

# Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

## Radiografía Mediática del fin de siglo [Media Radiography of the century]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Ferrás, Graciela
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-06-24 16:29:49
Link to Item	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12424/219476">http://hdl.handle.net/20.500.12424/219476</a>

# Radiografía Mediática del fin de siglo

Graciela Ferrás

Graciela Ferrás: Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad de Buenos Aires.

Palabras clave: modernidad, posmodernidad, cambio cultural.

## Resumen:

El capitalismo tardío, con sus consecuencias tanto políticas como culturales, se caracteriza por la pérdida de «sentido» del espacio público. Son las categorías mismas de la modernidad las que están en proceso de resignificación, gestándose nuevas o diferentes alternativas políticas en el ámbito de la cultura posmoderna. Estos datos forman parte hoy de la cotidianidad, y más allá del partido que se tome respecto de ellos, el debate modernidad/posmodernidad, puede reconocerse como «síntoma», como manifestación subjetiva de la sociedad, como «malestar» de fin de siglo que difiere de la idea de progreso iluminista. Cuando las estructuras comienzan a ser cuestionadas no sabemos hacia dónde caminar...

Según Deleuze, en las postrimerías del siglo XX nos enfrentamos a un «capitalismo de superproducción. Lo que quiere vender son servicios, y lo que quiere comprar son acciones»<sup>1</sup>. Este periodo de cambio se caracteriza por la existencia de la «tecnociencia», es decir, la «subordinación masiva de los enunciados cognoscitivos al objetivo de la mejor performance posible, que es el criterio técnico»<sup>2</sup>. Este proceso conlleva a la resignificación de tres grandes ámbitos: la crisis del espacio

---

<sup>1</sup> G. Deleuze: «Las Sociedades de Control» en *Ajoblanco* 4/1993, Madrid, p. 39.

<sup>2</sup> J. Lyotard: «Que era la Posmodernidad» en N. Casullo (comp.): *El debate modernidad/posmodernidad*, El Cielo Por Asalto, Buenos Aires, 1992, p. 161. La incorporación masiva a los procesos productivos del desarrollo científico-técnico ha dado lugar: 1) en lo que respecta al ámbito de la robótica, el reemplazo de las fuerzas productivas humanas por las maquinarias, marcando una caída sustancial de la clase obrera (Habermas); 2) sumada a la intención política de desactivación de la lucha obrera a través de la flexibilización laboral y la desintegración de los sindicatos, en lo que respecta a la lucha de clases; 3) la penetración de la informática y los massmedia en la vida cotidiana conlleva a la mayor individualidad subjetiva y a la incorporación de artefactos electrodomésticos «de reproducción» que dominan el espacio familiar, en lo que respecta a la mediatización social; 4) por último, con relación a la teoría, la creación de bancos de saber y la utilización reglada de los mismos, llevando la ideología a la lógica competitiva del mercado.

público y la negación de la lucha de clases; la expansión de la esfera privada sobre la pública y el desplazamiento del control político al control social; y por último, la concepción del «fin de las ideologías» y la ausencia de legitimidades posibles.

Este fenómeno cultural, que se denomina posmodernidad, y Jameson ha definido como la *lógica cultural del capitalismo tardío*, es el reflejo de una época que borra el pasado y, en consecuencia, la distancia histórico-temporal que daba relieve al horizonte moderno. Se abren las puertas «a un milenarismo de signo inverso» (Jameson), en el que las visiones apocalípticas o utópicas del futuro han sido reemplazadas por el fin de los grandes relatos legitimadores de la modernidad, dando paso a la textualidad. El tiempo se condensa en un solo presente, y en esta aceleración temporal ya nada se afirma, se pierde la noción de sentido; incluso la identidad sucumbe al vértigo. La era del «collage» y la multiplicidad de lo real nos anuncia que todo es posible, y desde el terreno de la ambigüedad, cada posibilidad es efímera y como tal consumida al instante. Los massmedia han revolucionado los antiguos procesos de comunicación. La sociedad mediatizada nos lleva a la paradoja de una heterogeneidad que es homogénea: es la burla de la sociedad de consumo. Es la era del simulacro, y por tanto, la noción de realidad se pierde en el relativismo cultural, como herencia nietzscheana.

### La sociedad mediatizada

*La cosa ya está entre nosotros; ha sumergido a una buena parte de la humanidad en un ámbito y una pasión autista; ha modificado las identidades y está arrasando las tierras, los océanos y el aire; está extinguiendo a las especies y a las comunidades. La comunicación invade todo transitando por sobre los pueblos y las naciones; los bancos de datos serán las naciones del futuro, y quienes los controlen poseerán el poder en una escala planetaria jamás vista.*

Oscar del Barco

Se exige de la política una mayor «racionalidad» en un contexto de desarticulación social. La utopía del cambio a través de la acción colectiva tropieza con dificultades concretas en cada fragmento social. Se vislumbra un debilitamiento progresivo de las redes solidarias, acompañado de una realimentación del cambio cultural orientado hacia el individualismo. «Esta crisis política es crisis de la capacidad para resolverse a sí misma. Desemboca en una crisis social –la sociedad ya no se percibe a sí misma de manera coherente y es progresivamente incapaz de construir su unidad– y en una crisis cultural, por haber perdido el individuo sus marcos de referencia y sentirse perdido en el vasto mundo.»<sup>3</sup>. Estamos frente a la crisis cultural que vislumbraban Adorno y Horkheimer, a través de la maximización de la dialéctica del iluminismo en

---

<sup>3</sup> N. Tenzer: *La sociedad despolitizada*, Paidós, Buenos Aires, 1991, p. 12.

la industria cultural, hacia el progreso de la «bárbara» ausencia de relaciones.

La pérdida del espacio público y el doble discurso de despolitización «demandante» y politización «legitimadora», irrumpen en la estructura del propio sujeto. Como diría Wolfe, nos encontramos con un ciudadano esquizofrénico: frente a él la comunicación «desaparece» y las palabras pierden su sentido común cayendo en la más absoluta incertidumbre. «Sólo dentro de un espacio público tiene sentido la política. Sin espacio común, buscado como tal por los ciudadanos, la sociedad política degenera en 'dispersión tiránica' o en 'concentración totalitaria'. Una vez desaparecido el espacio público, o reducido en todo caso, ya no se percibe cuál puede ser el ámbito de aplicación de la política: la legitimidad de la política se torna problemática, puesto que la existencia de un lugar común como ese ya no es, *a priori*, legítima.»<sup>4</sup> Es el sentido y la legitimidad del orden lo que se encuentra cuestionado.

El pensamiento posmoderno ha sustituido prematuramente la economía como subsistema dominante por una primacía de la cultura en sentido amplio. Hay un desplazamiento de la política hacia el ámbito privado, se diluyen las fronteras de lo público, y éste pasa a ser un lugar de ausencia de legitimidad. El espacio en la posmodernidad ha conseguido trascender las fronteras de los cuerpos individuales: más que lugares hay ausencias vacías, el movimiento y la acción han abierto paso al desplazamiento continuo. Podría decirse que la legitimidad pasa por el consumo mismo.

La esquizofrenia, según Lacan, es la ruptura de la cadena de significantes, vale decir, que se pierde el sentido común dado a un significado, y trae aparejada la pérdida de noción distintiva entre pasado, presente y futuro, tres tiempos que se subsumen en un presente continuo. Por lo tanto, el esquizofrénico se ve reducido a una experiencia de significantes puramente materiales o, en otras palabras, a una serie de presentes puros desconectados en el tiempo.

La alienación del sujeto moderno ha sido sustituida por la fragmentación. Estamos en presencia de un individuo escindido, disociado, cuya mirada del mundo es, por lo tanto, también disociada. Esto produce un descentramiento en relación a la centralidad del sujeto moderno, a través de la construcción de identidades «fuertes». Vale decir que nos encontramos ante una aparente «liberación» del sujeto; sin embargo, «el individuo aislado no es el individuo liberado, es un individuo desintegrado. Estamos asistiendo a la desintegración y la derrota del individuo»<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> N. Tenzer: ob. cit., pp. 14-15.

<sup>5</sup> Paul Virilio: «Fin del Mundo o Fin del Recreo» en *Ajoblanco*, 9/1993, p. 18.

Cuando la participación queda en el olvido, sumada al «fetichismo» de la opinión pública –que reemplaza la idea de representación política por la de representación «de uno mismo»–, en realidad la autoridad, más que desaparecer, se ha hecho invisible, pues en términos adornianos la cultura es una «mercancía paradójica». «El hombre libre ha reemplazado la autoridad por su propia conciencia o por su superyó», estamos en la era del autocontrol<sup>6</sup>. La cultura «dominante» es reconocida como determinante en la esfera del significado social, consecuencia de lo cual puede convertirse en autocontrol: este es el secreto de su eficacia. Ahora, la autoridad no se encuentra en la clase dirigente ni en la esencia del control político, sino que es anónima. Se disfraza de sentido común, de opinión pública. «Y al disfrazarse de opinión pública se hace sutil, persuasiva, exhortativa, no imperativa. Supuestamente no quiere dominar»<sup>7</sup>. Pero el control se halla disperso en la sociedad, el campo de acción del control social es el público, como control basado en el consentimiento<sup>8</sup>.

Como advirtieron pensadores posmodernistas como Baudrillard, nadie puede contra la circularidad de las masas y de la información. Pareciera que ambos fenómenos estuvieran hechos a la misma medida: ni la masa tiene opinión, ni la información la informa. Los massmedia instalan la agenda política de la cotidianeidad individual. Ambos fenómenos se retroalimentan: la velocidad reproductiva de la información aumenta el peso de las masas, y no en absoluto su toma de conciencia. Hoy es la propia información, su exceso, lo que nos lleva por el camino de la involución general. Por lo tanto el informarse, «el conocer» el hecho, no es más que un conocimiento degradado del mismo.

«El marketing es el instrumento del nuevo control social», afirma Deleuze, pues ya no se produce la oposición masa-individuo. «Los individuos se han convertido en dividuales, y las masas en muestras, datos, mercado o bancos»<sup>9</sup>, anulando la noción de colectivo. En este marco, la fragmentación de lo público está fomentada por las diversas ofertas (dirigidas a determinados «target groups»), produciéndose una

---

<sup>6</sup> Con respecto al autocontrol me parece muy interesante la descripción de Baudrillard: «La abstracción del control orbital (satélites y vuelos espaciales) no debe ocultarnos que este equilibrio del terror (ya que el mundo está tomado literalmente como rehén) está presente al nivel infinitesimal e individual: nos hemos hecho responsables del orden que reina en nosotros. Si este orden fuera seriamente amenazado, nosotros estamos psicológicamente programados para destruirnos...» (*Las estrategias fatales*, Anagrama, Barcelona, 1984, p. 39).

<sup>7</sup> VVAA: *Formas no políticas del autoritarismo*, Instituto Goethe, Buenos Aires, 1991, p. 104.

<sup>8</sup> Para más información ver D. Melossi: *El Estado del control social*, Siglo XXI, México, 1992, pp. 239-242.

<sup>9</sup> G. Deleuze: «Las Sociedades de control» en *Ajoblanco* 4/1993, Buenos Aires, p. 38.

segmentación desigual de los consumos<sup>10</sup>. Estamos frente a la era de la imagen y con ella del simulacro. La imagen, por un lado, se ha convertido en el objeto deseado, en la coseidad; se ha transformado en mercancía. El simulacro, por el otro, es aquello en donde «lo real no se borra en favor de lo imaginario, se borra en favor de lo más real que lo real: lo hiperreal. Más verdadero que lo verdadero: como la simulación»<sup>11</sup>. Podemos evocar el concepto platónico de «simulacro»: una copia idéntica de un original que nunca ha existido. Estamos inmersos en un mundo irreal que la mediatización tecnológica nos presenta como real y, por tanto, como verdadero, en términos modernos. Como dijera Virilio, en la actualidad atravesamos un periodo de «sustituciones». La realidad se sustituye a sí misma por otra y todavía es incierta la forma de su representación. No es un problema relacionado con el formato de la imagen, sino que más bien tiene que ver con la velocidad con la que ésta es transmitida.

Ya no caminamos por los carriles de la intersubjetividad. La subjetividad individual nos transforma en terminales tecnológicas (como el sujeto fractal de Baudrillard), y estamos siendo cada vez más «deshumanizados», pues es la imagen la que reemplaza a la interpretación. Por tanto, son las «redes audiovisuales» las que redefinen, desde su propia lógica, el espacio de lo social. Los lazos sociales, en última instancia, se construirían a partir de la relación entre cada uno de los individuos con la(s) red(es) audiovisual(es) y, por tanto, desde la lógica de la maquinaria, cada uno de los sujetos representa un todo porque está «conectado» a ésta: es un proceso de homogeneización. En contraposición, desde el espacio común, en términos sociales –a partir de la lógica de lo político– estamos frente a sujetos fragmentados, escindidos, en donde se hace impensable una idea totalizadora de la sociedad, donde ya no es posible la cohesión.

Nos encontramos frente a nuevas formas de mediación –los massmedia y por ende de legitimación, mientras que el control ya no pasa por lo político sino por lo social, y la clase dominante deja de ser la elite política dirigente

---

<sup>10</sup> Proceso denominado por Lash y Urry, posfordismo, que ha presenciado «la disgregación del mercado masivo (del fordismo) en nichos fragmentados en los cuales el diseño se ha convertido en un importante punto de venta: las mercancías ya no se adquieren sólo por el valor de uso que poseen, sino por el estilo de vida que connota su diseño»; ver A. Callinicos: *Contra el posmodernismo*, Ancora, Buenos Aires, 1993, p. 255.

<sup>11</sup> J. Baudrillard: *Las estrategias...*, p. 9. Tengamos en cuenta al leer esta cita que una de las críticas hecha a Baudrillard por los marxistas ortodoxos es que el mundo hiperreal de la simulación supondría la idea de la desaparición de la «sociedad del espectáculo» y con ella «el principio del fetichismo de la mercancía» como proceso de alienación y represión, en los términos de una forma distorsionada de la relación social (Debord). Una concepción no invalida la otra, es decir, que en la «sociedad del simulacro» la mercancía fetiche es la imagen y la confusión de la realidad e imagen, falso y verdadero a la que apunta Baudrillard, es una «nueva» forma distorsionada de la relación social, que reafirma y niega dialécticamente esta relación; (ver Callinicos: *Contra...* p. 285).

para dar paso a la elite empresarial. Mediatización y despolitización se generan y legitiman mutuamente. La mediatización desacraliza la relación de la palabras con las cosas y el mundo, se liberan los sentidos de posibles presencias trascendentes.

«El marketing es el instrumento del nuevo control social y forma la nueva raza impúdica de nuestros dueños. ... El hombre ya no es el hombre encerrado, sino el hombre endeudado»<sup>12</sup>. La dominación se ejerce a través de los modelos culturales ofrecidos, pasa por nuestros propios deseos y nuestras propias identificaciones con lo que nos ofrecen. El desafío con nosotros mismos es el de perfeccionar cada vez más la imitación del modelo elegido, para entrar en la carrera de la competencia que rige el mercado de consumo. Esta es la trampa: no podemos dejar de consumir porque somos víctimas de nuestros deseos y nos invade una insatisfacción constante, se nos ha exacerbado la personalidad narcisista (Sennet) que no conoce los límites entre ella y el mundo, exigiendo la gratificación inmediata de sus deseos. La ideología dominante encontró la forma «subliminal» de satisfacernos como consumidores, ofreciéndonos siempre la posibilidad de acceder a más, introduciéndonos en su juego –con las reglas del mercado–, penetrando en nuestra vida cotidiana, marcándonos las pautas, obligándonos a autocontrolarnos para poder seguir «jugando». Hoy más que nunca la ideología dominante es hegemónica, atraviesa nuestros cuerpos, y pareciera que de manera inconsciente la reprodujéramos sin resistencia alguna. Lacan dice que se puede imaginar, y por lo tanto se puede manipular. Es decir, que la propia imaginación está determinada por la manipulación. Es el sujeto consciente el que imagina, es el sujeto inconsciente el que manipula su deseo de desear<sup>13</sup>; deseo que se basa en el deseo del «otro» y en ser objeto-cause de ese deseo. De esta manera se traspasan las fronteras del espacio individual planteado en la modernidad. Podríamos pensar que ésta es la característica de la ideología del consumo, característica que lucha tanto con las aspiraciones como con las frustraciones del deseo, y que juega en la dimensión de lo simbólico en Lacan. He aquí el secreto de la «desublimación» de la industria cultural de la que hablara Adorno y Horkheimer:

Tal es el secreto de la sublimación estética: representar el cumplimiento a través de su misma negación. La industria cultural no sublima, sino que reprime y sofoca. Al exponer siempre de nuevo el objeto del deseo, el seno en el sweater o el torso desnudo del héroe deportivo, no hace más que excitar el placer preliminar no sublimado que, por el hábito de la privación, se ha convertido desde hace tiempo en puramente masoquista.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> G. Deleuze: ob. cit., p. 39.

<sup>13</sup> Ver J. Lacan: *Psicoanálisis, radiofonía y televisión*, Anagrama, Barcelona, 1977.

<sup>14</sup> T. Adorno y M. Horkheimer: *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1970, p. 168.

En este sentido, el consumo no se limita a un mero fenómeno de la esfera económica, sino que debe entenderse más bien como un patrón cultural de comportamiento, que estructura determinados modos de relaciones sociales, reproduciendo la ideología hegemónica y estereotipando la experiencia individual. La cultura moderna ha penetrado en los valores de la vida cotidiana, hay una estetización de todos los ámbitos en los que está inmerso el individuo. No hay llamados a la reflexión (al menos en el marketing), sino la imposición de modelos que debemos imitar como «autómatas», sin cuestionamientos. La mentada heterogeneidad social que caracteriza a la posmodernidad, consiste en que los productos mecánicamente diferenciados se revelan como iguales (Adorno-Horkheimer); la heterogeneidad encubre en sí misma el proceso de homogeneización necesario para la hegemonía de la cultura dominante. La heterogeneidad de la cultura posmoderna que a modo de *pastiche* conjuga lo culto, lo popular y lo masivo no hace más que homogeneizar, «en tanto desaparece toda posibilidad de organización y jerarquización de los 'fragmentos'»<sup>15</sup>, borrando, a simple vista, los conflictos y contradicciones que se dan en el seno de la experiencia social: es el efecto del «fin de la historia». Por tanto, *a priori*, la mediatización puede ser considerada a la vez como factor de uniformación y diferenciación, de homogeneización y fragmentación. «Estos términos sólo se contradicen en apariencia. La uniformación de las formas de vivir y pensar y la aparición de un nuevo conformismo (traducido también como apatía), no se contraponen al nacimiento de visiones cada vez más particularistas de la existencia»<sup>16</sup>. La «cultura de la imagen» establece, a través de la persuasión, una comunicación irreflexiva, casi hipnótica, en la cual las barreras del inconsciente pueden ser soslayadas. De esta manera, la imagen en movimiento penetra en los estratos más recónditos de nuestra personalidad –en el plano del inconsciente– provocando una identificación extrema que iguala la noción de realidad cotidiana entre los individuos, a través de la construcción de experiencias estereotipadas. Alienación que sirve para sintetizar la privatización de las acciones y la apatía, como desencanto de lo público, de esta sociedad. Si hay alienación, podemos entender que no se borran los conflictos como lo pretenden los teóricos de la sociedad post-industrial, sino que se colocan en otro registro, en el ámbito internacional, porque la «globalización» también hace a la cultura a través de la desterritorialización y re-territorialización, en un mundo «orbital», al decir de Baudrillard, donde la comunicación utiliza el código de las ondas satelitales. «Nuestra autoimagen se constituye –a través de nuestra experiencia– por aquello hacia lo cual estamos orientados, y esta orientación es simultáneamente cognoscitiva y emocional. El proceso debido al cual se crean esa imagen o imágenes (en el plano de lo

---

<sup>15</sup> E. Grüner: «¿Otro discurso sin sujeto?» en *El Cielo por Asalto*, verano 1990/91, Buenos Aires, p. 170.

<sup>16</sup> N. Tenzer: ob. cit., p. 255.

colectivo y, al mismo tiempo, en el individual), es el proceso del control social.»<sup>17</sup>

### Acerca de la «ausencia» de un sujeto social

*Cuando todo es político se llega al fin de la política como destino, al comienzo de la política como cultura, y a la miseria inmediata de esta cultura política. Cuando todo se hace cultural, se llega al fin de la cultura como destino, al principio de la cultura como política, y a la miseria inmediata de esa política cultural.*

Jean Baudrillard

¿Es posible seguir afirmando con Habermas que la modernidad es un proyecto inconcluso pero realizable, o debemos admitir el carácter inconciliable de la democracia social y la maximización individual posmoderna? ¿Debemos admitir que en la cultura posmoderna la crisis de las teorías políticas (como desaparición de los grandes relatos) hace inconciliables las teorías con las prácticas sociales? ¿Podemos hablar de sujeto político en la «era» de la estetización de la política?... Habermas intenta rescatar el proyecto inicial de la modernidad, que puede ser recuperado porque está inconcluso, desde la racionalidad instrumental weberiana, en la idea de la «transparencia» comunicativa que supone sujetos «pre-constituidos», dándose el proceso de comunicación bajo términos equivalentes. Anula de esta manera lo «más subversivo» del psicoanálisis, el inconsciente y, con él, el supuesto de que el proceso de comunicación no es transparente, porque la esencia misma del lenguaje está atravesada por la represión del inconsciente. Podemos interpretar que partiendo de un sujeto «que siempre puede tomar decisiones», la teoría de la acción comunicativa (en cuanto teoría de elección racional supeditada a valores en el plano del proceso comunicativo), es un intento de rescatar el proyecto de la modernidad junto con el espíritu de la democracia liberal, a través de una elección moral, independizando las estructuras normativas y, por tanto, vislumbrando la sociedad como una realidad moral.

Parafraseando a Nietzsche en su crítica a la *Crítica de la razón pura* de Kant, podríamos decir que Habermas «se agota en compromisos» que anulan la esencia «constituyente» (de construcción, re-construcción y de-construcción) del sujeto, que retomaremos más adelante. La debilidad de su teoría reside en «una concepción de la socialidad como acción orientada al acuerdo»<sup>18</sup>. Pues, retomando lo dicho, el lenguaje no es transparente (ver el *Malestar en la cultura* de Freud), menos aún el lenguaje con que la industria cultural se expresa a través del marketing. El esquematismo kantiano ya no se contenta con penetrar en las conciencias a través del discurso hegemónico iluminista; ahora atraviesan nuestro inconsciente, y «cuanto más pura y transparente es la trasmisión

<sup>17</sup> Ver D. Melossi: ob. cit., p. 252

<sup>18</sup> A. Callinicos: ob. cit., p. 215.

del objeto deseado, tanto más se convierten las palabras en opacas e impenetrables»<sup>19</sup>. Ahora bien, lo difícil es comprender por qué se derrumban los modelos discursivos de la modernidad, basados en la autonomía de los procesos simbólicos y la renovación democrática de lo culto y lo popular.

Tomando la noción de cultura como «sentido» que nos da Grüner, es decir, como «una forma de intervención en el espacio público que construye, de-construye y re-construye identidades sociales y sus posiciones relativas de poder»<sup>20</sup>; más aún, siguiendo a Foucault, podríamos analizar el poder como dispositivo de las «subculturas» sociales, en tanto poder «como algo que no tiene en algún lugar su sede institucional bajo la forma de un tipo cualquiera de dispositivo organizativo denominado soberano, sino que funciona en una cadena, en organizaciones reticulares»<sup>21</sup>. Siguiendo esta lógica, un discurso no sólo puede convertirse en instrumento (estrategias) de poder, sino que también puede convertirse en su contra-partida: contra-estrategias.

Podríamos interpretar que en el marco de la ambigüedad posmoderna, la cultura de masas como «sentido común» se refugia en la construcción de «identidades inestables», de re-constitución del espacio público, debido a la «crisis de ciudadanía» provocada por el proceso de desencantamiento de lo político (consecuencia de la crisis del Estado de bienestar). En consecuencia, «se trata, más bien, de una redefinición radical de la 'identidad' democrática que la hace incompatible tanto con el capitalismo como con las experiencias de socialismo autoritario»<sup>22</sup>. Es el espacio de lucha por el sentido, en donde las ideas dominantes penetran en las prácticas culturales de la sociedad civil (a través de la estereotipación de las experiencias), y la sociedad civil las toma como propias mediante un proceso de adaptación, reformulación, resistencia e identificación de las mismas, con respecto a sus propias construcciones sociales.

Lo que está en juego es el concepto de representación, «como desnaturalización y despotenciamiento del poder constituyente»<sup>23</sup>, entendiéndose poder constituyente como lo absoluto, lo social, como la idea de una recuperación totalizadora de la sociedad, como lo contrario de poder constituido.

En estos términos, la cultura es leída desde un todo histórico (marxista), desde la idea de conflicto permanente, atribuyendo al sujeto la capacidad liberadora de «resistirse», porque no estamos frente a un sujeto pasivo

<sup>19</sup> T. Adorno y M. Horkheimer: ob. cit., p. 196.

<sup>20</sup> E. Grüner: ob. cit. p. 163.

<sup>21</sup> K. von Beyme: *Teorías políticas del siglo XX. De la modernidad a la posmodernidad*, cap.: «Pensamiento posmoderno», Alianza, Madrid, 1994, p. 183.

<sup>22</sup> *Ibíd.*, p. 186.

<sup>23</sup> Toni Negri: *El poder constituyente*, Produfi, Madrid, 1994, p. 31.

cuya fuerza (en términos nietzscheanos) representa un «poder de ser afectada», sino que este «poder expresa su poder», como sujeto activo que además de ser afectado, afecta. He aquí el poder productivo del que hablara Foucault, la subjetivación del poder; poder que en la posmodernidad llega a su culminación, a través del autocontrol de los individuos. Por ello, podemos interpretar que «todo individuo es político en un sentido ontológico, pues es quien subvierte y disloca lo social»<sup>24</sup>.

Se trata de sujetos que se constituyen, re-constituyen y de-constituyen permanentemente: allí reside su fuerza. Están en constante movilidad; por metonimia la construcción de sus identidades culturales nunca termina de constituirse. Interpretamos que en este «momento» reside la posible construcción «contra-hegemónica»<sup>25</sup>.

Un sujeto constituyente es un sujeto de la potencia (Negri), que nos puede llevar a la idea de un poder constituyente desde el propio marco de la subjetividad. Poder constituyente como revolución permanente que impide la síntesis<sup>26</sup> dialéctica en su relación con el poder constituido, porque el primero es el «no poder» del segundo. Concepción de que lo social es lo «verdaderamente», por tanto es en lo social, en el poder constituyente (como poder infinito-sin telos), donde recupera su legitimidad lo político.

Deducimos, por lo tanto, que aceptar los límites del proyecto de la modernidad que la época impone –límites de la razón en cuanto la noción de sujeto constituido, erosión de los valores utópicos e idea totalizante de la sociedad, crisis de la noción misma de vanguardia cultural– no supone la desaparición de la lucha de clases, ni, por ende, supone el fin de instancias superadoras (oposiciones a la ideología hegemónica). Por el contrario, la crisis de legitimidad deja a «flor de piel» las contradicciones del sistema capitalista, y desde su aspecto positivo abre las posibilidades a la crítica de toda forma de dominación.

En consecuencia, podríamos deducir que apelar a la lucha por el sentido –en cuanto sentido común, sentimiento de comunidad– es ejercer la defensa de la re-construcción del espacio público, por diferente que sea al espacio público moderno (surgimiento de los movimientos sociales como desplazamiento de la lucha de clases dada desde la estructura), «como

---

<sup>24</sup> E. Laclau: Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo, Nueva Visión, Buenos Aires, 1993, p. 5.

<sup>25</sup> En definitiva, en un proceso de deconstrucción, construcción y reconstrucción de las «identidades» sociales (en pugna), los sujetos sociales como tales no son constituidos, es decir, están en constante construcción y nunca llegan a completarse. Hablar de «identidades» es hablar de identificación, que en términos psicológicos, se da por un proceso de «reconocimiento» del sujeto en el «Otro», el cual, a su vez, está marcado por la construcción de las «preferencias» del sujeto.

<sup>26</sup> Ver T. Negri: ob. cit., p. 30.

propia identidad de la Civilización, es decir, de su existencia»<sup>27</sup>, en la búsqueda de una forma de «representación» como última salvaguarda de la masa como sujeto. Es la búsqueda por el sentido común, por un discurso crítico al modelo hegemónico dominante neoconservador. Es, en definitiva, rescatar la primacía de la democracia por sobre el mercado.

Pero la democracia ya no se rescata desde lo político, sino desde lo cultural. Es decir, la masa ha desaparecido en el horizonte del sujeto y, por tanto, la masa como objeto puro de lo político, como ideal de un poder absoluto, como idea de totalidad ha desaparecido, y como tal, es vislumbrada como objeto vacío porque es inaccesible a cualquier subjetividad política. Es el intento de la re-construcción de la idea del hombre como sujeto constituyente, dador de sentido y fundamento de toda acción, tras la concepción de, entre otras cosas, el «fin de las ideologías» y de una masa «alienada», homogénea y «autoritaria» (ya hemos hecho referencia acerca de este concepto) expresada en la opinión pública que «construyen» los massmedia. Es una masa constituida en objeto que no puede subjetivarse, «en una palabra lo que está en juego hoy es la recuperación de la política. Es decir: de la cultura»<sup>28</sup>.

Lo que está en crisis es la propia identidad democrática, a través de la idea de pérdida del consenso<sup>29</sup> y del sentido de representación, que se vincula a la desaparición de los grandes relatos de la modernidad, que tienen que ver a su vez con la búsqueda (utópica) de la totalidad social, abriendo paso a la textualidad, a los mapas cognitivos que dan cuenta de la «renuncia de un concepto integrador de la sociedad»<sup>30</sup>. Las revoluciones culturales han reemplazado a las revoluciones sociales.

### La posmodernidad: ¿«síntoma» sin salida?

*No hay en absoluto inevitabilidad cuando se está dispuesto a contemplar lo que está sucediendo... Mc Luhan*

En su *Teoría estética*, Adorno sostiene que «la racionalidad es uno de los momentos que producen unidad y organización en la obra de arte en relación con lo que está fuera de ella, pero ella sola no forma nunca del todo el orden de sus categorías»<sup>31</sup>. Interpretamos así que el otro momento está dado por la mimesis, que a su vez no debe ser confundida con lo «prerracional o irracional». De esta manera, podemos desprender su aplicación de la época posmoderna que, como la obra de arte, no está completa si no postula la racionalidad del iluminismo kantiano y,

<sup>27</sup> E. Grüner: ob. cit., p. 187.

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p. 186.

<sup>29</sup> Para más información, v. von Beyme: ob. cit.

<sup>30</sup> *Ibíd.*, p. 175.

<sup>31</sup> T. Adorno: *Teoría estética*, Hyspamérica, Buenos Aires, 1983, p. 78.

simultáneamente, está contenida en la estetización de la época, como la negación de la racionalidad. De la misma manera, el consciente y el inconsciente (en términos psicoanalíticos) son respectivamente los momentos dialécticos que conforman al sujeto, uno no es sin el otro. Por lo tanto, las críticas a la racionalidad de la posmodernidad son paradójicas, porque la posmodernidad se posiciona en la racionalidad moderna para criticarla. La posmodernidad se define en su comparación con la modernidad, no es sin ella; por lo tanto, es una relación dialéctica, se reconoce a sí misma en la modernidad. Quizá por esto Lyotard dice de la posmodernidad que es un momento anterior a la modernidad misma. La posmodernidad no se afirma sin su negatividad, la modernidad; y hoy, la modernidad para afirmarse debe negar la posmodernidad. Ambas son las dos caras de una misma moneda. La posmodernidad reflota y magnifica, debido al avance tecnológico y la globalización capitalista, el «malestar» que acompañó al germen de la modernidad.

Ahora bien, ¿podemos afirmar entonces que es el «fin de las ideologías»?... Al trasladarse la lucha de clases al ámbito cultural e ideológico, nos hallamos en la paradoja de que, al estar regida por las leyes del mercado (discurso hegemónico) se igualan o pretenden igualarse todas las ideologías en la lógica de la competencia: es el fin de las contradicciones, de las diferencias estructurales. Paradoja de heterogeneidad, de fragmentación, de mayor individualismo, que homogeneiza el inconsciente colectivo a través del desplazamiento de la mirada en el otro, esto es, la imagen. Aparente homogeneización del discurso que anula el reconocimiento del «Otro» por oposición o contradicción. El lenguaje del «Yo» con el «Otro» se esfuma en el lenguaje del «otro por sí mismo».

La incertidumbre generada en el desencanto político tras la frustración de expectativas no satisfechas en el ámbito de lo público, opone a éste último, el «salvador» ámbito de lo privado –y con él, la lógica del mercado–, que reactiva el encantamiento ante la expectativa de certidumbre –desde lo pragmático– en la posibilidad de responder las demandas concretas, y sobre todo, en la actualidad, a través de la instantaneidad-transparencia del lenguaje de los massmedia.

En relación dialéctica, al considerar lo público como su «opuesto», el inconsciente colectivo se anula a sí mismo, a la vez que las fuerzas sociales pendientes del mundo privado (neoconservadurismo) surgen como nueva materia prima para el desarrollo político, recreando una «ausencia» de inconsciente colectivo. De esta manera, desde la cotidianidad se da «sentido» a la presencia pública. Vaciamientos de la conciencia donde se diluye la estructura, donde se conforma la ausencia, los «no lugares» de la conciencia social, en donde la fragmentación de la ciudadanía es tomada a cargo por el mercado «mediático».

De los escenarios de la calle pasamos a los escenarios de la «pantalla chica», de la participación movilizadora a la apatía pasiva o a la interacción hombre-máquina; del espacio de lo público pasamos al espacio de lo privado o la privatización de lo público o su ausencia; de los actos colectivos a los actos privados, de la solidaridad a la individualidad... De la intersubjetividad a la subjetividad mediática como construcción de un imaginario globalizador, como deconstrucción de la realidad en pos del «fetichismo» de la imagen como mercancía dominante de la ideología del consumo; del control político al control social, al autocontrol, a la autodominación. Incorporamos la ideología dominante como parte de nuestro inconsciente porque es el deseo del «Otro», y nosotros deseamos desear ese deseo, que es nuestra ausencia. Ese deseo que nos «ofrece» el consumo, ese deseo que es imagen y, por lo tanto, simulacro.

Hoy presenciamos el reino del objeto, «reino de la necesidad», de la «civilización», en términos de Marcuse, quien la distinguía de «cultura» como la «dimensión superior de autonomía y realización humana» frente al sometimiento a «la heteronomía, las condiciones y las necesidades externas»<sup>32</sup>, que se han hecho internas, que hemos subjetivado, en el «imperio de lo efímero».

El papel de la democracia: la posmodernidad al renunciar a la racionalidad, renuncia a la idea de ruptura, a la utopía revolucionaria. Sin embargo, dijimos que modernidad y posmodernidad se relacionan dialécticamente, por tanto, interpretamos que la búsqueda de la concepción de una democracia en el sentido social no es imposible en esta era posmoderna, ya que hace a la esencia moderna que la contiene; quizá no sea la búsqueda de la ruptura, sino una «nueva» forma de reformismo, porque no podemos hablar de teoría política sólo en los términos de «de-construcción». Por lo tanto, es la búsqueda de un «nuevo» sujeto social hacia donde debemos perfilar la reconstrucción del espacio público. «En fin, el desencanto puede ser políticamente muy fructífero.»<sup>33</sup>

## Referencias

- Offe, Claus: «Democracia de competencia entre partidos y el Estado de Bienestar keynesiano. Factores de estabilidad y desorganización», trabajo presentado en el XII Congreso Mundial de la International Political Science Association, Río de Janeiro, 8/1982.
- Deleuze, G.: *Nietzsche y la filosofía*, Anagrama, Barcelona, 1986.
- Grüner, E.: «El comienzo contra el origen» en *Confines* N° 1, 4/1995, Buenos Aires.
- Jameson, F.: *Ensayos sobre el posmodernismo*, Imago Mundi, Buenos Aires, 1991.

<sup>32</sup> H. Marcuse: *Ensayos sobre política y cultura*, Planeta, Barcelona, 1986, p. 59.

<sup>33</sup> N. Lechner: *Los patios interiores de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, México. 1990, p. 178.

Lechner, N.: «El proyecto neoconservador y la democracia» en *Crítica y Utopía* N° 4, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.  
Mandel, Ernest: *Late capitalism*, New Left Books, Londres, 1975.  
Przeworski, Adam: *Capitalismo y democracia*, Alianza, Madrid, 1989.  
Wolfe, A.: *Los límites de la legitimidad*, Siglo XXI, México, 1980.



Las ilustraciones acompañaron al presente artículo en la edición impresa de la revista