

ARTÍCULOS

[Ensayo]

Baudrillard y Danto: simulacros y políticas del signo después del fin del arte

ADOLFO VÁSQUEZ ROCCA
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Chile
✉

Resumen: Mientras Arthur C. Danto discutía sobre el fin del arte y el linde de la historia, los escritos de Jean Baudrillard tributaban a una obsesión que ya estaba en sus primeros libros: el signo y sus espejos, el signo y su producción febril en la sociedad de consumo, la virtualidad del mundo y *La transparencia del mal*. En *Crítica de la economía política del signo* estudiaba con un enfoque materialista la mercantilización del signo; en sus libros posteriores (*Las estrategias fatales*, *El crimen perfecto*), volverá sobre su argumento con una torsión crítica: de qué forma la mercancía y la sociedad contemporánea están consumidas por el signo, por un artefacto que suplanta y devora poco a poco lo real, hasta hacerlo subsidiario. Lo real existe por voluntad del signo, el referente existe porque hay un signo que lo invoca. Vivimos en un universo extrañamente parecido al original —las cosas aparecen replicadas por su propia escenificación—, en lo paródico de los simulacros —en el círculo vicioso— que es donde el mundo parece develar su ausencia total de sentido.

Palabras clave: Simulacro – Imagen – Signo – Fin del arte – Seducción – Estética.

[Essay]

Baudrillard and Danto: Drills and Policies of the Sign after the End of Art

Summary: As Arthur Danto argued about the end of the edge of art and history, the writings of Jean Baudrillard's writings, pay tribute to an obsession that was already present in his first books: the sign and its mirrors, the sign and its feverish production in the consumer society, the virtuality of the world and *The Transparency of Evil*. In *The political economy of the sign* he studied, with a materialist approach, the commodification of the sign; in his later books (*Fatal Strategies*, *The Perfect Crime*), he will return to his argument with a critical twist: how commodity and contemporary society are consumed by the sign, by an artifact that gradually overrides and devours reality, to make it subsidiary. Reality exists by the will of the sign, the referent exists because there is a sign that invokes it. We live in a universe strangely similar to the original one —things appear replicated by their own staging—, in the parody of simulacrum —in the vicious circle— where the world seems to unveil its complete lack of sense.

Key words: Simulacrum – Image – Sign – End of Art – Seduction – Aesthetics.

1. Danto y el fin del arte; cuando todo es arte y nada es arte

A partir de un anuncio que arranca con Hegel,¹ el del «fin del arte», se pueden examinar las posiciones de alguno de los principales autores que han tratado dicha temática. De entre ellos, Jean Baudrillard y Arthur C. Danto me parecen de los más relevantes; ambos hicieron referencia a la situación actual de estetización global.

¿Ha llegado el final del arte? Es difícil decirlo cuando todavía no se ha arribado a una definición unánime de lo que es Arte; creo que partiendo de esa base podríamos rebatir algunas de las afirmaciones que Danto realiza en el planteamiento de su ensayo *El final del arte* (1995).

En septiembre del año 2001 fuimos testigos, a través de los medios de masas, de uno de los eventos de mal radical más terroríficos (junto al Holocausto y al lanzamiento de la bomba atómica en Hiroshima) de la historia reciente. De algún modo el choque de dos aviones en las Torres Gemelas del World Trade Center en New York generó una ola expansiva que dejó pasmados a millones de espectadores a lo largo del mundo. Algunos autores han argumentado recientemente que con la caída de las Torres Gemelas se materializó el derrumbamiento de la cultura del simulacro (Baudrillard) y que estaríamos frente a un retorno a lo real. Es posible situar este evento bajo algunas de las premisas del llamado arte de performance a lo largo del siglo XX. Una estética del terror parte de una doble paradoja: por una parte entrega al arte la misión de ser una anestesia que compensa el dolor, el mal y la catástrofe y, por otra, la materializada en eventos que desbordan la representación a favor de una visión luciferniana de la historia del arte.

Autores como Danto (1997) sostienen que es imposible crear nuevo arte dentro del sentido histórico del arte contemporáneo. El arte no tiene futuro, y además, es imposible predecirlo. Al intentar adivinar el futuro, proyectamos parte de la situación social, cultural y artística de nuestro tiempo, y la respuesta que obtenemos es parecida a la que tendríamos al mirarnos en un espejo (más o menos deformada, pero la imagen propia). Danto toma, por tanto, dos caminos en su teoría: por un lado la especulación sobre el futuro del Arte, y por el otro las características del arte venidero, presuponiendo su existencia (1997).

Después del fin del arte, sólo es posible un arte post-histórico: cuando todo es

1 Vide Gadamer (1990).

arte y nada es arte. Agotados los modelos y concepciones tradicionales, el arte busca justificarse mediante otros razonamientos que superen lo meramente representativo o estético del modelo histórico artístico inicial, y por ello las obras artísticas contemporáneas van acompañadas de justificaciones y teorías. El arte se ha convertido en un ejercicio de autorreflexión, cobrando una densidad conceptual (Vásquez Rocca 2013) y perdiendo su inocencia.

En un mundo sin coartada ni inocencia, dirigido a la indiferencia, el arte no puede más que contribuir a ésta desdramatización: girar en torno al vacío de la imagen, del objeto que ya dejó de serlo. Así, el cine de autores como Wim Wenders, Jim Jarmusch, Michelangelo Antonioni, Jean-Luc Godard, o Raúl Ruiz, explora por medio de sus imágenes la insignificancia del mundo, contribuyendo con ello a su desdramatización, a su provisional puesta entre paréntesis, a su ralentización. Un cine de la incomunicación, sin tensión dramática, contemplativo, que se sustrae a los dogmas de la *teoría del conflicto central* (Vásquez Rocca 2010a) y al vértigo de los acontecimientos, un cine que se corresponde con la imagen del mundo como una gran cámara de vacío y de descompresión, con la aceleración del *zapping* y los estados alterados de la mente, como «la ralentización de la exuberancia del mundo» (Baudrillard 1995). La condición psicotrópica de la mente en las autopistas de la información, donde todo acontece sin tener siquiera que partir ni viajar. Es la era de la llegada generalizada, de la telepresencia, de la cibermuerte y el asesinato de la realidad.

Otros autores, como el británico Peter Greenaway, con medios disímiles hacen algo semejante al reemplazar el vacío de la imagen bajo la forma de una maquinación barroca, por medio de una agitación frenética y ecléctica, contribuyen de igual forma a la desilusión imaginaria del mundo.

Liberados de lo real, podemos pintar más real que lo real: hiperreal. Precisamente todo comenzó con el hiperrealismo y el *pop Art*, con el ensalzamiento de la vida cotidiana en la potencia irónica del realismo fotográfico. Hoy, esta escalada incorpora indiferenciadamente todas las formas de arte y todos los estilos, que entran en el campo trans-estético de la simulación.

Para Danto, la intención del arte a lo largo de la historia, es la búsqueda de la representación más exacta del mundo y de la realidad, y parte de la idea de Hegel de que el Arte ha llegado a su fin como etapa histórica, es decir que Arte e Historia han tomado caminos diferentes. Actualmente según Danto, en el Arte se producen cambios sin evolución, retomando fórmulas ya conocidas; el

problema radica en que dicho objetivo histórico del arte se ha alcanzado, a través de la perfección de la técnica o de las tecnologías, y por tanto el arte deja de tener tal sentido.

Danto sostiene que existen tres modelos histórico-artísticos: el primero es el de la mimesis cada vez más exacta de la realidad; el segundo, el que hace referencia a las experiencias y otras formas del arte; y el modelo final, aplicable al arte en un sentido muy amplio, es el concepto al que se refiere cuando éste ha llegado a su fin.

Agotados estos modelos, el arte busca justificarse mediante otros razonamientos que superen lo meramente representativo o estético del modelo histórico artístico inicial, y por ello las obras artísticas contemporáneas van acompañadas de justificaciones y teorías. El arte se ha convertido en un ejercicio de autorreflexión del artista que tiene más relación con la filosofía que con su tradición histórica.

Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia (1997) es la recopilación de trabajos publicados en *The Nation* entre 1984 y 1990. *El final del arte* (1995) es el título del primer artículo que publicó anunciando la posibilidad de que se estuviera cerrando una era en el desarrollo histórico del arte, lo que significa para Danto, «el fin de los relatos legitimadores» (Vásquez Rocca 2011b).

En una de sus últimas obras *El abuso de la belleza* (2003), Danto explica por qué la belleza comenzó a desaparecer como condición del arte y nunca más volvió; todo empezó con la actitud de los dadaístas (en 1915, en Zúrich) que rechazaron la idea de la belleza, por no someter su trabajo al gusto de una clase dominante que había llevado a la terrible y traumática carnicería de la Primera Guerra Mundial. Allí surge este grupo de buenos artistas, originales y profundos, que deciden hacer un arte deliberadamente antiestético; hicieron algo profundamente significativo al abusar (vejar) de la belleza, expresaron así su revulsión, su indignación. Danto, luego empezó a considerar además ciertos trabajos en los que la belleza estaba asociada con la guerra.

2. Baudrillard: simulacro y estetización de la mercancía

Jean Baudrillard, por su parte, cuyas aportaciones más significativas giran en torno al término «valor de cambio del signo», apunta al desplazamiento del valor de cambio de las mercancías a sus representaciones. El arte era un

simulacro dramático en el que estaban en juego la ilusión y la realidad del mundo, y hoy no es más que una prótesis estética (Baudrillard 1997a); también el arte vendría a ser «la prótesis de un mundo del cual habrá desaparecido la magia de las formas y de las apariencias» (*Ibíd*:50).

Para Baudrillard

(...) hoy el arte está realizado en todas partes. Está en los museos, está en las galerías, pero también en la banalidad de los objetos cotidianos; está en las paredes, está en la calle, como es bien sabido; está en la banalidad hoy sacralizada y estetizada de todas las cosas, aun los detritos, desde luego, sobre todo los detritos. [Y sentencia] La estetización del mundo es total (Baudrillard 1997a:20).

Pero a lo que, según Baudrillard hay que temerle es a la «Estetización de la mercancía»:

(...) hay que temerle a la transcripción de todas las cosas en términos culturales, estéticos, en signos museográficos. Nuestra cultura dominante es eso: la inmensa empresa del almacenamiento estético que muy pronto se verá multiplicado por los medios técnicos de la información actual con la simulación y la reproducción estética de todas las formas que nos rodean y que muy pronto pasarán a ser realidad virtual (Baudrillard 1997a:29).

Una realidad virtual que, en gran medida, no es sino creación de realidad o hiperrealidad.

En *La guerra del Golfo no ha tenido lugar* (1991) y en muchos otros trabajos avisa al ciudadano actual (carente de posibilidades críticas, conceptuales o éticas a causa de la desinformación ambiental, imposibilitado de distinguir realidad de invención entre la enorme masa de novedades audiovisuales con que es abrumado a diario), que los conceptos de verdad y de mentira son ya algo obsoleto.

3. El sistema del arte, la forma sentimental de la mercancía y la desilusión imaginaria del mundo

Baudrillard, un escritor fascinado por los rituales de la imagen en las sociedades posmodernas, consideraba que la mayor dificultad al hablar de arte

contemporáneo es la resistencia que este mismo ofrece a ser visto (1997a:46), esto es, su voluntad de sustraerse al secuestro de la mirada, un circular sin dejar huella, de resistirse al rito contemplativo de la pintura y a la tradición reificadora del consumo artístico (Vásquez Rocca 2005a), su acosamiento sistemático a la acepción mercantil del cuadro como objeto de transacción y bien atesorable, su obstinación por no ser subsumido bajo el régimen de la visualidad de masas, bajo el melancólico designio de ser la *forma sentimental de la mercancía*.

Los escritos de Baudrillard, tributan a una obsesión que ya estaba en sus primeros libros: el signo y sus espejos, el signo y su producción febril en la sociedad de consumo, la virtualidad del mundo y *La transparencia del mal* (1990). En *Por una crítica de la economía política del signo* (1972) estudiaba con un enfoque materialista la mercantilización del signo; en sus libros posteriores —*Las estrategias fatales* (1983), *El crimen perfecto* (1995), *América* (1997c)— volverá sobre su argumento con una torsión crítica: de qué forma la mercancía y la sociedad contemporánea están consumidas por el signo, por un artefacto que suplanta y devora poco a poco lo real, hasta hacerlo subsidiario. Lo real existe por voluntad del signo, el referente existe porque hay un signo que lo invoca. Vivimos en un universo extrañamente parecido al original —las cosas aparecen replicadas por su propia escenificación— señala Baudrillard (1993).

El simulacro puede apuntar al «exterminio de realidad» («no-realidad») esto es, a una forma vacía, aunque Baudrillard lo identifica, más bien con la hiperrealidad, «más real que lo real», simulacro como «proliferación de demasiada realidad». Es así que si en el simulacro «lo real está desapareciendo, no es debido a su ausencia; sino, precisamente porque hay demasiada realidad. Y es este exceso de realidad lo que pone fin a la realidad» (2000a (2002):57).

El simulacro no es lo que oculta la verdad. Es la verdad la que oculta que no hay verdad. El simulacro es verdadero.

La idea de simulacro, en su sentido post-estético, es caracterizada por Baudrillard a partir de modelos de la simulación artística del tipo de *ready-made* o la iconoclastia contemporánea de Warhol; mostrando asimismo las consecuencias que este fenómeno produce en estado actual del arte, lo que Baudrillard llama el «complot» del arte (1997d).

El complot de los medios, podríamos decir, después que Marshall McLuhan señalara la máxima que «el medio es el mensaje», pues bien, ¿cuál es el complot de los medios?, el de CNN por ejemplo, su simulacro mediático que

produce perplejidades, como ese enigmático eslogan: «Está pasando, lo estás viendo» ¿Qué quiere decir eso? ¿Qué lo que no estás viendo no está pasando? ¿Y qué sucede si se dice «no lo estás viendo, pero está pasando» o «no está pasando pero lo estás viendo?», lo que a menudo es el caso, en el proceso cínico de manipulación de la información, cuando se trata de inflar hechos mínimos y minimizar hechos gigantescos. La relación entre la publicidad y el hecho publicitado es una relación interna, no es que pase una cosa y se informe a la población; en muchos casos es a la inversa: se informa a la población y gracias a eso pasa algo como lo que se está informando.² Es así como la lógica hiperreal del montaje que anula el proceso contradictorio de lo verdadero y lo falso, de lo real y lo imaginario, nos conduce directamente a la célebre fórmula de McLuhan: «el medio es el mensaje».

La pintura se reniega, se parodia, se vomita a sí misma en deyecciones plastificadas, vitrificadas, congeladas. Los artistas visuales y conceptuales contemporáneos no consienten en que sea el Sistema de las Artes —con sus Instituciones y funcionarios— quien se ocupe de la administración e inmortalización del desecho.

Warhol, dice Baudrillard, ya no pertenece a la vanguardia ni a ninguna utopía; con sus imágenes puras, indefinidamente reproducidas, repetidas y multiplicadas en serie, con la reapropiación, él es quien mejor expresa la desaparición del arte como acto creativo. Warhol se identifica puramente con lo maquinal. No usa la máquina para rehacer arte, explotando la técnica para crear ilusión; sino que emplea técnica para reproducir automáticamente los objetos ya fabricados, ya sea una lata de sopa o el rostro de una estrella del cine, para entregar la ilusión pura de la técnica.

Cuando Warhol pinta sus *Sopas Campbell* en los años sesenta, se trata de un atisbo del brillo de la simulación y de todo el arte moderno: de un solo golpe, el objeto-mercancía, el signo-mercancía se vuelve sagrado de una manera irónica: es el único ritual que nos queda, el ritual de la transparencia. Sin embargo, cuando pinta las *Soup Boxes* en 1986, ya no hay fulgor, ya está en el estereotipo de la simulación. En 1965, se atacaba el concepto de originalidad de una manera original. En 1986, se reproduce la inoriginalidad de una manera poco original. En 1965, es todo el traumatismo estético de la mercancía irrumpiendo en el arte, tratado de

2 Cfr. RUIZ Raúl, Discurso con ocasión del grado Doctor *Honoris Causa* otorgado por la Universidad de Valparaíso, conferido el 15 de Marzo de 2011.

una forma al mismo tiempo ascética e irónica (el ascetismo de la mercancía, su lado a la vez puritano y férreo, enigmático, como decía Marx) y que simplifica de un solo golpe la práctica artística. La genialidad de la mercancía, el genio maligno de la mercancía, suscita una nueva genialidad del arte: el genio de la simulación. Nada queda de esto en 1986, o se trata simplemente del genio publicitario que viene a ilustrar una nueva fase de la mercancía (Baudrillard 1997e:101).

El núcleo del dilema expuesto por Baudrillard está en esto: o bien la simulación es irreversible y no hay un más allá de la simulación, no hay un acontecimiento, es nuestra banalidad absoluta, una obscenidad de todos los días, el nihilismo definitivo y nos preparamos para una repetición insensata de todas las formas de nuestra cultura en espera de un nuevo acontecimiento imprevisible —¿pero de dónde podría venir?—; o bien hay por lo menos un arte de la simulación, una cualidad irónica que resucita cada vez las apariencias del mundo para destruirlas. De otra forma, el arte no haría más que encarnar su propio cadáver. Hace falta que cada imagen rete a la realidad del mundo, hace falta que en la imagen alguna cosa desaparezca, pero no hace falta ceder a la tentación del vaciamiento, de la entropía definitiva, hace falta que la desaparición siga viva: ahí está, para Baudrillard, el secreto del arte y de la seducción.

Baudrillard, en sus consideraciones desplaza la categoría de la seducción, a la de producción. El mundo no parece ya unido por encadenamientos productivos, sino por procesos de seducción. Es la desaparición tanto de lo real como del mundo de las finalidades objetivables de la producción.

4. Ver y ser vistos, de la frivolidad a los juegos de seducción

Vivimos en un universo frío, la calidez seductora, la pasión de un mundo encantado es sustituida por el éxtasis de las imágenes, por la pornografía de la información, por la frialdad obscena de un mundo desencantado (Vásquez Rocca 2011a). Ya no por el drama de la alienación, sino por la hipertrofia de la comunicación que, paradójicamente, acaba con toda mirada o, como dirá Baudrillard, con toda imagen (1987) y, por cierto, con todo reconocimiento.

Esa visión del mundo y su lectura de los acontecimientos en tiempo real es algo que se va a extrañar. Porque la realidad está hoy envasada al vacío, busca ser preservada a largo plazo, y de este modo ha desaparecido el oxígeno que

permitía su combustión. El pensamiento de Baudrillard funcionaba como una bocanada de ilusión que regeneraba esa combustión.³

Para Baudrillard la peor de las alienaciones no es ser despojado por el otro, sino estar despojado *del otro*; es tener que producir al otro en su ausencia y, por lo tanto, enviarlo a uno mismo. Si en la actualidad estamos condenados a nuestra imagen, no es a causa de la alienación, sino de su fin, es decir, de la virtual desaparición del otro, que es una fatalidad mucho peor.

Ver y ser vistos, esa parece ser la consigna en el juego translúcido de la frivolidad. El así llamado momento del espejo, precisamente, es el resultado del desdoblamiento de la mirada, y de la simultánea conciencia de ver y ser visto, ser sujeto de la mirada de otro (Baudrillard 1987), y tratar de anticipar la mirada ajena en el espejo, ajustarse para el encuentro. La mirada, la sensibilidad visual dirigida, se construye desde esta autoconciencia corpórea, y de ella, a la vez, surge el arte, la imagen que intenta traducir esta experiencia sensorial y apelar a la sensibilidad en su receptor.

No existe ya la posibilidad de una mirada, de una mirada de aquello que suscita la mirada, porque, en todos los sentidos del término, aquello *otro* ha dejado de mirarnos. El mundo ya no nos piensa, *Tokio ya no nos quiere* (Loriga 1999). Si ya no nos mira, nos deja completamente indiferentes. De igual forma el arte se ha vuelto por completo indiferente a sí mismo en cuanto pintura, en cuanto creación, en cuanto ilusión más poderosa que lo real. No cree en su propia ilusión, y cae irremediamente en el absurdo de la simulación de sí mismo.

Baudrillard intuye la evolución de fin de milenio como una anticipación desesperada y nostálgica de los efectos de desrealización producidos por las tecnologías de comunicación. Anticipa el despliegue progresivo de un mundo en el que toda posibilidad de imaginar ha sido abolida. El feroz dominio integral del imaginario sofoca, absorbe, anula la fuerza de imaginación singular.

Baudrillard localiza precisamente en el exceso expresivo, el núcleo esencial de la sobredosis de realidad. Ya no son la ilusión, el sueño, la locura, la droga ni el artificio los depredadores naturales de la realidad. Todos ellos han perdido gran parte de su energía, como si hubieran sido golpeados por una enfermedad incurable y solapada (1993). Lo que anula y absorbe la ficción no es la verdad, así como tampoco lo que deroga el espectáculo es la intimidad; aquello que

3 Cfr. Valiente Noailles Enrique, «Jean Baudrillard o el encanto del lenguaje», *La Nación*, 11 de marzo de 2007.

fagocita la realidad no es otra cosa que la simulación, la cual secreta el mundo real como producto suyo.

Baudrillard, exhausto de la esperanza del fin, certifica que el mundo ha incorporado su propia inconclusibilidad. La eternidad inextinguible del código generativo, la insuperabilidad del dispositivo de la réplica automática, la metáfora viral (Vásquez Rocca 2010b). La extinción de la lógica histórica ha dejado el sitio a la logística del simulacro y ésta es, según parece, interminable.

En una entrevista publicada en *Le Monde*, a Baudrillard se le preguntó qué quería decir al describirse como un autor «metaléptico y viral». Sin pensarlo demasiado respondió:

Metaleptico es tomar el efecto por la causa, invertir o romper el desarrollo racional de las cosas. Viral es un poco lo mismo: ya no hay causalidad, lo que hay es un enredo de conexiones. Esto corresponde un poco a la idea que me hacía de un pensamiento radical que ya no es crítico y racional pero que desestabiliza el juicio y la escritura. Se trata a la vez de un deseo, de un sueño, y casi de una estrategia sistemática de inversión de las cosas o de prolongación al infinito de las concatenaciones hasta la catástrofe, por lo menos virtual.⁴

5. Seducción y pornografía: el mundo sin coartada dramática

El desafío de la diferencia, que constituye al sujeto especularmente, siempre a partir de un otro que nos seduce o al que seducimos, al que miramos y por el que somos vistos, hace que el solitario voyerista ocupe el lugar del antiguo seductor apasionado. Somos, en este sentido, *ser para otros* y no sólo por la teatralidad propia de la vida social, sino porque la mirada del otro nos constituye, en ella y por ella nos reconocemos. La constitución de nuestra identidad tiene lugar desde la alteridad, desde la mirada del otro que me objetiva, que me convierte en espectáculo. Ante él estoy en escena, experimentando las tortuosas exigencias de la teatralidad de la vida social. Lo característico de la frivolidad es la ausencia de esencia, de peso, de centralidad en toda la realidad, y por tanto, la reducción de todo lo real a mera apariencia (Vásquez Rocca 2007).

⁴ Cfr. «Viral et mételeptique», entretien Pierre Boncenne, *Le Monde de l'Éducation*, 274, octubre de 1999: 14-20 [la traducción es propia].

Disney existe para ocultar qué es el país «real», toda la América del Norte «real», una Disneylandia (al modo como las prisiones existen para ocultar la «lacra» que es todo lo social en su banal omnipresencia, reduciéndolo a lo estrictamente carcelario). Disneylandia es presentada como imaginaria con la finalidad de hacer creer que el resto es real, mientras que cuanto la rodea, Los Ángeles, Norteamérica entera, no es ya real, sino perteneciente al orden de lo hiperreal y de la simulación. No se trata de una interpretación falsa de la realidad (como la ideología), sino de ocultar que la realidad ya no es la realidad y, por tanto, de salvar el principio de realidad (Baudrillard 1981).

Maís allá de la «sociedad del espectáculo»⁵ y «el imperio de lo efímero» se instala la «norma de consumo» en el plano de las necesidades sociales, también gobernadas por dos mercancías básicas: la vivienda estandarizada, lugar privilegiado de consumo, y el automóvil como medio de transporte compatible con la separación entre el hogar y el sitio de trabajo. Ambas mercancías —y en especial, desde luego, el automóvil— fueron sometidas a la producción masiva y la adquisición de ambas exige una «amplia socialización de las finanzas» bajo la forma de nuevas o ampliadas facilidades de crédito (compra a plazos, créditos, hipotecas, etc.). Más aún, las dos mercancías básicas del proceso de consumo masivo, crearon complementariedades (crédito hipotecario y automotriz) que producen una gigantesca expansión de

5 Existen dos intentos recientes de utilizar el concepto de fetichismo de la mercancía para explicar la cultura capitalista del siglo XX. Uno de ellos es, desde luego, la crítica a la «industria de la cultura» elaborada por Horkheimer y Adorno en *Dialéctica de la Ilustración*, y el segundo es el análisis desarrollado por Guy Debord y otros miembros del movimiento situacionista en los años sesenta. Parodiando la frase con que se inicia *El capital*, Debord afirma que «toda la vida de las sociedades donde reinan las condiciones modernas de producción se anuncia como una acumulación inmensa de espectáculos», y agrega que el espectáculo «en todas sus formas específicas, como información o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenimiento», debe ser visto como «una relación social entre las personas mediada por imágenes». Como tal, la «sociedad del espectáculo» es «la realización absoluta» del «principio del fetichismo de la mercancía» (Debord 1967:50). Si bien Baudrillard admite la influencia de los situacionistas, rechaza sin tapujos sus ideas: «No vivimos ya la sociedad del espectáculo... como tampoco los tipos específicos de alienación y represión que ésta conlleva». Podemos presumir que ello se debe a que conceptos como los de alienación y represión presuponen la existencia de algo alienado o reprimido. Debord afirma decididamente que la sociedad del espectáculo implica una forma distorsionada de relación social, habla de «la praxis social global escindida entre realidad e imagen» y dice que «dentro de un mundo puesto realmente de cabeza, lo verdadero es el movimiento de lo falso». Todo lo anterior es rechazado de plano por Baudrillard, para quien realidad e imagen, falso y verdadero, se confunden de manera endémica en el mundo hiperreal de la simulación.

las mercancías, apoyada por una diversificación sistemática de los valores de uso (Vásquez Rocca 2011a). El individuo se ve obligado a elegir permanentemente, a tomar la iniciativa, a informarse, a probarse, a permanecer joven, a deliberar acerca de los actos más sencillos: qué automóvil comprar, qué película ver, qué libro leer, qué régimen o terapia seguir. El consumo obliga a hacerse cargo de sí mismo, nos hace «responsables», se trata así de un sistema de participación ineludible (Lipovetsky 1983:7, 14).

La moda ha contribuido también a la construcción del paraíso del capitalismo hegemónico. Sin duda, capitalismo y moda se retroalimentan (Vásquez Rocca 2005b). Ambos son el motor del deseo que se expresa y satisface consumiendo; ambos ponen en acción emociones y pasiones muy particulares, como la atracción por el lujo, por el exceso y la seducción. Ninguno de los dos conoce el reposo, avanzan según un movimiento cíclico no-racional, que no supone un progreso. En palabras de Baudrillard: «No hay un progreso continuo en esos ámbitos: la moda es arbitraria, pasajera, cíclica y no añade nada a las cualidades intrínsecas del individuo» (1998:100). Del mismo modo para él, el consumo es un proceso social no racional. La voluntad se ejerce —está casi obligada a ejercerse— solamente en forma de deseo, clausurando otras dimensiones que abocan al reposo, como son la creación, la aceptación y la contemplación. Tanto la moda como el capitalismo producen un ser humano excitado, aspecto característico del diseño de la personalidad en la sociedad del espectáculo.

La sociedad de consumo supone la programación de lo cotidiano; manipula y determina la vida individual y social en todos sus intersticios; todo se transforma en artificio ilusión al servicio del imaginario capitalista y de los intereses de las clases dominantes. El imperio de la seducción y de la obsolescencia; el sistema fetichista de la apariencia y alienación generalizada (Debord 1967 (1999):51 y ss).

Nuestra soledad demanda un espejo simbólico en el que poder reencontrar a los otros desde nuestro interior. Buscamos en el espejo la unidad de una imagen a la que sólo llevamos nuestra fragmentación.

Con estupor tomamos las últimas fotografías posibles, un patético modo de certificar la experiencia o de convertirla en colección. Pareciera que la fotografía quiere jugar este juego vertiginoso, liberar a lo real de su principio de realidad, liberar al otro del principio de identidad y arrojarlo a la extrañeza. Más allá de la semejanza y de la significación forzada, más allá del «momento

Kodak», la reversibilidad es esta oscilación entre la identidad y el extrañamiento que abre el espacio de la ilusión estética, la des-realización del mundo, su provisional puesta entre paréntesis.

Los rostros del otro, rostros distantes a pesar de su cercanía, ausentes a pesar de su presencia, los miramos sin que ellos nos devuelvan la mirada. La alteridad no es más que un espectro, fascinados contemplamos el espectáculo de su ausencia.

La seducción es un desafío, una estrategia que siempre tiende a desconcertar a alguien respecto a su identidad, al sentido que puede adoptar para él. Las apariencias pertenecen a la esfera de la seducción, mucho más allá de las apariencias físicas y el intercambio entre los sexos. La seducción a la que Baudrillard se refiere es «al dominio simbólico de las formas» (Baudrillard 2000b (2002):32) y no al dominio material a través de la estratagema.

La hipertrofia de la comunicación, paradójicamente, acaba con toda mirada o, como dirá Baudrillard, con toda imagen (1987) y, por cierto, con todo reconocimiento. El mundo se disfraza.

Baudrillard sostenía que los medios masivos de comunicación y la sociedad del espectáculo han generado una desmaterialización de la realidad, focalizando la mirada posmoderna hacia el mundo de las pantallas, lo que convierte a la comunicación en un fin en sí misma y en la medida absoluta de interpretación de los sucesos.

Nuestro mundo moderno es publicitario en esencia. Tanto así que se podría decir que ha sido inventado nada más que para hacer publicidad en otro mundo. No hace falta creer que la publicidad haya venido después de la mercancía: hay, en el corazón de la mercancía (y por extensión en el corazón de todo nuestro universo de signos) un genio maligno publicitario, un embustero que ha integrado la bufonería de la mercancía y su puesta en escena. Un escenógrafo genial (quizás el Capital mismo) ha dirigido al mundo hacia una fantasmagoría de la que todos somos por fin víctimas fascinadas (Baudrillard 1997e).

La tarea del Occidente moderno ha sido la mercantilización del mundo, entregarlo todo al destino de la mercancía, su puesta en escena cosmopolita, su puesta en imágenes, su organización semiológica (Baudrillard 1990 (2001):22). Lo que hoy se presencia más allá del materialismo mercantil es una *semiurgia* de todas las cosas a través de la publicidad, los media y las

imágenes. Incluso lo banal se estetiza y museifica. Todo se dice, se expone, se expresa, todo adquiere fuerza de extroversión y deviene signo. El sistema funciona menos gracias a la plusvalía de la mercancía, que a la plusvalía estética del signo (*Ibíd.*).

Baudrillard, da por muerta la lógica de la producción (la teoría de Marx, en *El Capital*). Pero no es el logos de la «reproducción», lo que sustituirá a la vieja lógica de la «producción». Sino un nuevo (a la vez que siempre antiguo) logos-reproductivo-de-señales y no de objetos. Nuevo logos que se ha ido apoderando del mundo. El logos de la reproducción de las «señales», no es como la reproducción-de-objetos (mera producción industrial).

Son las «señales» en lugar de los «objetos», los que se producirán y reproducirán ahora: una *semiurgia* universal, que actuará al margen de la lógica marxista y al margen de la Economía política.

La *semiurgia* de la moda se opone a la funcionalidad de la esfera económica. A la ética de la producción, se opone la estética de la manipulación, de la duplicación y de la convergencia en el único espejo del modelo: sin contenido. La moda se convierte en el espectáculo que los hombres se dan a sí mismos de hacer significar lo insignificante.

El mundo del simulacro, como simulación de tercer orden (capital-a-préstamo) y de cuarto orden (titulización-de-deuda), muestra este mundo informacional y comunicacional, en el que el Capital también ha adoptado su funcionamiento. Del mismo modo que la sociedad, ya no se organiza en torno al trabajo (en las fábricas), sino en torno a la Información: en la *Tweeter*, Facebook (Vásquez Rocca 2012) *World Wide Web*, etc.

La matriz de lo urbano ya no es la de la realización de una fuerza (la fuerza de trabajo), sino la de la realización de una diferencia (la operación del signo). La metalurgia se ha convertido en semiurgia (Baudrillard 1976 (1980):91).

Si el Capital ya no es producción de objetos, sino de informaciones o señales, entonces el Capital funciona como un mensaje: emisión de señales-deuda, mercados bursátiles de señales-índices, títulos de deuda como puras señales-sin-producción. Palabra-control como llave de paso que permite el acceso del sujeto al sistema cibernético de los cajeros y de la financiación, etc. Código

puro de señales, código genético del capital, código semiótico del mensaje cifrado.

Con la producción ha habido pues una orgía de lo real y de su crecimiento. Se han recorrido todos los caminos de la producción y de la superproducción de objetos, de signos, de mensajes, de ideologías y placeres. Hoy todo está liberado y las cosas quieren manifestarse. Los objetos técnicos, industriales, mediáticos, todos los artefactos quieren significar, ser vistos, ser leídos, ser registrados, ser fotografiados de manera obscena.

Baudrillard supo desafiar las formas de lo inhumano en el mundo contemporáneo: la abstracción del capital, la ironía de la moda, la ritualidad del terrorismo, la obscenidad de la información, temas que más que suscribir un programa filosófico convocan un imaginario y dan cuenta de un particular estado de ánimo, el de la posmodernidad. De allí que la literatura del futuro esté mucho más cerca de las obras de Baudrillard, que de las novelas de ciencia ficción que actualmente infestan el mercado. Los libros de Baudrillard también pueden ser leídos como indagaciones detectivescas que en cierta forma pueden recordar las ironías de *Alphaville* de Godard, como una literatura que narra y piensa, que abarca los fenómenos despojados definitivamente de una coartada dramática. ■

REFERENCIAS

BAUDRILLARD Jean

- 1972 *Pour une critique de l'économie politique du signe*, París: Gallimard.
- 1976 *L'Échange symbolique et la mort*, Paris: Gallimard; (tr. esp.: *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas: Monte Ávila Editores, 1980).
- 1981 *Simulacres et simulation*, París: Galilée.
- 1983 *Les Stratégies fatales*, París: Grasset.
- 1987 *L'Autre par lui-même*, París: Galilée; (tr. esp.: *El otro por sí mismo*, Barcelona: Anagrama, 1994).
- 1990 *La Transparence du mal*, París: Galilée; (tr. esp.: *La transparencia del mal*, Barcelona: Anagrama, 2001).
- 1991 *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Paris: Galilée; (tr. esp.: *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Barcelona: Anagrama, 1991).
- (1993) *Cultura y simulacro*, Barcelona: Kairós.

- 1995 *Le crime parfait*, París: Galilée; (tr. esp.: *El crimen perfecto*, Barcelona: Anagrama, 2000₃).
- 1997a *La ilusión y la desilusión estética*, Caracas: Monte Ávila Editores.
- 1997b *Illusion, désillusion esthétique*, París: Sens & Tonka;
- 1997c *Amérique*, París: Grasset.
- 1997d *Le Complot de l'art, Illusion et désillusion esthétiques*, París: Sens & Tonka; (tr. esp.: *El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas*. Madrid: Amorrortu, 2006).
- 1997e "Duelo", *Fractal*, 7: 91-110.
- 1998 *The Consumer Society*, London: SAGE Publication.
- 2000a *The Vital Illusion*, New York: Columbia University Press; (tr. esp.: *La ilusión vital*, Madrid: Siglo XXI, 2002).
- 2000b *Mots de passé*, París: Pauvert; (tr. esp.: *Contraseñas*, Barcelona: Anagrama, 2002).
- DANTO Arthur C.,
 - 1995 "El final del arte", *El Paseante*, 22-23:28-55.
 - 1997 *After the End of Art*, Princeton NJ: Princeton University Press; (tr. esp.: *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia*, Barcelona: Paidós, 2000).
 - 2003 *The Abuse of Beauty*, Chicago & LaSalle: Open Court; (tr. esp.: *El abuso de la belleza*, Barcelona: Paidós, 2005).
- DEBORD Guy
 - 1967 *La société du spectacle*, París: Buchet Castel; (tr. esp.: *La sociedad del espectáculo*, Valencia: Pre-Textos, 1999).
- GADAMER Hans-George
 - (1990) "¿El fin del arte?", en *La herencia de Europa*, Barcelona: Península, p. 65-84.
- LIPOVETSKY Gilles
 - 1983 *L'Ere du vide*, París: Gallimard.
- LORIGA Ray
 - 1999 *Tokio ya no nos quiere*, Barcelona: Plaza & Janes.
- VÁSQUEZ ROCCA Adolfo
 - 2005a "La crisis de las Vanguardias artísticas y el debate modernidad postmodernidad", *Arte, Individuo y Sociedad* [en línea], 17: 133-154 [citado 28 de marzo de 2015], disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/ARIS0505110135A> ISSN 1131-5598
 - 2005b "La moda en la posmodernidad. Deconstrucción del fenómeno 'fashion'", *Nómadas* [en línea], 11:169-176 [citado 28 de marzo de 2015], disponible en:
<http://www.ucm.es/info/nomadas/11/avrocca2.htm> ISSN 1578-6730
 - 2007 "Baudrillard; de la metástasis de la imagen a la incautación de lo real", *Eikasía Revista de Filosofía* [en línea] II, 11: 53-59, [citado 28 de marzo de 2015], disponible en: <http://www.revistadefilosofia.com/11-02.pdf> ISSN 1885-5679
 - 2010a "Raúl Ruiz: ontología de lo fantástico. Territorios, políticas estéticas y polisemia visual", *Aisthesis* [en línea], 48:31-47 [citado 28 de marzo de 2015], disponible en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-71812010000200003&script=sci_arttext ISSN 0718-7181.
 - 2010b "William Burroughs: Literatura ectoplasmoide y mutaciones antropológicas. Del virus del lenguaje a la psicotopografía del texto", *Nómadas* [en línea], 26, II: 251-

- 265, [citado 28 de marzo de 2015], disponible en:
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/26/avrocca2.pdf> ISSN 1578-6730
- 2011 a "Baudrillard; Cultura, simulacro y régimen de mortandad en el Sistema de los Objetos", *Cuaderno de Materiales* [en línea], 23:705-714, [citado 28 de marzo de 2015], disponible en: <http://www.filosofia.net/materiales/pdf23/CDM45.pdf> ISSN: 1139-4382.
- 2011b "La Posmodernidad. Nuevo régimen de verdad, violencia metafísica y fin de los metarrelatos", en *Nómadas* [en línea] 29, I: 285-300 [citado 28 de marzo de 2015], disponible en: <http://www.ucm.es/info/nomadas/29/avrocca.pdf> ISSN 1578-6730
- 2012 "Facebook; del desprecio de las masas a la 'sabiduría de las multitudes'", *Revista Almiar* [en línea], 66 [citado 28 de marzo de 2015], disponible en:
<http://www.margencero.com/almiar/facebook-desprecio-masas/> ISSN: 1696-4807.
- 2013 "Arte Conceptual y Posconceptual. La idea como arte: Duchamp, Beuys, Cage y Fluxus", *Nómadas* [en línea], 37:100-130 [citado 28 de marzo de 2015], disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/37/adolfovrocca.pdf> ISSN 1578-6730.