

El otro por sí mismo

Jean Baudrillard*

Es paradójico trazar el panorama retrospectivo de una obra que no se quiso hacer en términos retrospectivos. Se parece un poco a Orfeo quien se devuelve demasiado pronto para mirar a Euridice y de repente la envía para siempre a los Infiernos. Hay que hacer como si la obra preexistiese y que desde el principio presagiase su fin. Eso puede ser de mal augurio. Sin embargo, hay aquí un ejercicio de simulación que puede repercutir en uno de los temas principales del conjunto: hacer como si la obra fuese cerrada, como si se desarrollase de una manera coherente, como si siempre hubiese existido. No veo entonces ninguna otra forma de hablar de ella sino en términos de simulación, un poco como la reconstrucción de una civilización perdida que ha hecho Borges a través de fragmentos de biblioteca. Es apenas obvio que me puede cuestionar la verosimilitud sociológica, un interrogante que de todas formas me sería difícil responder; simplemente podría situarme en la posición de aquel viajero imaginario que habiendo topado con estos escritos como con un manuscrito olvidado, y no disponiendo de los documentos necesarios se esforzase por reconstruir la sociedad que ellos describen.

El éxtasis de la comunicación. Todo se originó con los objetos, pero ya no existe un sistema de objetos. La crítica de ellos era todavía la de un signo cargado de sentido, con su lógica fantasmagórica e inconsciente y su lógica diferencial y de prestigio. Detrás de esas dos lógicas, un sueño antropológico: Aquel de un status del objeto que está más allá del cambio y del uso, más allá del valor y de la equivalencia, el sueño de una lógica sacrificial. Un obsequio, un gasto, un potlatch, un reparto maldito, una consumación, un intercambio simbólico.

* Traducción de Daniela Musialek S., Profesora del Departamento de Lenguas Modernas de la Universidad de Antioquia.

Todo aquello, aún existe, y simultáneamente desaparece. La descripción de este universo proyectivo, imaginario y simbólico, era todavía la del objeto como espejo del sujeto. La oposición del sujeto-objeto era aún significativa, así como lo profundo imaginario del espejo y de la escena. Escena de la historia, pero también la otra escena de la cotidianidad emergiendo a la sombra de la historia a medida que aquella pierde su investidura política.

Hoy, ya no más escenas ni espejos, sólo una pantalla y una red. No más trascendencia ni profundidad, sino la superficie inmanente del desarrollo de las operaciones, la superficie lisa y operacional de la comunicación. Frente a la imagen de la televisión, el más bello objeto prototípico de esta nueva era, todo el universo circundante y nuestro propio cuerpo sirven de pantalla de control.

Ya no nos proyectamos más en nuestros objetos con los mismos afectos, los mismos fantasmas de posesión, de pérdida, de duelo, de celos. La dimensión psicológica se esfumó aunque siempre se le puede identificar en el detalle.

Ya Barthes lo había advertido a propósito del carro: A una lógica de la posesión, de la proyección inherente de una relación subjetiva y fuerte se sustituye una lógica de la conducta. No más fantasmas de poder, de velocidad, de apropiación relacionados con el objeto mismo, sino una táctica potencial relacionada con su uso (dominar, controlar, mandar, optimizar el juego de las posibilidades que ofrece el carro como vector, y no más como psicológico), y de repente la transformación del sujeto mismo, que se convierte en computadora de la conducta y no en demiurgo ebrio de poder. El vehículo se convierte en una burbuja, el panel de control en una consola y en su entorno el paisaje se desenrolla como una pantalla televisada.

Pero se puede concebir una etapa ulterior a aquella, en la cual el carro todavía es un material performativo: Una fase en la cual se vuelve red informativa. Aquel que le conversa, que le informa "espontáneamente" sobre su estado general, y sobre el suyo propio (negándose eventualmente a funcionar si Usted no funciona bien), el carro consultante y deliberante, socio dentro de una negociación general del modo de vida, algo (o alguien: en esta fase, ya no se hace más diferencia) con que es Usted "branché" (1) —la apuesta fundamental transformándose en la comunicación con el carro, una prueba perpetua de presencia del sujeto frente a sus objetos— interfaz ininterrumpido. Desde entonces ni la velocidad ni el desplazamiento ya cuentan, ni siquiera la proyección inconsciente, ni la competencia, ni tampoco el prestigio. Además, en este sentido, hace mucho que se emprendió la desacralización del carro ("¡La velocidad se acabó!", "Consumo menos, ruedo más!"). Lo que se instala es más bien un ideal ecológico de regulación, de funcionalidad bien moderada, de solidaridad entre todos los elementos de un mismo sistema, de control y de gestión global de un

1. Estar en la onda.

conjunto. Cada sistema (incluido el universo doméstico) constituye un nicho ecológico, de decorado relacional en donde todos los términos deben permanecer en perpetuo contacto, informados en su respectivo estado y del sistema completo, puesto que la falla de un sólo término puede llevar a la catástrofe.

Todo aquello tal vez no es más que un discurso, pero hay que ver que el análisis del consumo en los años sesenta/setenta partía él mismo del discurso publicitario o aquel discurso pseudo-conceptual, de los profesionales. El "consumo", la "estrategia del deseo" al principio no fueron sino un metadiscurso, el análisis de un mito proyectivo del cual nunca nadie supo su real incidencia. En el fondo, nunca se supo más sobre la realidad de las sociedades primitivas. Es lo que permite el mito, pero es porque también es inútil querer averiguar estadística y objetivamente esas hipótesis. Como se sabe el discurso de los publicistas es primero que todo para el uso de los mismos publicistas, nada dice que el presente discurso sobre la informática y la comunicación no sea para el uso de los pocos profesionales de la información y comunicación (el discurso de los intelectuales y de los sociólogos presenta por otra parte el mismo problema).

La telemática privada: Cada uno se ve ascendido al manejo de una máquina hipotética, aislado en su posición de perfecta soberanía, a infinita distancia de su universo original, es decir la justa posición del cosmonauta dentro de su burbuja, en estado de ingravidad que lo obliga a un perpetuo vuelo orbital, y a mantener en el vacío la velocidad suficiente so pena de llegar a estrellarse en su planeta de origen.

Esta realización del satélite orbital en el universo cotidiano corresponde a elevar el universo doméstico hacia la metáfora espacial poniendo en órbita el apartamentico de dos alcobas, baño y cocina en el último módulo lunar, es decir, satelizar lo real mismo. La cotidianidad del habitat terrestre hipostasiada en el espacio, es el fin de la metafísica, es la era de la hiperrealidad que empieza. Quiero decir: Lo que aquí se proyectaba mentalmente, lo que se vivía en el habitat terrestre como metáfora es de ahora en adelante proyectado sin metáfora ninguna, dentro del espacio absoluto que es el de la simulación.

Nuestra propia esfera privada ya no es una escena donde se desarrolla una dramaturgia del sujeto enfrentado a sus objetos como a su imagen, no existimos más ni como dramaturgo tampoco como actor, sino como monitor de múltiples redes. La televisión es la prefiguración más directa de aquel espacio, pero el espacio mismo de la vivienda que hoy está concebido como espacio de recepción y de operación, como pantalla de control, como monitor dotado de poder telemático, es decir de la posibilidad de organizar a distancia, incluso el proceso del trabajo dentro de las perspectivas del obrar telemático a domicilio, y por supuesto el consumo, el juego, las relaciones sociales y el tiempo libre. Se podría concebir simuladores de ocio o de vacaciones como existen unos simuladores de vuelos para los pilotos de avión.

Ciencia-ficción? Seguramente, pero hasta ahora dentro de mandos eléctricos o electrónicos, todas las mutaciones del ambiente se originan en una tendencia irreversible a la abstracción formal de los elementos y de las funciones, a su homogeneización dentro de un proceso único, al desplazamiento de los ademanes, de los cuerpos, de sus esfuerzos, a la miniaturización en el tiempo y el espacio, de los procesos cuya escena —ya no es una escena— se transforma en la escena de la memoria infinita y en la de la pantalla.

Es además nuestra preocupación, en la medida en que esta encefalización electrónica, esta miniaturización de los circuitos y de la energía, esta transistorización del ambiente relegan a lo inútil, lo desusado y casi a la obscenidad, todo lo que antiguamente constituía la escena de nuestra vida. Se sabe que la simple presencia de la televisión cambia el hábitat en un tipo de marco arcaico, en un vestigio de relaciones sociales cuya sobrevivencia nos deja perplejos. Cuando el hechizo de los actores y sus fantasmas desaparecen de esta escena, cuando los comportamientos se proyectan en algunas pantallas o monitores operacionales, el resto ya no aparece sino como un inmenso cuerpo inútil, abandonado y condenado. Lo real mismo no aparece sino como un gran cuerpo inútil.

Los tiempos procedieron de una miniaturización, de un control remoto y de un microproceso del tiempo, de los cuerpos y de los placeres. Ya no existen principios ideales de esas cosas a escala humana. Ya no quedan sino efectos miniaturizados, concentrados e inmediatamente disponibles. Ese cambio de escala es visible por doquier: Puesto que hoy todo se concentra en el cerebro y en la fórmula genética que resume en sí misma la definición operacional del ser, ese cuerpo, nuestro cuerpo ya no aparece sino como algo superfluo, en toda su dimensión, en la multiplicidad y complejidad de sus órganos, de sus tejidos, de sus funciones. El campo, el inmenso campo geográfico, tal como un cuerpo desértico cuya propia extensión es innecesaria (aburre cruzarlo incluso fuera de las autopistas) dado que todos los eventos se concentran en las urbes, ellas también en proceso de ser reducidas a algunos espacios miniaturizados.

Y el tiempo: Qué decir de este inmenso tiempo libre que nos está dejando, demasiado tiempo que nos rodea como un lote abandonado, una dimensión ya inútil en su desarrollo, desde que la instantaneidad de la comunicación miniaturizó nuestros intercambios en una sucesión de instantes.

El cuerpo como escena, el paisaje como escena, el tiempo como escena desaparecen progresivamente. Lo mismo ocurre con el espacio público: El teatro de lo social, el teatro de lo político se reducen cada vez más a un cuerpo amorfo y de múltiples cabezas. La publicidad en su nueva versión, que ya no es el guión barroco, utópico, estático de los objetos y del consumo, sino el efecto de la visibilidad omnipresente de las empresas, de las marcas, de los interlocutores sociales, de las virtudes sociales de la comunicación, la publicidad 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 los superobjetos como Beaubourg, Las Halles o La Villette, que literalmente son monumentos (o anti-monumentos) publicitarios, no porque están orientados hacia el consumo sino en primera instancia se erigen como la demostración del proceso cultural de la mercancía y de la masa en movimiento. Está aquí nuestra única arquitectura de hoy en día: Grandes pantallas sobre las cuales se refractan los átomos, las partículas, las moléculas en movimiento. No es una escena pública, ni tampoco un espacio público, sino espacios gigantescos de circulación, de ventilación y de conexión efímera.

Lo mismo sucede con el espacio privado. Su desaparición es contemporánea a la del espacio público. El último ya no es espectáculo, el otro tampoco es secreto. La distinción de un interior y de un exterior, que precisamente describía la escena doméstica de los objetos, y la del espacio simbólico, se desvaneció en "una doble obscenidad": La operación más íntima de nuestra vida se volvió la presa virtual de los medios (en los Estados Unidos, la televisión muestra a toda hora la familia Loud, innumerables "tajadas de vida" y en la tele francesa programas psicológicos) pero el universo entero también se despliega innecesariamente en su pantalla doméstica. Pornografía microscópica del universo, pornografía puesto que está forzada y desmesurada, exactamente como el primerísimo plano sexual de una película porno. Todo aquello hace explotar la escena que solía ser preservada por una prudente distancia y se desarrollaba según un secreto ritual conocido solamente por sus actores.

El universo, seguramente enajenante, lo era en la medida en que lo separaba a Usted de los otros, y del mundo, en la medida en que se consideraba investido como una fortaleza protectora, como un imaginario protector. Pero también recogía el beneficio simbólico del enajenamiento que resulta ser la existencia del Otro, cuya alteridad se puede ejercer tanto para lo bueno como para lo malo. Así la sociedad de consumo fue vivida bajo el signo de la enajenación como una sociedad del espectáculo —pero justamente, había el espectáculo y el espectáculo aunque enajenado nunca fue obsceno—. La obscenidad principia cuando se acaba el espectáculo, no más escena, no más teatro, no más ilusiones, cuando todo se hace transparencia, visibilidad inmediata, cuando todo está sometido a la luz cruda e inexorable de la información y de la comunicación.

No estamos más en el drama de la enajenación, estamos en el éxtasis de la comunicación. Y este éxtasis es obsceno. Lo obsceno es lo que acaba con toda mirada, con toda imagen, con toda representación. No solamente lo sexual se vuelve obsceno, hoy en día existe toda una pornografía de la información y de la comunicación, una pornografía de los circuitos y la redes, de las funciones y de los objetos en su legibilidad, en su fluidez, en su disponibilidad, en su regulación, en su significación forzada, en su performatividad, en sus derivaciones, en su polifacetismo, en su libre expresión...

Ya no es lo obsceno de lo que está escondido, reprimido y oculto, es aquello de lo visible, de lo supervisible, de lo más visible que lo visible, es la obscenidad de lo que no tiene secreto, de lo que es completamente soluble en la información y la comunicación.

Ya Marx denunciaba la obscenidad de la mercancía relacionada con el principio de su equivalencia, con el principio abyecto de su libre circulación. Frente a la gravedad, la opacidad y la sustancia del objeto, la obscenidad de la mercancía se debe a la abstracción, la formalidad y la levedad de aquella. La mercancía es legible: al inverso del objeto que casi nunca revela su secreto, ella siempre manifiesta su presencia visible, que es su precio. Es el lugar de la transcripción de todos posibles objetos: Por medio de ella, los objetos comunican; la forma-mercancía es el primer gran medium del mundo moderno.

Pero el mensaje que ellos emiten en ese mundo está radicalmente simplificado, y es siempre el mismo, el valor de cambio. En el fondo, entonces, el mensaje ya no existe, es el medium que se impone en su pura circulación. Llamemos a esto éxtasis: el mercado es una forma extática de la circulación de los bienes, como la prostitución y la pornografía son formas extáticas de la circulación del sexo.

Falta profundizar un potencial análisis para captar lo que significa transparencia y obscenidad en el orbe de la comunicación, que dejan tras de sí aquellas, aun relativas, del mundo de la mercancía.

Todas las funciones derogadas en una sola dimensión, la de la comunicación: Es el éxtasis. Todos los acontecimientos, todos los espacios, todas las memorias abolidas en la única dimensión de la información: en la obscenidad.

A la obscenidad tibia y sexual sucede la obscenidad fría y comunicacional. La primera implicaba un tipo de promiscuidad, la de los objetos amontonados, acumulados en el universo privado, o de todo lo que no se dice y que enjambra en el silencio de la interiorización; pero esta promiscuidad es orgánica, visceral y carnal, mientras que la promiscuidad que gobierna las redes de la comunicación, es aquella de la saturación superficial, de la sollicitación incesante, de una exterminación de los espacios intersticiales. Levanto el teléfono y toda la red marginal me agarra, me azota con la buena fe insoportable de lo que quiere y pretende comunicarme. Los canales de las radios libres: Se habla, se canta, se expresa. Muy bien. Pero en términos de medium el resultado es el siguiente: un espacio, aquel de FM, se encuentra saturado, los canales se imbrican, se entrecruzan: Algo que era libre por el hecho de que existía espacio, ya no lo es. La palabra es libre, pero yo ya no lo soy, no logro saber lo que quiero, el espacio está tan saturado, la presión de querer hacerse oír está muy fuerte. Me pierdo en el éxtasis negativo de la radio.

Hay un propio estado de fascinación y vértigo ligado a ese delirio de la comunicación. Una forma de placer tal vez singular, pero aleatorio y vertiginoso. Si aceptamos la clasificación de los juegos de Cailloix, mimicry, agon, alea, ilynx —juegos de expresión, de competencia, de azar, de vértigo—, entonces la tendencia de toda nuestra cultura nos conduciría de las formas de expresión y de competencia hacia una difusión de las formas del azar y del vértigo.

Aquellas no implican más juegos de escena, de espejo, de desafío ni de alteridad, son más bien extáticas, solitarias y narcisas. El placer ya no es aquel de la manifestación escénica o estética (seductio), sino aquel de la fascinación pura, aleatoria y sicotrópica (subductio). Eso no implica obligatoriamente un juicio negativo, aquí sin duda hay una profunda y original mutación de las formas de percepción y de placer. Apenas podemos evaluar las consecuencias. Acudiendo a nuestros antiguos criterios y los reflejos de una sensibilidad "escénica", nos exponemos a desconocer la irrupción extática y obscena de esta nueva forma dentro de la esfera sensorial.

Una cosa es cierta: Si la escena nos seducía, lo obsceno nos fascina. Pero el éxtasis es lo contrario de la pasión. Deseo, pasión y competencia: así son los juegos del universo caliente. Extasis, fascinación, obscenidad, comunicación u otra vez como lo decía Cailloix, azar, chance y vértigo —esos son los juegos del universo frío, del universo "cool"— (hasta el vértigo es frío, como aquel de las drogas).

De todas maneras tendremos que soportar esa extroversión forzosa de toda interioridad, de esa introyección forzosa de toda exterioridad que significa el imperativo categórico de la comunicación. Tal vez sería útil referirse a algunas metáforas pertenecientes a la patología. Si la histeria era la puesta en escena exacerbada del sujeto, de la conversión teatral y operática del cuerpo, si la paranoia era la patología de la organización, de la estructuración de un mundo rígido y celoso, con la inmanente promiscuidad y la perpetua conexión de todas las redes de comunicación y de información, estamos en una nueva forma de esquizofrenia. No más histeria, no más paranoia proyectiva como tal, sino este estado de terror característico del esquizofrénico: Una proximidad demasiado grande de todo, una promiscuidad repugnante de todas las cosas que lo sitia y lo penetra sin resistencia, sin que ningún resplandor, sin que ninguna aureola, ni siquiera aquella de su propio cuerpo lo protejan. A pesar de sí mismo, el esquizofrénico está abierto a todo, viviendo en la confusión más grande. Es la presa obscena de la obscenidad del mundo. Lo que lo caracteriza es tanto la pérdida de lo real, como suele decirse, como la absoluta proximidad y esta total instantaneidad de las cosas, esta sobre-exposición a transparencia del mundo. Despojada de toda escena y atravesado sin obstáculo, no puede producir más los límites de su propio ser, no se puede producir más como espejo. Se transforma en pura pantalla, pura superficie de absorción y resorción de las redes de influencia.



Fernando M. Murgueitio