

TEMA POSMODERNIDAD

Apunte 3: (Segunda Parte)

Gilles Lipovetsky. La Era del Vacío

gen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis.

Qué error el haber pregonado precipitadamente el fin de la sociedad de consumo, cuando está claro que el proceso de personalización no cesa de ensanchar sus fronteras. La recesión presente, la crisis energética, la conciencia ecológica, no anuncian el entierro de la era del consumo: estamos destinados a consumir, aunque sea de manera distinta, cada vez más objetos e informaciones, deportes y viajes, formación y relaciones, música y cuidados médicos. Eso es la sociedad posmoderna; no el más allá del consumo, sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización. Consumo de la propia existencia a través de la proliferación de los *mass media*, del ocio, de las técnicas relacionales, el proceso de personalización genera el vacío en technicolor, la imprecisión existencial en y por la abundancia de modelos, por más que estén amenizados a base de convivencialidad, de ecologismo, de psicologismo. Más exactamente estamos en la segunda fase de la sociedad de consumo, *cool* y ya no *hot*, consumo que ha digerido la crítica de la opulencia. Se acabó la idolatría del *american way of life*, de los coches triunfalmente cromados, de grandes estrellas y sueños de Hollywood; concluida la revolución beatnik y el escándalo de las vanguardias, todo eso ha dejado paso, dicen, a una cultura posmoderna detectable por varios signos: búsqueda de calidad de vida, pasión por la personalidad, sensibilidad ecologista, abandono de los grandes sistemas de sentido, culto de la participación y la expresión, moda retro, rehabilitación de lo local, de lo regional, de determinadas creencias y prácticas tradicionales. ¿Será el eclipse de la bulimia cuantitativa anterior? Sí, pero a condición de no perder de vista que estos fenómenos son también manifestaciones del proceso de personalización, estrategias que trabajan para destruir los efectos del modernismo monolítico, el gigantismo, el centralismo, las ideologías duras, la vanguardia. No se trata de oponer la era del consumo «pasivo» a las corrientes llamadas posmodernas, creativas, ecologistas, revivalistas; una y otras rematan el hundimiento de la rígida era moderna en vistas a una mayor flexibilidad, diversificación, elec-

ciones privadas, en vistas a la reproducción aumentada del principio de las singularidades individuales. La discontinuidad posmoderna no empieza con tal o cual efecto particular, cultural o artístico, sino con la preponderancia histórica del proceso de personalización, con la reestructuración del todo social bajo su propia ley.

La cultura posmoderna representa el polo «superestructural» de una sociedad que emerge de un tipo de organización uniforme, dirigista y que, para ello, mezcla los últimos valores modernos, realza el pasado y la tradición, revaloriza lo local y la vida simple, disuelve la preeminencia de la centralidad, disemina los criterios de lo verdadero y del arte, legitima la afirmación de la identidad personal conforme a los valores de una sociedad personalizada en la que lo importante es ser uno mismo, en la que por lo tanto cualquiera tiene derecho a la ciudadanía y al reconocimiento social, en la que ya nada debe imponerse de un modo imperativo y duradero, en la que todas las opciones, todos los niveles pueden cohabitar sin contradicción ni postergación. La cultura posmoderna es descentrada y heteróclita, materialista y *psi*, porno y discreta, renovadora y retro, consumista y ecologista, sofisticada y espontánea, espectacular y creativa; el futuro no tendrá que escoger una de esas tendencias sino que, por el contrario, desarrollará las lógicas duales, la correspondencia flexible de las antinomias. La función de semejante estallido no ofrece duda: paralelamente a los otros dispositivos personalizados, la cultura posmoderna es un vector de ampliación del individualismo; al diversificar las posibilidades de elección, al anular los puntos de referencia, al destruir los sentidos únicos y los valores superiores de la modernidad, pone en marcha una cultura personalizada o hecha a medida, que permite al átomo social emanciparse del balizaje disciplinario-revolucionario.

Sin embargo no es cierto que estemos sometidos a una carencia de sentido, a una deslegitimación total; en la era posmoderna perdura un valor cardinal, intangible, indiscutido a través de sus manifestaciones múltiples: el individuo y su cada vez más proclamado derecho de realizarse, de ser libre en la medida en que las técnicas de control social despliegan dispositivos cada vez más sofisticados y «humanos». De modo que si el proceso de personalización introduce efectivamente una discontinuidad en

la trama histórica, también es cierto que persigue, por otros caminos, una obra secular, la de la modernidad democrática-individualista. Ruptura aquí, continuidad allá, la noción de sociedad posmoderna no expresa otra cosa: concluida una fase, aparece otra nueva, unida, por lazos más complejos de lo que parecen a primera vista, a nuestros orígenes políticos e ideológicos.

Si es necesario recurrir al esquema del proceso de personalización, no se debe únicamente a las nuevas tecnologías blandas de control sino a los *efectos* de ese proceso sobre el propio individuo. Con el proceso de personalización el individualismo sufre un *aggiornamento* que llamamos aquí, siguiendo a los sociólogos americanos, narcisista: el narcisismo, consecuencia y manifestación miniaturizada del proceso de personalización, símbolo del paso del individualismo «limitado» al individualismo «total», símbolo de la segunda revolución individualista. ¿Qué otra imagen podría retratar mejor la emergencia de esa forma de individualidad dotada de una sensibilidad psicológica, desestabilizada y tolerante, centrada en la realización emocional de uno mismo, ávida de juventud, de deporte, de ritmo, menos atada a triunfar en la vida que a realizarse continuamente en la esfera íntima? ¿Qué otra imagen podría sugerir con más fuerza el formidable empuje individualista inducido por el proceso de personalización? ¿Qué otra imagen podría ilustrar mejor nuestra situación presente en la que el fenómeno social crucial ya no es la pertenencia y antagonismo de clases sino la diseminación de lo social? En la actualidad son más esclarecedores los deseos individualistas que los intereses de clase, la privatización es más reveladora que las relaciones de producción, el hedonismo y psicologismo se imponen más que los programas y formas de acciones colectivas por nuevas que resulten (lucha antinuclear, movimientos regionales, etcétera), el concepto de narcisismo tiene por objeto hacer de eco a esa culminación de la esfera privada.

Permítasenos hacer algunas precisiones y prolongaciones respecto de un asunto que ha suscitado malentendidos. Contrariamente a lo que se haya escrito aquí o allá, el narcisismo no se identifica con la falta de compromiso político del momento; más ampliamente corresponde a la descripción de las posturas políticas e ideológicas y a la sobrevaloración concomitante de las cuestiones subjetivas. Windsurf, skate, Ala Delta, la sociedad posmo-

terna es la edad del *deslizamiento*, imagen deportiva que ilustra con exactitud un tiempo en que la *res publica* ya no tiene una base sólida, un anclaje emocional estable. En la actualidad las cuestiones cruciales que conciernen a la vida colectiva conocen el mismo destino que los discos más vendidos de los hit-parades, todas las alturas se doblegan, todo se desliza en una indiferencia relajada. Es esa destitución y trivialización de lo que antaño fue superior lo que caracteriza el narcisismo, no la pretendida situación de un individuo totalmente desconectado de lo social y replegado en su intimidad solipsista. El narcisismo sólo encuentra su verdadero sentido a escala histórica; en lo esencial coincide con el proceso tendencial que conduce a los individuos a reducir la carga emocional invertida en el espacio público o en las esferas trascendentales y correlativamente a aumentar las prioridades de la esfera privada. El narcisismo es indisociable de esa tendencia histórica a la transferencia emocional: igualación-declinación de las jerarquías supremas, hipertrofia del ego, todo eso por descontado puede ser más o menos pronunciado según las circunstancias pero, a la larga, el movimiento parece del todo irreversible porque corona el objetivo secular de las sociedades democráticas. Poderes cada vez más penetrantes, benévolos, invisibles, individuos cada vez más atentos a ellos mismos, «débiles», dicho de otro modo lábiles y sin convicción: la profecía de Tocqueville se cumple en el narcisismo posmoderno.

Así como el narcisismo no puede asimilarse a una estricta despolitización, también es inseparable de un entusiasmo relacional particular, como lo demuestra la proliferación de asociaciones, grupos de asistencia y ayuda mutua. La última figura del individualismo no reside en una independencia soberana asocial sino en ramificaciones y conexiones en colectivos con intereses miniaturizados, hiperespecializados: agrupaciones de viudos, de padres de hijos homosexuales, de alcohólicos, de tartamudos, de madres lesbianas, bolínicos. Debemos devolver a Narciso al orden de los circuitos y redes integradas: solidaridad de microgrupo, participación y animación benévolas, «redes situacionales», todo eso no se contradice con la hipótesis del narcisismo sino que confirma su tendencia. Ya que lo más notable del fenómeno es, por una parte, la retracción de los objetivos universales si lo comparamos con la militancia ideológica y política de antaño, y por otra, el deseo

de encontrarse en confianza, con seres que compartán las mismas preocupaciones inmediatas y circunscritas. Narcisismo colectivo: nos juntamos porque nos parecemos, porque estamos directamente sensibilizados por los mismos objetivos existenciales. El narcisismo no sólo se caracteriza por la autoabsorción hedonista sino también por la necesidad de reagruparse con seres «idénticos», sin duda para ser útiles y exigir nuevos derechos, pero también para liberarse, para solucionar los problemas íntimos por el «contacto», lo «vivido», el discurso en primera persona: la vida asociativa, instrumento *psi*. El narcisismo encuentra su modelo en la *psicologización* de lo social, de lo político, de la escena pública en general, en la subjetivización de todas las actividades antaño impersonales u objetivas. La familia y múltiples organizaciones son ya medios de expresión, tecnologías analíticas y terapéuticas, estamos lejos de la estética monadológica, el neonarcisismo es *pop psi*.

La edad moderna estaba obsesionada por la producción y la revolución, la edad posmoderna lo está por la información y la expresión. Nos expresamos, se dice, en el trabajo, por los «contactos», el deporte, el ocio, de tal modo que pronto no habrá ni una sola actividad que no esté marcada con la etiqueta «cultural». Ni tan sólo se trata de un discurso ideológico, es una aspiración de masa cuya última manifestación es la extraordinaria proliferación de las radios libres. Todos somos disc-jockeys, presentadores y animadores; ponga la FM, de inmediato le asalta una nube de música, de frases entrecortadas, entrevistas, confidencias, «afirmaciones» culturales, regionales, locales de barrio, de escuela, de grupos restringidos. Democratización sin precedentes de la palabra: cada uno es incitado a telefonear a la centralita, cada uno quiere decir algo a partir de su experiencia íntima, todos podemos hacer de locutor y ser oídos. Pero es lo mismo que las pintadas en las paredes de la escuela o los innumerables grupos artísticos; cuanto mayores son los medios de expresión, menos cosas se tienen por decir, cuanto más se solicita la subjetividad, más anónimo y vacío es el efecto. Paradoja reforzada aún más por el hecho de que nadie en el fondo está interesado por esa profusión de expresión, con una excepción importante: el emisor o el propio creador. Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la natu-

raleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor. De ahí esa plétora de espectáculos, exposiciones, entrevistas, propuestas totalmente insignificantes para cualquiera y que ni siquiera crean ambiente: hay otra cosa en juego, la posibilidad y el deseo de expresarse sea cual fuere la naturaleza del «mensaje», el derecho y el placer narcisista a expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registrado amplificado por un «medium». Comunicar por comunicar, expresarse sin otro objetivo que el mero expresar y ser grabado por un micropúblico, el narcisismo descubre aquí como en otras partes su convivencia con la desubstancialización posmoderna, con la lógica del vacío.

★

Todos los textos que forman la presente obra, a excepción de «Modernismo y posmodernismo» y «Violencias salvajes, violencias modernas», han sido previamente publicadas en revistas.

«Seducción continua» y «La indiferencia pura» aparecieron respectivamente en los números 17(1979) 19(1980) de Traverses.

«Narciso o la estrategia del vacío» y «La sociedad humorística» fueron publicados en Le Débat, respectivamente en los números 5(1980) y 10(1981).

Algunos extractos de «Modernismo y posmodernismo» fueron reunidos y publicados igualmente en Le Débat (n.º 21, 1982) bajo el título «L'Art moderne et l'individualisme démocratique». Agradezco aquí particularmente las sugerencias y las indicaciones bibliográficas que Marcel Gauchet ha tenido a bien hacerme.

Todos los textos han sido modificados o aumentados en mayor o menor medida para la presente edición.