., 2007. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=pfFwIuTckWw>., revisado el: 01 de Agosto de 2009.

acceso, tiene paso a la transgresión, la cual es reflejada por medio de las virtualidades, las mimas que nos presentan imágenes transgredidas.

A propósito de imágenes transgredidas, un claro ejemplo son las que Warhol nos propone, y las cuales están suspendidas en la más completa de las insignificancias. A esto último Baudrillard concede parte de sus reflexiones, y esto debido a que los objetos hoy en día están iluminados de una luz artificial, lo cual quiere decir que se trata de objetos superficiales y artificiales y donde la magia de su engaño recae precisamente en que han logrado preservar a lo largo del tiempo su artificialidad, incluso dicho artificio se ha logrado preservar bajo el propio riesgo de la pérdida de la percepción que se tiene del tiempo, por lo cual los objetos hoy se nos presentan descontextualizados de cualquier referente histórico. Se trata así de imágenes con un poder visual tan grande en aquello que exhiben, son capaces de reprimir el propio sentido del valor cultural, siendo este hecho un elemento trascendental para Walter Benjamin cuando nos dice que: *“En la fotografía, el valor exhibitivo comienza a reprimir en toda la línea al valor cultural”*³⁰⁸.

Con lo anterior, podemos decir que Warhol termina por completar el trabajo que Duchamp³⁰⁹ hasta cierto punto deja inconcluso, pues si Duchamp había desarrollado un fuerte indicador de miradas, *“atención esto debe verse”* con Warhol este indicador persiste, sólo que esta vez las imágenes se reducen a la insignificancia, pues ya no hay nada que decir, y esta imposibilidad de decir algo queda reflejada debido a la condición actual del sujeto, por lo que sólo subsiste el acto de la repetición, es decir, el esnobismo puro, un

³⁰⁸ Walter, Benjamin, *Discursos interrumpidos*, Buenos Aires, Taurus, 1989, p.31.

³⁰⁹ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2. 2 *“El imperio de la re-presentación artística”*, p. 34.

presunción maquinal, la cual despoja al sujeto de su *aura*, ya que del *aura* tal y como nos dice Benjamin, no hay copia ya que ésta siempre está ligada a su aquí y a su ahora:

He aquí un estado de cosas que podríamos caracterizar así: por primera vez —y esto es obra del cine— llega el hombre a la situación de tener que actuar con toda su persona viva, pero renunciando a su *aura*. Del *aura* no hay copia [...] Lo peculiar del rodaje en el estudio cinematográfico consiste en que los aparatos ocupan el lugar del público. Y así tiene que desaparecer el *aura* del actor y con ella la del personaje que representa³¹⁰.

Este esnobismo maquinal, que bien puede entenderse como la repetición constante a través del abuso de la técnica, es a su vez la destrucción del *aura*, es decir, la destrucción del sujeto como ente libre y creador, ya que todo valor cultural se ha de ver reprimido lo que significa una aniquilación del arte, entendiendo así la destrucción de toda posibilidad de liberar la imagen de sus intereses de mercado, algo que Warhol dominaba con un encanto profesional:

El arte moderno había llegado muy lejos en la deconstrucción del objeto, pero Warhol es el que ha avanzado en el aniquilamiento del artista y del acto creador. Ahí está su esnobismo, pero es un esnobismo que nos alivia de toda la afectación del arte. Precisamente porque es maquinal. Con Picabia y con Duchamp, la máquina sigue estando presente como mecanicidad surrealista, no como maquinalidad, es decir, como realidad automática del mundo moderno. Warhol, por su parte, se identifica pura y simplemente con lo maquinal, lo que confiere a sus obras una fuerza contagiosa. Los restantes artistas no tienen esta fuerza de reacción en cadena de las imágenes, aun cuando flirtean con la banalidad. No han llegado a ser auténticos esnobs, sólo son artistas. Sus obras están a medio camino del artificio. Pese a haber perdido, también ellos, el secreto de la representación, no sacan de ahí las consecuencias, que pueden implicar en efecto, en el esnobismo maquinal, una especie de suicidio³¹¹.

Las imágenes de Warhol, son entonces, el artificio completo, son el suicidio a toda reflexión visual, pues todo lo que interesa a Warhol es lo maquinal, que es justamente lo mismo que promueve este ejercicio de la repetición, el cual es un reflejo claro de la condición actual del sujeto; la condición actual del ser humano es una especie de clonación,

³¹⁰ Walter, Benjamin, *op. cit.*, p. 36.

³¹¹ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, p 108.

la duplicación que tiene lugar a partir de las virtualidades y dentro de la publicidad, como se ha dicho, eliminan en gran medida la posibilidad de una conciencia crítica.

Por lo anterior, las imágenes que nos ofrece Warhol son verdaderamente susceptibles al encanto publicitario, por lo que bien podría decirse que el autor nos presenta imágenes atrapadas en sí mismas (todo lo opuesto a lo que nos presenta LaChapelle, el cual procura liberar a las imágenes de su encanto publicitario³¹²), lo cual se trata de un aislamiento que se reduce al asunto de la iluminación; ¿iluminación natural o iluminación artificial? Esta es la gran pregunta en la que se debaten nuestras re-presentaciones visuales, pero tal y como lo afirma Baudrillard, sobre nuestro mundo reina la iluminación artificial, de ahí la relevancia que tiene Warhol para nuestro pensador, ya que esta iluminación se acompaña forzosamente de una celebridad maquinal, lo que significa la construcción de un fuerte esnobismo, y lo que vuelve posible el hecho ser aplaudidos. Ser aplaudido significa ser visto, ser notado, significa la existencia misma, una existencia sumida en el páramo de las repeticiones.

Somos aplaudidos entonces gracias a la clonación de la imagen, misma que hemos imitado a partir de lo que se nos expone en la publicidad. Si el mundo hace su publicidad a través de la técnica, nosotros somos presa fácil de esa publicidad, de ese espejo de repeticiones del que es muy difícil escapar ya que obliga a nuestra imaginación a borrarse:

Todo es un asunto de iluminación. La luz natural del genio es escasa, pero la luz artificial que reina sobre nuestro mundo es tan abundante que todos necesariamente tenemos acceso a ella. Hasta una máquina puede llegar a ser famosa, y Warhol nunca pretendió otra cosa que esta celebridad maquinal, celebridad sin consecuencias y que no deja huellas. Procede de la exigencia que hoy tienen todas las cosas de ser aplaudidas, de ser felicitadas por la mirada. Se dice que se hace publicidad a sí mismo. No es cierto: no es más que el médium de

³¹² *Infra*, “Conclusiones”, p. 208.

esta gigantesca publicidad que se hace el mundo a través de la técnica, a través de las imágenes, obligando a nuestra imaginación a borrarse a nuestras pasiones a extravertirse, rompiendo el espejo que le ofrecíamos, hipócritamente por otra parte, para ganárnoslo³¹³.

Borrar la imaginación y caer en la trampa de las repeticiones es justamente de lo que se alimenta la publicidad, y decir esto, es entonces, decir negocios. De esta forma se vuelven muy importantes personalidades como las de Warhol, ya que a través de su trabajo la manera cómo podemos señalar la relación que hay entre lo virtual y los negocios, dado que las virtualidades y los negocios, que son muy bien entremezclados por la publicidad, fomentan una insignificancia por todo aquello que no sea anunciado por dicha publicidad, y aún así, lo insignificante recae en aquello mismo que la publicidad anuncia, sólo que esta insignificancia está revestida por un *trompe-l'oeil*, aquel efecto engañoso que el simulacro provoca, para colocarse como la síntesis de lo virtual y de esta súper inflación de la información, la cual es capaz de borrar toda referencia³¹⁴.

3.3.2. La metamorfosis de la sociedad occidental

Nos encontramos finalmente en un mundo congestionado por los negocios, el cual ha encontrado su punto de partida en 1968³¹⁵, por lo que a partir de este momento nuestro paisaje urbano queda atrapado por los escenarios que la publicidad impone, lo que nos muestra un sujeto líquido y liquidado. Y como hemos visto hasta ahora, negocios y publicidad, cobijados dentro de la atmosfera de lo virtual se pueden entender como un

³¹³ Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto*, *op. cit.*, pp. 116-117.

³¹⁴ –Entonces, todo el sistema queda flotando convertido en un gigantesco simulacro —no en algo irreal, sino en simulacro, es decir, no pudiendo trocarse por lo real pero dándose a cambio de sí mismo dentro de un circuito ininterrumpido donde la referencia no existe”. Jean, Baudrillard, *Cultura y simulacro.*, *op. cit.*, p 13.

³¹⁵ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.2.3 –*La ilusión del arte contemporáneo*”, p. 47.

engaño, es decir, la farsa que la propia re-presentación que el objeto manifiesta y que se convierte así en un ambiente que a decir verdad es obsceno, obeso y obsesivo.

Es obsceno porque no respeta la propia condición humana, dado que sólo tiene la mirada fija en los intereses, y si es necesario, está dispuesto a conseguir sus ganancias a través de cámaras ocultas³¹⁶. Por otro lado, es obesa porque todo el tiempo está pensando en la exageración y en la saturación, esto sin importar los daños que pueda provocar. Y es obsesivo, porque su insistencia, que se confunde con frustración, es tanta que con tal de captar la atención de sus clientes, se vuelve demencial, incapacitado ya para poder ver algún tipo de límite o argumento ético, ya que es tanta esta obsesión que cualquier truco publicitario lo vale, si eso acaso le permite abrir nuevos mercados³¹⁷.

Cuando todos somos engañados deja de haber engaño, por lo tanto, la publicidad y la manera en cómo quedan configurados los negocios en la actualidad, aspiran a eliminar toda clase de engaño, es la perversión de la ilusión lo que nos empuja a esta eliminación del

³¹⁶ —Los anuncios de Abercrombie & Fitch mostraban hombres en ropa interior mirándose cariñosamente entre sí; Diesel fue más lejos aún, con dos marineros que se besaban, y en un anuncio televisivo de Virgin Cola se vio «la primera boda homosexual de la publicidad televisiva», como anunciaba con orgullo el comunicado de prensa. También aparecieron marcas dirigidas a *gays* como Pride Beer o Wave Water, cuyo eslogan es «Ponemos marcas a las botellas, no a las personas», y aparecieron cazadores de lo *cool* especializados en la comunidad homosexual, que eran investigadores de mercado que recorrían los bares *gays* con cámaras ocultas». Naomi, Klein, *No logo. El poder de las marcas*, op. cit., p. 135.

³¹⁷ —Mientras tanto, The Gap llenaba sus anuncios con arco iris racialmente mixtos y modelos delgados y de aspecto infantil. Diesel compensó la frustración que le producía ese ideal inalcanzable de belleza con carteles irónicos que mostraban una mujer a la que le servían una mesa con cerdos para la cena. The Body Shop evitó la reacción que provocaron los anuncios anteriores negándose a hacer publicidad, y en lugar de ello llenó sus escaparates con cintas rojas y letreros que condenaban la violencia contra las mujeres. La búsqueda de la diferencia se adaptaba bien a la boga del estilo afroamericano y a los héroes que empresas como Nike y Tommy Hilfiger ya habían detectado como poderosas fuentes de marketing. Pero Nike también se dio cuenta de que las personas que consideraban pertenecer a grupos oprimidos constituían sectores del mercado ya hechos: se agrega algunos tópicos al producto, y ¡listo!, no sólo es un producto más, sino también un aliado en su lucha. De este modo, las paredes de la Ciudad Nike se adornaron con citas de Tiger Woods que declaraba que «en Estados Unidos todavía hay pistas donde no puedo jugar a causa del color de mi piel». Las mujeres de los anuncios de Nike nos dijeron «creo que «nena» es una mala palabra» y «opino que los tacones altos son una conspiración contra las mujeres». *Ibid.*, pp. 35, 36.

engaño, y lo que a su vez sería el grado máximo del simulacro evidenciando así una ruptura en la sociedad, una metamorfosis; la reversibilidad en este caso es lo que sustenta dicha metamorfosis desde el punto de vista de una destrucción, cataclismo que puede verse en nuestro tipo de economía, que como ya se ha dicho, se nos presenta como una economía de deuda.³¹⁸

La reversibilidad se concentra así en la ilusión, en las apariencias, es decir en el olvido de la historia³¹⁹. Y eso es el gran enigma en Baudrillard, la idea de encontrar reversibilidad por todas partes, es decir, la eliminación de los contrarios. Al no haber opuesto significa la eliminación del pensamiento dialéctico, algo que además de constituir un cambio sin precedente alguno, es también una fatalidad de estar en un vacío:

Por largo tiempo he estado preocupado por la cuestión de la reversibilidad. Esto es algo que está presente en todos mis escritos. Encontrarás cierto catastrofismo, que en un sentido unilateral remite a algo apocalíptico. El fin de lo social, de la historia. Es absurdo que sólo signifique no hay más de esto; es absurdo. Por doquier la idea de reversibilidad que es precisamente lo opuesto a la dialéctica (en términos de intercambio ya no se produce un tercer término y con ello evitamos la referencia a la trascendencia, etcétera) [...] Es parte de todas mis ideas acerca del intercambio simbólico, la seducción tiene pues que ver con esta idea la reversibilidad [...] La dialéctica fue quizá, una forma específica. La reversibilidad es otra. Es, de hecho, como dices, una mutación genética. Y el juego aquí es infinitamente más interesante que el anterior³²⁰.

La idea que el mundo entero puede reversibilizarse significa el congelamiento del entorno, significa que el orbe deje de pensarse en términos dialécticos, lo que involucra si bien no un fin de la historia y de lo social, sí la suspensión de ellos, y por lo tanto la despotencialización del ser humano en aras de la metamorfosis del mundo de lo social:

Eso sería el enigma absoluto: no ya alguna ultrafórmula o metaecuación del universo (cosa que seguía siendo todavía la teoría de la relatividad), sino la idea de que toda ley puede reversibilizarse (no únicamente la partícula en la

³¹⁸ *Infra*, Capítulo I, Subtema 1.3.1 –*El significado de 1968 en la teoría de Baudrillard*”, p. 56, 58.

³¹⁹ *Infra*, Capítulo II, Subtema 2.1.2 –*El fin de la ilusión*”, p. 92.

³²⁰ Jean, Baudrillard, Citado por: Juan Pablo, Córdoba Elías, *op. cit.*, p.71.

antipartícula, la materia en la antimateria, sino las mismas leyes). Esta reversibilidad, cuya hipótesis siempre ha sido formulada en las grandes metafísicas, es la regla fundamental del juego de las apariencias, de la metamorfosis de las apariencias, contra el orden irreversible del tiempo, de la ley y del sentido³²¹.

La Sociedad Visual es así una sociedad de la ilusión, una sociedad que ha renunciado a pensar en términos dialécticos para hoy contemplar la vida de una forma reversible, lo que atenta contra de la manera de entender el tiempo y el propio sentido de comprender las cosas que hay en él. Y eso es justamente un enigma, entender al mundo a partir de la reversibilidad, es decir, de un sentido que renuncia a la trascendencia, que hace a un lado todo acto de potencia manifiesto en el ser humano, atrapados así en el reduccionismo del tiempo corto, es decir, que todo lo que importa es el ahora, porque el ayer y el mañana se difuminan ante las propias dificultades del ahora, complicaciones que marcan el rumbo de la sociedad, por lo que la evasión y la ilusión, resultan ser la mejor alternativa; de esta manera el simulacro es así el fenómeno que envuelve a la Sociedad Visual, pero además de ello la permanencia de la reversibilidad en la sociedad constituye el grado más avanzado del simulacro.

Este grado máximo del simulacro depende entonces del propio desencanto social, aunado a que los integrantes de la sociedad se asimilen fuera de sus funciones ya habiendo desdibujado todo límite, inmersos así en un ambiente de profundos desórdenes los cuales bien se pueden referir a la miseria de una sociedad que se vuelve parte del silencio, parte de una masa que todo lo colapsa:

Así es la masa, reunión en el vacío de partículas individuales, de desechos de lo social y de impulsos mediáticos: nebulosa opaca cuya densidad creciente absorbe

³²¹Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, op. cit., p 176.

todas las energías y todos los alcances luminosos que la rodean, para finalmente derrumbarse bajo su propio peso. Agujero negro en el que lo social se precipita³²²

Las sociedades occidentales han entrado así a una fase antropológica³²³ de metamorfosis donde ellas mismas se opacan a consecuencia de la manera de estar en sociedad, una forma que ha comenzado a ser reversible, y esta reversibilidad bien se manifiesta en la dependencia a los negocios a la publicidad y en general a esta economía que se nos presenta como viral y que ha puesto en grave riesgo nuestro propio hábitat; por lo que podemos decir que nos encontramos en el grado máximo de la anomia³²⁴, la cual bien se ve reflejada en la falta de regulación del mercado, la misma que nos ha llevado a la más reciente crisis financiera y humanitaria.

Se trata de un escape que si bien aún no es total, sí podemos ver que existen muchísimas manifestaciones de este escapar de la ley que sustenta esta fuerte anomia por la que hoy transitamos como sociedad. Hablamos de la falta de regularización social a consecuencia de los trastornos que se viven en todos los grupos sociales. Secuestros, violaciones, torturas, fraudes financieros, son muchos de los ejemplos que podemos mencionar respecto a estos trastornos.

De esta manera podemos entender que la anomia es parte del sentido de reversibilidad que hay en el mundo, y por lo cual escapa a la jurisdicción de toda ley³²⁵. Por lo que nos

³²² Jean, Baudrillard, *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kairós, 1978, p. 7.

³²³ *Infra*, Capítulo II, Subtema 2.1.2 –*El fin de la ilusión*”, p. 101.

³²⁴ –A este estado de anomia deben atribuirse, como luego mostraremos, los conflictos que renacen sin cesar y los desórdenes de todas clases cuyo triste espectáculo nos da el mundo económico. Pues como nada contiene a las fuerzas en presencia y no se les asignan límites que estén obligados a respetar, tienden a desenvolverse sin limitación y vienen a chocar unas con otras para rechazarse y reducirse mutuamente. Sin duda que las de mayor intensidad llegan a aplastar a las más débiles, o a subordinarlas”. Emili, Durkheim, *La división de trabajo social*, México, Colofon, 1980, p. 5.

³²⁵ –La anomia es lo que escapa a la jurisdicción de la ley, la anomalía es lo que escapa a la jurisdicción de la norma. (La ley es una instancia, la norma es una curvatura, la ley es una trascendencia, la norma es un promedio.) La anomalía interviene en un campo aleatorio, estadístico, un campo de variaciones y de

vemos envueltos en una pasión negativa, la misma que termina con toda posibilidad de trascendencia en el sujeto social, es decir, el impedimento total de la potencialización del ser humano a consecuencia de la pérdida de su *aura*, por lo que este grado máximo de la anomia se justifica a raíz de la ausencia del *aura* a la que ya me he referido con Benjamin, para el cual es necesario una historia a contra pelo, debido a que esta historia es la herramienta que nos permite escapar de la barbarie de nuestra civilización, ya que para Benjamin, todo documento de cultura, es un documento de barbarie, lo que en otras palabras puede significar el grado máximo de la anomia:

Jamás se da un documento de cultura sin que lo sea a la vez de la barbarie. E igual que él mismo no está libre de barbarie, tampoco lo está el proceso de transmisión en el que pasa de uno a otro. Por eso el materialista histórico se distancia de él en la medida de lo posible. Considera cometido suyo pasarle a la historia el cepillo a contrapelo³²⁶.

Entonces si ya no hay potencialización, esto se debe a que los seres humanos están olvidando su historia, ya que este “fin de la historia”, o mejor dicho su suspensión (dado que no significa que no haya acontecimientos o hechos, sino que estos pierden todo sentido, por ello que resulta más fiable hablar en términos de suspensión), llega a nuestros días de manera más evidente.

Se puede decir que la suspensión de la historia se suscita a partir de un momento de inflexión, el cual he señalado para 1968. Por tanto, con el desvanecimiento de la historia, está latente el fin de lo social y la afirmación de la reversibilidad del mundo, lo que bien

modulaciones que ya no conoce margen o de aquella transgresión característica de la ley, ya que todo esto está rebajado en la ecuación estadística y operacional. Un campo tan normalizado que la anormalidad no tiene sitio en él, aunque sea bajo las formas de la locura y de la subversión. Queda, sin embargo, la anomalía”. Jean, Baudrillard, *Las estrategias fatales*, op. cit., p 26.

³²⁶ Walter, Benjamin, *Discursos interrumpidos*, op. cit., p. 182.

puede entenderse como lo más anómico que lo anómico, es decir, lo anómalo, para entonces vivir ya no en la anomia, sino en la anomalía:

Pero lo peor no siempre es seguro. Eso no impide que algo escape ahora por completo a la regulación social. Si no es el final de la Historia, se tratará del final de lo social. Ya no nos encontramos en la anomia, sino en la anomalía. La anomalía es lo que escapa no sólo a la ley, sino también a la regla. Lo que está fuera de juego, lo que ya no es susceptible de jugar. La violencia se fomentaba en el fuera-de-la-ley, la virulencia se fomenta en el fuera-de-juego. Pero no sabemos nada de lo que fomenta exactamente en la anomalía. Cuando un sistema alcanza lo universal (los media, las redes, los mercados financieros, los derechos del hombre), se convierte automáticamente en anómalo y segrega virulencias de todo tipo: cracs, sida, virus informáticos, desregulación, desinformación. El propio odio es un virus de este tipo³²⁷.

La anomalía de los objetos vista a través de los *mass media* y el mercado, es en general la parte fundamental que da vida al simulacro. Y la coartada que da subsistencia a esta anomalía que se encuentra en la seducción, que ocasiona ver al mundo a través de una ilusión, una quimera fatal que se erige por medio de la reversibilidad del mundo, situación en la que se encuentra la Sociedad Visual.

Ahora bien, lo único que podría abrir la posibilidad hacia una continuidad de la historia y de lo social, sería el hecho de poner en jaque dicha reversibilidad, para que así las trampas del simulacro pudieran venir abajo. Tarea por demás complicada, que no obstante, aún es posible realizarla.

3.3.3. Recapitulación

Hemos visto cómo a partir de los *mass media* y el mercado (elementos que se han abordado de diferentes maneras), la metamorfosis en la sociedad se vuelve más evidente y con lo cual tiene lugar una homogenización del “otro” lo que significa la clonación asistida visualmente y no de manera genética.

³²⁷Jean, Baudrillard, *El crimen perfecto, op. cit.*, p 197-198.

Este tipo de clonación retrata la envergadura de una metamorfosis, la cual tiene un vínculo inseparable con los *mass media* principalmente a través de la publicidad y por otro lado en la economía, donde se manifiesta un tipo de decadencia la cual puede verse a todo momento en el mercado. Por lo tanto estos son los ejes que permiten el paso a una clonación.

Para el primer apartado de este capítulo he problematizado la situación de la economía a partir de dos elementos: la idea del fenómeno simbólico, que a su vez permite desarrollar la segunda idea, y la cual estriba en el problema de un sistema económico en decadencia, una “economía viral”. De esta manera es a partir de aquí que puedo ir dibujando el escenario de una metamorfosis social vista desde nuestro presente, dado que al encontrarnos en una sociedad que privilegia sobre todas las cosas y así mismo el sentido de la acumulación, analizar el problema de la economía resulta ineludible por lo que este análisis nos arroja piezas fundamentales acerca del exterminio del “otro” y por lo tanto, acerca de la idea de una transformación del sujeto, pudiendo ver que es este exterminio la base de una nueva sociedad: La Sociedad Visual.

Para el siguiente apartado el análisis se vuelve a dirigir hacia el problema mediático, sólo que esta vez la reflexión se encamina hacia un escenario sombrío, digamos, un terreno confuso en el que la sociedad se inmiscuye, ya que es a partir de lo visual, es decir, la estructura simbólica, que la pérdida de trascendencia tiene lugar. De esta manera, he trazado un tablero social envuelto en lo visual, es decir, dominado por las imágenes, lo que fundamentalmente ha ocasionado aquello que he denominado como el efecto *iPod*.

Dicho efecto corresponde al fenómeno que ocurre en relación al exterminio del “otro”, y que por supuesto tiene fundamento a partir de la revisión teórica de Jean Baudrillard. Al hablar de este fenómeno he pretendido destacar si bien un mundo dominado por los objetos, pero más aún, sometido por la industria de las marcas, algo que en mi opinión ha sido necesario desarrollar para poder comprender mejor las características de la Sociedad Visual, ya que además de ello, es posible ver de una manera más concreta y directa las dimensiones del simulacro en este nuevo tipo de sociedad.

De esta manera, lo característico del efecto *iPod* es hacer que todo luzca tan normal y tan de acuerdo a un discurso que aboga por la pluralidad y el respeto a los “otros”; esos “otros” como sinónimo de pluralidad se encuentran tambaleando, ya que se localizan dentro de un proceso de homogenización el cual se transmite en vivo y a todo color las 24 horas del día, los 365 días del año y ya muchas veces en formato de alta definición. Esta transmisión tiene lugar por medio de las imágenes. Y el sin fin de la repetición de las imágenes colocan al mundo en la saturación de lo simbólico y así en el deterioro de la idea de lo real, o mejor dicho, se agota todo referente claro en relación a esta idea de realidad.

Las imágenes han agotado así el concepto de realidad, digamos que la han defraudado, por lo que ahora además de lo complejo que resulta definir lo que es realidad, trae como consecuencia este dominio de las imágenes, donde la idea de lo humano como acto de potencia es lanzada al vacío, favoreciendo así un sistema cultural basado en la superficialidad, así como en la eliminación crítica del pensamiento; algo que sin lugar a dudas es cobijado bajo el efecto *iPod*, fenómeno que se aloja en la Sociedad Visual.

Por último en el tercer apartado introduzco el problema de las apariencias y la reversibilidad. Las apariencias son en la Sociedad Visual el alma que da sentido a la idea de sociedad. Los actores sociales se ubican en una suerte de obsesión por la mirada, la contemplación es la única posibilidad de existencia en la Sociedad Visual, pues es ahí en donde la ilusión eterna que persigue el espectador se reaviva, es justamente ahí en donde el engaño cobra sentido y donde el actor se coloca en el ritual eterno de llevar una máscara, tener una disfraz es llevar consigo el montaje perfecto de una apariencia, la cual se condena a los efectos de la ilusión, que como se ha dicho, arrastra al sujeto a un vacío eterno.

En lo que respecta al problema de la reversibilidad, ésta es además de complicada, interesante, ya que en la idea de reversibilidad que podemos decir que se sintetiza esta metamorfosis social, la cual diagnostico como contraproducente a la reafirmación del ser humano. En la reversibilidad del mundo se halla, como se ha dicho, un mundo posdialéctico, un mundo que deja de pensarse en términos históricos, lo que significa que la memoria del mundo se extinga ante nosotros como pasivos espectadores, y si el mundo deja de tener memoria, el conocimiento entonces se contrae, con lo que el propio ser humano se reduce a una especie de autómatas recién lobotomizado.

La reversibilidad del mundo es así la supremacía del simulacro, y por ende la descomposición del mundo de lo social y de todo lo que ahí lo integra, situación que ocasiona que ante la sombra de las mayorías silenciosas se cuele una pesada inmovilidad, personas preocupadas por sus objetos, cosas cada vez más resignificadas, desposeídas ya de todo referente histórico; y al no haber referentes, los seres humanos quedan lanzados a un vacío visual, el espasmo que queda inscrito dentro del simulacro.

Estas son las características de la Sociedad Visual, las cuales han montado un escenario que resulta contrario al ejercicio de la humanidad como potencia, y por esta razón han puesto en jaque la propia antropología humana, por lo que se trata así de un momento socio-histórico en que bien podemos hablar de una metamorfosis del mundo de lo social.

Bibliografía:

1. Augé, Marc, *El tiempo en ruinas*, Barcelona, Gedisa, 2003.
2. Baudrillard, Jean, *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kaidos, 1976.
3. -----, *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kaidos, 1978.
4. -----, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1979.
5. -----, *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama, 1984.
6. -----, *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas, Monte avila editores, 1993.
7. -----, *El espejo de la producción*, Barcelona, Gedisa, 1996.
8. -----, *El otro por sí mismo*, Barcelona: Anagrama, 1997.
9. -----, *Pantalla Total*, Barcelona, Anagrama, 2000.
10. -----, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 2001.
11. -----, *La ilusión vital*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002.
12. -----, *Crítica de la economía política del signo*, México: Siglo XXI, 2005.
13. -----, *El crimen perfecto*, Barcelona: Anagrama, 2007.
14. Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2009.
15. Benjamin, Walter, *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid, Taurus, 1994.
16. Braudel, Fernand, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986.
17. Córdoba Elías, Juan Pablo, *Baudrillard*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2008.
18. Deleuze, Gilles, *Crítica y clínica*, Barcelona, Anagrama, 1996.
19. Durkheim, Émile, *La división de trabajo social*, México, Colofon, 1980.
20. Klein, Naomi. *No logo, El poder de las marcas*, Barcelona, Paidós, 2001.
21. Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona: Anagrama, 2002.
22. -----, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
23. Marcuse, Herbert, *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, México, Planeta, 1993.

24. Pérez German y León Juan Carlos, *El Léxico de la Política en la Globalización. Nuevas realidades viejos referentes*, México, UNAM, 2008.

25. Ulrich, Beck, *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998.

Documentos electrónicos:

26. Arendt, Hannah, “¿Qué queda? Queda la lengua materna”, en youtube.com., 2007. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=pfFwluTckWw>, revisado el: 01 de Agosto de 2009.

27. Boltvinik, Julio, “Crisis del capitalismo mundial”, en la jornada.com, 2009. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/05/08/index.php?section=opinion&article=038o1eco>, revisado el 08 de diciembre de 2009.

28. Boltvinik, Julio, “Krugman explica la crisis”, en la jornada.unam.mx, 2009. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/03/04/index.php?section=opinion&article=038o1eco>, revisado el 01 de Diciembre de 2009.

29. Instituto Worldwatch, “Informe sobre el estado del mundo en 2004”, en clarin.com, 2004. URL: <http://www.clarin.com/diario/2004/01/09/i-02201.htm>. revisado el 20 de agosto de 2009.

30. Jackson, Tim, “What are they up to in Davos”, en adbusters.org, 2009. URL: <https://www.adbusters.org/category/tags/copenhagen>, revisado el 07 de Diciembre de 2009.

31. Jalife, Alfredo, “Globalización: manipulación obscena del seudomercado”, en <http://firgoa.usc.es>, 2007. URL: <http://firgoa.usc.es/drupal/node/20187/print>, revisado el 18 de agosto de 2009.

Conclusiones

Una vez expuestos los tres principales momentos en los que se ha dividido esta investigación puedo concluir diciendo que nos encontramos en un momento de metamorfosis social, se trata de un momento con fuertes cambios donde una nueva sociedad se erige, un tipo de sociedad la cual he dado el nombre de Sociedad Visual, una sociedad inscrita en la voracidad de imágenes que colapsan nuestro entorno y que han escapado a todo tipo de reglamentación.

Es a propósito de las imágenes que en el capítulo I pudimos ver a través de una historicidad de éstas, que el mundo de lo visual ha significado una pieza fundamental para la realización de las sociedades en Occidente. Hemos visto los diferentes momentos por los que ha pasado la imagen en el mundo occidental y como de esta manera el simulacro y lo virtual hoy en día tienen un gran impacto en nuestra sociedad, golpe que nace a partir de 1968 con la implementación de la imagen virtual, que es la nueva forma en cómo se suscitan las imágenes en sociedad, una figura que satura nuestro entorno visual.

De esta manera, la imagen virtual es propensa a la confusión, no se entiende con facilidad, digamos que es tanta su aparente facilidad que ha dejado de ser pensada, por lo que la capacidad de reflexión ha entrado en decadencia como lo ha hecho la propia modernidad. La imagen virtual se constituye así como un aparente que se esconde; se trata de un juego de edición sobre edición que transgrede la imagen original, que deforma la figura de lo humano volviendo obsoleto tanto en cuerpo y en mente, por lo que, a partir de esta forma de la imagen he localizado la importancia de la teoría de Baudrillard, en el

entendido de que es a partir de este momento en donde el simulacro y lo virtual toman fuerza lo que me ha permitido dilucidar el nacimiento de la Sociedad Visual.

De esta manera, para el capítulo II hemos podido ver la condición actual del simulacro y lo virtual, por lo que he logrado exponer los alcances que en la actualidad presentan estos fenómenos, dichos alcances ponen en peligro la propia configuración de nuestras sociedades tal y como hasta ahora las hemos entendido, asimismo han puesto en jaque la propia antropología humana; se trata entonces de dimensiones sin lugar a dudas revestidas de un fuerte poder capaz de expresarse en los términos de una metamorfosis. De esta forma, se da una homogenización del "otro" lo que precisamente significa la clonación asistida visualmente y no de manera genética. Este tipo de clonación tiene una fuerte relación tanto con los *mass media*, particularmente con la publicidad, como con el mercado desde donde se erigen aquellos sitios que son propensos a la seducción, tal es el caso de los colosales *malls*. Digamos que éstos son el laboratorio que habrán de posibilitar el paso a una clonación visual, de esta manera este fenómeno del exterminio del "otro" no es posible de verse, ya que se encuentra bajo las dimensiones del simulacro, por tanto todo luce normal y de acuerdo a un discurso que aboga por la pluralidad y el respeto a los otros; esos otros que indiscutiblemente aún existen, pero que, no obstante, se encuentran dentro de un proceso de homogenización.

Por lo anterior, la condición actual que la economía juega para el simulacro es de suma importancia, pues hemos visto cómo entre lo virtual y el simulacro existe una estrecha relación con la competencia, esto desde un sentido económico; sentido que está prácticamente ligado con todas las relaciones. Esta relación entre el simulacro y lo virtual, en donde lo virtual no ha sido entendido sólo desde el punto de vista de la imagen como

producto ya acabado, sino también desde las plataformas tecnológicas que precisamente dan vida a esta imagen, pero que asimismo son interfaces para la vida virtual, y a la que se tiene acceso de manera tangible, y no sólo abstracta como en muchos casos ocurre con la imagen, esto puede ser tal y como se da con las plataformas virtuales de internet, es decir, sitios *web* y servicios de mensajería instantánea; que puede provocar una evasión de la realidad material, es decir, aquella que nos ha formado como individuos, dado que dentro de las plataformas virtuales es sabido que uno puede ser quien quiera ser.

Para el capítulo II se concluye que el simulacro y lo virtual constituyen una influencia muy grande para la formación de la sociedad contemporánea, esto es así debido al problema que estos fenómenos acarrearán en relación a la re-presentación de la realidad, encontrándonos así no sólo ante el problema de los objetos que han sido resignificados, sino ante el problema de la saturación de lo simbólico lo que justamente nos impide llegar a la realidad y quedarnos así solamente en su re-presentación, misma que es simbólica y en donde se erige esta Sociedad Visual la cual es producto de una metamorfosis.

En lo que respecta al capítulo III, se ha abordado en torno a los elementos de esta metamorfosis de lo social, y con lo cual podemos decir que dicha transformación arroja la composición de una nueva forma de cultura. Hablamos de una cultura en donde la identidad social sólo está basada en la relación que existe con el mercado y donde nuestra identidad en sociedad ha dado paso a una individualidad muy grande, que en tal caso forma parte de las evidencias de esta metamorfosis por la que pasa nuestra sociedad y donde la propia modernidad será suplantada por alguna otra construcción civilizatoria. Y es que, como sabemos, nada en este mundo es eterno, nada permanece, porque con el tiempo todo se desgasta, todo se transforma, ya que todo sistema social llega un punto en que se agota

históricamente (trayendo así un fuerte conjunto de transformaciones que se desentienden de continuidades), tal es el caso de la modernidad, donde su deceso nos abre las puertas a una nueva sociedad, una sociedad sumida en la pesadumbre de un hiperindividualismo, y en él queda inscrito el padecimiento de una fatalidad, un enorme cambio donde lo humano pueda mutar hacia un desconocimiento de sí mismo, es ahí en donde radica la verdadera fatalidad³²⁸. Momento de ruptura, tiempo en donde las personas comienzan a olvidar su historia, entonces, las continuidades se desvanecen, hablamos de una etapa en donde mayoritariamente lo único que importa es el ahora, y esa es precisamente la gran ruptura que da pie a la transición entre un momento histórico y otro.

El simulacro y lo virtual significan entonces una transformación en la sociedad occidental, una mutación que se puede entender desde los terrenos de la involución, por lo que de esta forma se trata de una regresión catastrófica, la retracción a un momento de indiferencia y desinterés por lo humano, quien ha sido lanzado a un abismo colapsado por los objetos, donde es transformado a un simple artículo de compra y venta, artículos que necesitan de inversión, la cual es un tipo de mutilación si es que se quieren vender dentro de un mejor aparador. Los cuerpos y la mente se amputan; se mutilan de una manera institucionalizada pero finalmente se destazan para satisfacer la justa medida del deseo de su demandante.

³²⁸ -El término fatal no tiene nada de fatalista ni de apocalíptico. Sólo implica esta metamorfosis de los efectos (y ya no una metafísica de las causas) en un universo ni determinista ni aleatorio aunque entregado al encadenamiento de una necesidad más elevada, que lleva las cosas a un punto de no-retorno en una espiral que ya no es la de su producción, sino la de su desaparición. Todo lo que se encadena fuera del sujeto, y por tanto del lado de su desaparición, es fatal. Todo lo que ya no es una estrategia humana se convierte, por la misma razón, en una estrategia fatal. Pero en esa fatalidad no hay trascendencia, y no puede invocarse desde fuera". Jean, Baudrillard, *Contraseñas. op. cit.*, p 76.

Es así que *show* y publicidad, son las características básicas de nuestra sociedad, por lo que se trata de una cultura que pretende publicitarlo todo, así como todo venderlo, por lo que casi todo lo convierte en un *show* muchas veces ridículo e insulso, pero colorido y con escotes, con depilaciones láser y con cocaína sabor uva; se trata de un *show* que en el fondo es una gran farsa con el redondo negocio de vender una fatalidad en forma de la mejor de las soluciones, se trata de una fatalidad que se perfuma y se maquilla para después aparecer en televisión, y así los televidentes la aclamen.

Asistimos así a la descomposición de lo social y lo cultural en cuanto a Occidente se refiere, por lo que vivimos la degradación de los órdenes de lo social y de lo simbólico, por lo que en el capítulo III se ha planteado una hipertrofia de estos órdenes; y que se reflejan en el mercado y en los *mass media*.

A lo largo de todo este trabajo se ha dejado ver la estrecha relación que existe entre el simulacro y lo virtual, la cual es acentuada como ya se ha dicho por la economía y los *media*, siendo en los negocios, o mejor dicho en el intercambio que se puede ver esta relación y esta complicidad que hay con los *media* y en el mercado y que en su conjunto delatan esta hipertrofia que es además una característica de la Sociedad Visual, y por lo tanto de esta metamorfosis.

Y es a través de este intercambio, que más que material es ahora simbólico que el simulacro cobra su sentido pragmático, mismo que si bien es a través de relaciones económicas, éstas se han olvidado ya de los límites por lo que se dibuja una hipertrofia, y por lo que el simulacro es de gran importancia para aparentar que todavía existen dichos límites y que por lo tanto los órdenes de lo social y lo cultural siguen funcionando en pro

del beneficio humano, cuando esto ya puede ser muy bien puesto en duda, dado que en palabras de Baudrillard hemos caído en una etapa de reversibilidad, es decir, en la era de la posdialéctica.

De esta manera, el simulacro tiene una fuerte relación con la economía y con los *media*, los cuales desde su hipertrofia han impactado en los órdenes de lo social y lo cultural. Es esta hipertrofia lo que provoca que los sujetos hayan caído en una profunda seducción a consecuencia de su propia negación, y a su vez esta seducción es lo que ocasiona que ante la sombra de las mayorías silenciosas se cuele una pesada inmovilidad; personas preocupadas por su objetos, por objetos cada vez más resignificados, desposeídos ya de todo referente histórico; y al no haber referentes, los seres humanos quedan lanzados a un vacío visual, el espasmo que queda inscrito dentro del simulacro, y el cual es asimilado por los terrenos de la Sociedad Visual

Siendo así, podemos decir que nos encontramos en un tipo de sociedad que ha desarrollado una identidad hiperindividual la cual se fomenta por medio de una imagen virtual, se trata de un tipo de imagen la cual se ha vuelto una forma de religiosidad, de opio, de engaño aceptando así el esquema único de una imagen atrapada en sí misma, o mejor dicho, son las personas las que quedan atrapadas en sí mismas.

El ritmo con el que hoy se desenvuelven nuestras sociedades es cada vez más acelerado y es así pues nuestras relaciones ahora se centran en un dinamismo que tiene como base la frivolidad que nuestras imágenes amparan, superficialidad que ocasiona una saturación de lo simbólico. Vivimos entonces en un momento histórico en donde nuestras interacciones en sociedad son determinadas por un cierto tipo de imagen que se manifiesta

como virtual, y que es reminiscencia del simulacro y lo virtual. Se trata así de un tipo de imagen que se transporta a velocidades nunca antes vistas y que ha logrado influir de gran forma en la concepción de lo que es, y lo que no es, realidad. Son imágenes que se trasladan por nuestras impresionantes autopistas de la información y con lo cual ha cambiado nuestra manera de mirar al mundo, ocurriendo así una explosión en las formas de ver la realidad, o mejor dicho, y ahí es donde radica la característica principal de estos tiempos, ya no somos capaces de saber qué es real y qué no, por lo que nos encontramos inmersos en el simulacro de la realidad, es decir, en la saturación de lo simbólico. De esta manera la sociedad vive atrapada en una incertidumbre de lo real, que es lo que en definitiva representa lo característico de nuestro momento histórico, simboliza así un cambio en nuestra sociedad y por consiguiente el nacimiento de la Sociedad Visual.

Por lo anterior y de la mano de estos tres capítulos puedo decir que existen las suficientes evidencias para considerar que vivimos la configuración de un nuevo tipo de sociedad basada en un proceso de metamorfosis.

De esta manera, se trata de un momento donde la vida humana se torna en serias dificultades, esto es así debido a que los diferentes estratos de la sociedad ponen en duda su correcto funcionamiento, hablo de territorios que confieren al papel de la política, la economía, la sociedad y la cultura, se trata de territorios que en el andar cotidiano de la vida podemos localizar y por lo tanto se vuelve evidente este momento de dificultad en cuanto a lo humano se refiere. Por este motivo, la situación no luce nada favorable, ya que la escena de lo social continuamente nos arroja momentos que revelan el sin-sentido por el que la especie humana atraviesa, basta con mirar el televisor o acercarse a algún sitio *web* para poder apreciar esta pauperización de la que hablo.

El mundo se cae a pedazos y mucha de nuestra atención está puesta en la farándula de los espectáculos; que trágico puede llegar a sonar esto último, pero me temo que así es. Los polos árticos se han comenzado a deshielar como migajas que caen de un espacio que se desvanece y a pesar de las buenas intenciones ni Copenhague es capaz de revertir esta fatalidad; fatalidad que en el terreno de las ciencias sociales ciertos intelectuales ya habían vaticinado. Pensadores de la talla de un Carlos Marx, Rosa Luxemburgo, Walter Benjamin, Hannah Arendt, Gilles Deleuze, Guy Deboard, Michel Foucault, y por qué no, desde su particular y controversial óptica, Jean Baudrillard.

A lo largo de esta investigación nos hemos abocado al análisis del pensamiento de Baudrillard, una empresa que si bien ha sido compleja dado el propio estilo del autor, puedo decir que ésta ha sido enriquecedora en los términos de haber encontrado para esta investigación un soporte que nos permite ver a la sociología de manera diferente, una mirada al conocimiento desde un ángulo que nos revela lo particular de nuestro momento, por lo que he considerado que la vigencia de la propuesta teórica de Jean Baudrillard, además de mantenerse al día en cuanto a las apreciaciones de los actuales fenómenos de la sociedad, es también una herramienta que nos permite ir más allá de una simple observación pasiva, para poder adéntranos en los terrenos de una realidad social que luce cada vez más complicada, mucho más áspera y desoladora en ciertos casos.

Una vez trazado este debate con Baudrillard puedo decir que en el orden simbólico no todo está dado, por lo que lo humano puede volver a recuperar terreno en relación a la imagen, en relación a este dominio de los objetos, no obstante, recuperar el terreno perdido involucra una crítica radical a los órdenes de lo social y lo cultural. Pensar en el arte como un aspecto de liberación para lo humano tal y como Adorno lo consideraba, podría parecer

un terreno estéril, no obstante, en la sociedad como en la vida, nada está dicho y por lo tanto aún es posible considerar la construcción de una mejor sociedad y en el tema al que esta investigación se aboca existen prácticas que se proponen revertir este dominio del que hablo. Cabe destacar los trabajos que desde la plástica David LaChapelle³²⁹ ha desarrollado, ya que en su exposición *delirios de la razón* nos muestra cómo las imágenes pueden escapar a la determinación del significante y poder así recuperar algún significado. Es justamente en *cars and money* (carros y dinero) que LaChapelle realiza una fuerte crítica a una época de transformaciones radicales en donde la idea que tenemos acerca del lujo de los objetos debe ser seriamente cuestionada:

In a time of radical economic transformation, we are forced to re-evaluate the true definition of "luxury" and the objects that embody this characteristic. The titles of each of the five works in the series are derived directly from automobile advertising. With phrases such as, "Intelligent Decadence" and "Luxurious Power", the artist succinctly defines the perceived value that has been placed on these machines. These cars, which consume exorbitant amounts of energy, finance and desire, are pointedly responsible for a depletion of these very resources, which are presently at a breaking point.³³⁰

Así mismo, Lorena Wolffer³³¹ ha retomado a la imagen para dirigirla en contra de la propia estructura que la determina, digamos que en este sentido Wolffer entiende a la imagen como un terreno fértil para la resistencia. Para esta artista plástica se trata de reposicionarse de los signos, los cuales han sido tomados por un cuerpo ideológico en

³²⁹ *Infra*, Capítulo III, Subtema 3.3.1 –Una sociedad transgredida en las apariencias”, p. 186.

³³⁰ –En una época de transformación económica radical, nos vemos obligados a re-evaluar la verdadera definición de "lujo" y los objetos que incorporan esta característica. Los títulos de cada una de las cinco obras de la serie se derivan directamente de la publicidad del automóvil. Con frases como "inteligencia decadente" y "El poder de lujo", el artista define de manera sucinta el valor percibido que se ha colocado en estas máquinas. Estos coches, que consumen cantidades exorbitantes de energía, finanzas y deseo, son deliberadamente responsable de un agotamiento de estos mismos recursos, que están actualmente en un punto de ruptura”. (Traducción PJV). David, LaChapelle, –LaChapelle Studio”, en lachapellestudio.com, 2009. URL: <http://www.lachapellestudio.com/news/>, revisado el 27 de diciembre de 2009.

³³¹ *Infra*, Capítulo II, Subtema 3.1.2 –El fin de la ilusión”, p. 97.

franca decadencia, por ejemplo, en el caso de la imagen de la mujer, en donde sus símbolos han sido tomados por la ideología de una cultura misógina.

Sí, efectivamente son ejercicios modestos que se oponen a este orden simbólico, es posible todavía pensar en una sociedad en donde lo humano se resignifique, aunque como ya he dicho, para lograr esta resignificación hace falta de la construcción de una crítica verdaderamente radical.

Es curioso decir que a Baudrillard le pasó algo muy similar como lo que aconteció con Silvestre Revueltas, o sería más oportuno decir que en un futuro no muy lejano así va ocurrir. Revueltas durante mucho tiempo no fue ese gran compositor consagrado que es ahora y al que la cultura de este país de un tiempo a la fecha en repetidas ocasiones ha homenajeado. Revueltas sin duda fue un rebelde, pudo sentir en carne propia lo complicado de una sociedad que se enredaba aún más, de ahí que podemos pensar el alimento de un genio innovador poco paciente con las trivialidades, y parafraseando a Eusebio Ruvalcaba, Revueltas fue un despiadado con los mediocres.

Por su parte, como nos dice Juan Pablo Córdoba, durante muchos años Baudrillard fue un *outsider*, no contó con la misma suerte que algunos de sus contemporáneos, como es el caso de Michel Foucault, al que si algo habría que criticarle es el autoritarismo intelectual del que se presume había caído, aunque esto no pudo evitarle los incómodos silencios de auditorios multitudinarios que pocas veces se atrevían a decir algo, provocando en Foucault una lamentable soledad. Durante muchos años, o prácticamente toda su vida, Baudrillard no fue ese pensador de renombre como lo empieza a ser ahora, fueron muchos años en los que fue considerado un escritor inteligente pero poco serio, hasta el final de su

vida en donde paradójicamente Francia encabeza buena parte de sus reconocimientos, cuando en un principio fue la propia comunidad intelectual francesa la que lo había rechazado. De ahí lo interesante que ha sido analizar la obra de un pensador como éste.

Y he dicho esto con el ánimo de hacer ver que las posibilidades de un conocimiento capaz de responder a las dificultades que en nuestro tiempo se suscitan, se localizan tanto en la academia como fuera de ella, de esta manera nos situamos en un momento donde la necesidad de pensar la sociología de manera diferente se vuelve parte de una urgencia, por lo que todo tipo de ideas, no deben pasar desapercibidas.

Sin importar nuestra profesión todos hemos contraído una misma responsabilidad, el compromiso de construir un mejor futuro, un futuro esperanzador en donde las ciencias deben seguir siendo humanistas, es decir, continuar en el camino de la reafirmación de lo humano sin importar todo lo desaprendido que haya que aprender. Pero a todo esto no hay que olvidar que se trata de un camino largo, un andar que por momentos se nos presenta como una ruta pedregosa de difícil acceso y a la que en no pocas ocasiones hemos dado la vuelta, al menos muchas de nuestras acciones en el presente así lo indican, actividades que como ya se ha dicho han concedido que nuestro mundo gire en torno a los objetos. Y al no olvidar esto, podremos recordar que todo gran cambio necesita de una importante maduración, la misma que nos ayuda a ver al otro lado de las costumbres, las cuales lamentablemente han sido aceptadas como verdades únicas.

Pero los grandes cambios no se construyen sólo a base de buenas intenciones, se necesita por fuerza prácticas firmes, que son el motor de esos grandes cambios; y de acuerdo a esto debemos aceptar que nuestras prácticas en sociedad dejan bastante que

desear, pues prácticas en relación a la reafirmación de lo humano han sido diezmadas, mientras que aquellas que favorecen su negación han ido aumentando, por lo que necesitamos construir una crítica radical en torno a nuestros actos, una reflexión que bien se encuentre en las condiciones de realizar a profundidad una descripción de la miseria en la que nos encontramos, ya que sólo así, responsabilizándonos de estos actos que en gran medida nos han llevado a este escenario social de fuertes conflictos y acentuadas contradicciones, es cómo podemos incorporarnos de nueva cuenta a este camino de la reafirmación de lo humano y poder entonces hacer frente a este episodio que en lo que a mí concierne se asemeja al de una espesa miseria clavada en lo doloroso de una amarga ilusión, misma que nos muestra un mundo que no es lo que dice ser, un contexto determinado por el principio del placer, el placer efímero de los objetos que han desplazado el principio de realidad y la cual hoy se nos presenta como una re-presentación dominada por lo simbólico, lo que constituye esta miseria envuelta de un espejismo, y que es lo que no nos permite ver la realidad de lo humano, misma que significa su reafirmación.

Por lo anterior, esta investigación se ha dado a la tarea de elaborar un análisis que permita un poco de claridad³³² dentro del complicado momento por el que la especie humana atraviesa, un estudio que resalta parte de esta miseria en la que hemos entrado y a la que Baudrillard entiende como fatalidad, exponer un análisis de estas características comprende la crítica de nuestros actos, hechos en los que si bien no todos estamos inmersos, sí la mayoría de nosotros. Se trata entonces de una crítica que nos puede ayudar a salir de este dominio de los objetos y poder así tomar el camino de la reafirmación humana y por lo tanto, poder revertir esta fatalidad de la re-presentación de lo real.

³³² *Infra*, Capítulo III, Subtema 3.1.2 *–Economía viral*”, p. 154.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografía General

1. Aguirre Rojas, Carlos Antonio. *Para comprender el mundo actual*. Una gramática de larga duración, Buenos Aires, Prehistoria, 2005.
2. Arendt, Hannah, *Que es la política*, Barcelona, Paidós, 1997.
3. Arendt, Hannah, *Sobre la violencia*, Madrid: Alianza, 2006.
4. Augé, Marc, *El tiempo en ruinas*, Barcelona, Gedisa, 2003.
5. Baudrillard, Jean , *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kaidos. 1976.
6. -----, *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kaidos, 1978.
7. -----, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1979.
8. -----, *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama, 1984.
9. -----, Jean, *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Barcelona: Anagrama, 1991.
- 10.-----, *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas, Monte avila editores, 1993.
- 11.-----, *El espejo de la producción*, Barcelona, Gedisa, 1996.
- 12.-----, *Cool Memories*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- 13.-----, *El otro por sí mismo*, Barcelona: Anagrama, 1997.
- 14.-----, *El paroxista indiferente. Conversaciones con Philippe Petit*, Barcelona, Anagrama, 1998.
- 15.-----, *Pantalla Total*, Barcelona, Anagrama, 2000.
- 16.-----, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 2001.
- 17.-----, *La ilusión vital*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002.
- 18.-----, *Contraseñas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
- 19.-----, *Crítica de la economía política del signo*, México: Siglo XXI, 2005.
- 20.-----, *El crimen perfecto*, Barcelona: Anagrama. 2007.
21. Bauman, Zygmunt, *Modernidad líquida*, México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- 22.-----, *Vida de consumo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2009.

23. Benjamin, Walter, *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid, Taurus, 1994.
24. Berger, Peter y Luckmann, Thomas, *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Barcelona, Paidós, 1997.
25. Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
26. -----, *Las reglas del Arte*, Barcelona, Anagrama, 2002.
27. Braudel, Fernand, *La historia y las ciencias sociales*, Madrid: Alianza, 1984.
28. -----, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de cultura económica, 1986.
29. Castells, Manuel, *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janés, 2001.
30. Córdoba Elías, Juan Pablo, *La elipse del poder, lectura del ensayo político en Jean Baudrillard (Tesis de maestría)*, México, UNAM, 1993.
31. Córdoba Elías, Juan Pablo, *Baudrillard*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2008.
32. Deleuze, Gilles, *Crítica y clínica*, Barcelona, Anagrama, 1996.
33. -----, *Rizoma*, Valencia, Pre-textos, 1977.
34. Durkheim, Émile, *La división de trabajo social*, México, Colofon, 1980.
35. Deboard, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-textos, 1999.
36. Debray, Régis, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós, 1994.
37. Foucault, Michel, *Las palabras y las cosas*, México, Siglo XXI, 2005.
38. Hegarty, Paul, *Jean Baudrillard live theory*, Great Britain, MPG Books, 2005.
39. Klein, Naomi. *No logo, El poder de las marcas*, Barcelona, Paidós, 2001.
40. Koning, Rene, *Sociología de la moda*, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohle, 1968.
41. Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 2002.
42. -----, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
43. McLuhan, Marshall, *La galaxia Gutenberg*, México, Artemisa, 1985.
44. -----, *La aldea global*, Barcelona, Gedisa, 1993.
45. Marcuse, Herbert, *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, México, Planeta, 1993.

46. Marx, Carlos, *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*, México, Cultura popular, 1976.
47. Nietzsche, Friedrich, *Ecce homo. Cómo se llega a ser lo que se es*, Madrid, Alianza, 1976.
- 48.-----, *El anticristo*, Buenos Aires, Lea 1892.
49. Pérez German y León Juan Carlos, *El Léxico de la Política en la Globalización. Nuevas realidades viejos referentes*, México, UNAM, 2008.
50. Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.
51. Ulrich, Beck, *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998.
52. Urs, J, *Imágenes en guerra*, México: INBA, 2008.
53. Slavoj, Zizek, *Goza tu síntoma, Jacques Lacan dentro y fuera de Hollywood*, Buenos Aires, Nueva visión, 1994.
54. Weber, Max, *Economía y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982.
- 55.-----, *La ética protestante y el espíritu capitalista*, México, PREMIA: Editora, 1991.

Documentos electrónicos:

56. Arendt, Hannah, “¿Qué queda? Queda la lengua materna”, en youtube.com., 2007. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=pfFwluTckWw>., revisado el: 01 de Agosto de 2009.
57. Baudrillard, Jean, Entrevista con *Boncence Pierre* “Un pensador viral y metaléptico, en el universal, 2007. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/confabulario/marzo-11-08.htm>, revisado el 11 de agosto de 2007.
58. Boltvinik, Julio, “Crisis del capitalismo mundial”, en la jornada.com, 2009. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/05/08/index.php?section=opinion&article=038o1eco>, revisado el 08 de diciembre de 2009.
59. Boltvinik, Julio, “Krugman explica la crisis”, en la jornada.unam.mx, 2009. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/03/04/index.php?section=opinion&article=038o1eco>, revisado el 01 de Diciembre de 2009.
60. Gimenez Gatto, Fabián, “De la socio-ficción a la ciencia ficción: Baudrillard y *The Matrix*”, en henciclopedia.org, 2008. URL: <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/FGimenez/Matrix.htm>, revisado el 03 de Diciembre de 2009.

61. Haddow, Douglas, “The Dead End of Western Civilization”, en adbusters.org, 2008. URL: <https://www.adbusters.org/magazine/79/hipster.html>, revisado el 14 de agosto de 2009.
62. Instituto Worldwatch, “Informe sobre el estado del mundo en 2004”, en clarin.com, 2004. URL: <http://www.clarin.com/diario/2004/01/09/i-02201.htm>. revisado el 20 de agosto de 2009.
63. Jackson, Tim, “What are they up to in Davos”, en adbusters.org, 2009. URL: <https://www.adbusters.org/category/tags/copenhagen>, revisado el 07 de Diciembre de 2009.
64. Jalife, Alfredo, “Globalización: manipulación obscena del seudomercado”, en <http://firgoa.usc.es>, 2007. URL: <http://firgoa.usc.es/drupal/node/20187/print>., revisado el 18 de agosto de 2009.
65. Jalife, Alfredo, “La quiebra de Citygroup, el mayor banco del mundo”, en rebellion.org, 2008. URL: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=58722>, revisado el 05 de Julio de 2009.
66. LaChapelle, David, “LaChapelle Studio”, en lachapellestudio.com, 2009. URL: <http://www.lachapellestudio.com/news/>, revisado el 27 de diciembre de 2009.
67. Lomba, Modesto, “Lo importante es no confundir moda con diseño”, en gentedigital.es, 2009. URL: <http://www.gentedigital.es/gente-y-tv/noticia/13990/lo-importante-es-no-confundir-moda-con-diseno/>., revisado el 03 de agosto de 2009.
68. Molina Mario, “Ya existen las tecnologías para frenar el cambio climático”, en elmundo.com, 2008. URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/25/ciencia/1182764934.html>, revisado el 04 de julio de 2009.
69. Monsivais, Carlos, “Aíma Monsivais que los periodicos quieren ser blog”, en [El universal](http://Eluniversal.com), 2007. URL: <http://www.el-universal.com.mx/notas/530645.html>, revisado el: 21 de Julio de 2009.
70. Sartori, Giovanni, 1998, “La sociedad teledirigida”, en infoamerica.org. URL: <http://www.espectador.com/text/sartori/confer.htm>, revisado el 03 de Noviembre de 2009.
71. Secondlife.com, 2004. URL: <http://secondlife.com/community/>,revisado el 15 de agosto de 2009.
72. Sapiensa.org, “Faces”, en Sapiensa.org, 2007. URL: http://sapiensa.org.mx/contenidos/f_hierro/hierro2.htm.revisado el 13 de Agosto de 2009.
73. Tendencias21.net, El consumo de Internet ya es mayor que el de la televisión y la radio, en tendencias21.net, 2006. URL: http://www.tendencias21.net/El-consumo-de-Internet-ya-es-mayor-que-el-de-la-television-y-la-radio_a1284.html., revisado el 14 de Agosto de 2009.
74. Wolffer, Lorena, “obra”, en lorenawolffer.net, 2008. URL: <http://www.lorenawolffer.net/dossier/00home.html>, revisado el: 06 de 11 de 2009.