

Ética

La ética como una estética de la existencia

Rafael Gómez Pardo
Licenciado en Filosofía
Magíster en Filosofía

.....
Lo estético sería muy fácil de obviar si se redujera a lo artístico, es decir, a obras. Afortunadamente es mucho más de lo que se piensa, y menos de lo que se espera.
.....

Resumen

Todas las posibilidades de felicidad y placer, según lo pregona la estética del consumo, tienen que ver con objetos. Mientras la sociedad de consumo enseña que hay que gozar de la vida, coloca fuera del individuo lo que condiciona ese goce. Para saltar ese abismo somos adiestrados cuidadosamente. Pero, ¿realmente la vida del hombre contemporáneo, del gran consumista, es placentera? ¿Puede haber una estética que implique una ética en la que la existencia supere el condicionamiento constante al que el hombre está sometido en la sociedad del consumo? En efecto, si consideramos la estética no como un asunto del artista o del especialista, sino como el cultivo de la sensibilidad humana y sus posibilidades de goce, entonces la ética es el resultado de una vida estética, de una vida contemplativa. El hombre es un contemplador, un hacedor de imágenes, porque sólo así se libera de ellas, y de sí mismo. El trabajo de esculpir las es el esfuerzo de la liberación de sus cadenas. El camino de una vida contemplativa deja imágenes a su paso.

Preguntémosnos: ¿Qué ha sido tradicionalmente lo estético en la cultura moderna, durante los siglos XIX y XX? Ha sido un espacio de la cultura, donde acontece el arte, y el artista recibe su estatuto de subjetividad excepcional y creadora. Esta respuesta parece ser muy simple y, sin embargo, nos dice mucho: quiere decir que "lo estético" no es el ámbito de la cultura, en el cual se despliega, sino sólo es un espacio de ella, un lugar previamente demarcado por prácticas sociales, rituales que se han sedimentado luego de largas tradiciones, en espacios como exposiciones y otros por el estilo. Y quiere decir que lo estético ha subsistido como institución en la medida en que la cultura, en su conjunto, no se desarrolla deliberadamente en una dimensión estética¹. Y en efecto, hay algo degradante en la cultura occidental: siempre que hablamos de "estética" creemos que estamos hablando de cosas llamadas "obras de arte". Sin embargo, sólo hasta el siglo XIX se identificó y se redujo lo estético a lo "artístico". Y no obstante, hoy se considera un desacierto que en asuntos de arte se difundan posiciones estéticas. Se dice que el arte no se interesa por el esteticismo: como quien dice, el arte ya no pretende halagar una noción vulgar o no del gusto.

Estos equívocos son los que la oscura historia del arte² nos lleva a pensar de manera oscura también sobre lo estético. La época moderna ha logrado identificar lo estético como el lugar del arte, en tanto que es la época de la representación, de la "imagen del mundo"³. Lo estético sería muy fácil de obviar si se redujera a lo artístico, es decir, a obras. Afortunadamente es mucho más de lo que se piensa, y menos de

lo que se espera. Para los griegos, por ejemplo, lo estético era, podríamos decir, la forma general de su existencia. Existía un ideal o sensibilidad de lo estético que no se diluía en lo que hoy llamamos "obras de arte". Como ideal, formaba parte de lo cotidiano, del saber, de la manera de entender la polis y la política, las relaciones entre los hombres y la naturaleza, la música y la filosofía. Tal ideal se expresaba en una palabra poderosa: armonía. En toda obra se hacía patente el orden, la jerarquía, y si se quiere, cierta "discriminación". Por ejemplo, no todos los hombres podían ser ciudadanos, y no todos los elementos de un templo tenían el mismo valor. Hoy, si nos comparamos con los griegos, tenemos que decir que el relativismo total que reina en torno al valor del arte, a tenor de la creciente democratización de los cánones, nos ha arrojado a la exaltación de la trivialidad: cualquier cosa puede ser obra de arte, cualquier hombre es artista. Pero esto tiene un aspecto interesante, y más adelante merece una especial consideración.

Volviendo al tema, decíamos que hoy no tenemos propiamente, en el sentido griego, una sensibilidad estética, y la estética artística, ya en crisis, es un discurso sin el poder de congregarse a una comunidad a formas de sentir que tengan el poder de vincular al hombre con un sentido de pertenencia sagrado. El arte, que en el mundo griego y en la Edad Media estaba vinculado a los intereses de la sociedad, ya no tiene una significación similar. Esta pérdida de significación social es lo que Hegel llamó la "muerte del arte", esto es, la secularización del arte. El artista de hoy sólo encuentra un rol como vendedor de su obra y no interviene estéticamente en la sociedad⁴, salvo en aquellas

¹ En el mercado, por ejemplo, lo estético es un medio, no un fin.

² No hay, en rigor, una historia del arte universal, pues a este significante no se le puede atribuir un sólo significado. Y una historia de los avatares de un significante no es sino la historia de una palabra. Véase al respecto: Gombrich, Ernst: «La importancia de la tradición». En: *Lo que nos dice la imagen*. Santafé de Bogotá, Norma, 1993.

³ Véase Heidegger, Martín: «La época de la imagen del mundo», en: *Sendas perdidas*.

⁴ A diferencia del artista, la estética del consumo interviene y modifica, a través de la moda, los usos y las costumbres.

ocasiones en las que una estética de vanguardia, por ejemplo, influye en la arquitectura o en la moda, como sucedió con el Surrealismo. Y aun en este caso, el Surrealismo tuvo que pactar con los poderes del mercado, llevando al ridículo los supuestos de su estética (Dalí). Por ende, no es raro que la sociedad (la mayoría de los que visitan una exposición) no entienda lo que hace el artista⁵. A esto se agrega que, por otro lado, la ciencia, la ética y la política, con las demás prácticas sociales, no se hayan pensado desde un proyecto "estético", vinculándose a fines que trasciendan la mera reproducción irracional de la sociedad capitalista.

Pero con tal concepto de estética no estamos haciendo referencia a un paradigma estético, a una teoría de la sensibilidad, a una "obra de arte", sino a un modo de vida gozosa o no, a una particular sensibilidad del placer y de lo no placentero, que domina una época, se sedimenta en lo cotidiano y sólo excepcionalmente llega a ser pensada por quienes la experimentan. Toda cultura se puede entender como el cultivo de una determinada sensibilidad. A partir de unos dispositivos ésta se administra, se difunde, y se nos educa en ella. La publicidad, hoy es la encargada de hacer tanta alharaca en torno al ideal de la sociedad de consumo: tiene el poder de distribuir sobre los hombres esa mirada, esa lectura ante la cual la gran masa de hombres es sensible. El ideal de vida como bienestar y obtención de objetos se hace patente. Por ello la pregunta, ¿a qué somos hoy sensibles?, es la pregunta que debemos formular y responder tratándose de estética no artística, sino de estética en general, que es, en nuestra sociedad, la estética del consumo. En este sentido, la estética no es una reflexión que se reduce al arte, y ni siquiera es una reflexión sobre la sensibilidad en general. Es la respuesta a una pregunta compleja: ¿a qué es,

en general, sensible una colectividad o una cultura en un momento dado de su historia? ¿Cómo es capaz de crear un texto visual, una expectativa y una mirada, una combinatoria o una sintaxis, que aún sin pensarla, distribuye, organiza y configura sus posibilidades de gozo?

Esto es fácil de corroborar si lo relacionamos con el modo de vida moderno, fundamentado esencialmente en la idea de progreso como cambio. Sirvámonos del siguiente ejemplo: Dos antiguos amigos se encuentran. Desde hace varios años no se ven. El destino que los ha separado los llevó por diferentes caminos. Cuando se hallan frente a frente, ¿qué preguntas se hacen?, ¿cuál es su contenido semántico? ¿Qué mirada sostiene esos contenidos? En la mirada del otro ya se da de manera prerreflexiva una estricta contabilidad de la calidad estética de la vida de alguien según su capacidad de consumo, mirada que se despliega en todas direcciones, aunque, previamente, se ha desplegado sobre sí mismo. Por ello las preguntas están cargadas de una previsión en torno al ideal del consumo, que implica a su vez el cambio. ¿Cómo le va? ¿Dónde vive? ¿Qué ha hecho? ¿Dónde trabaja? ¿Tiene carro o no? ¿Está casado? En estas preguntas ese contenido latente se desplaza, porque son los ojos con los que se le ha mirado y ahora mira desde ella. Es difícil vencer la tentación de calcular en este sentido, de prever los cálculos que el otro hace para ganarse su pequeña ración de paraíso en el consumo. ¿Qué imagen nos haríamos si uno de los dos responde que no se ha casado, que vive en el mismo sitio y que no tiene carro? Ésa es la imagen que, según la estética del consumo, no debemos provocar, es su noción de fealdad: la del no cambio, el no progreso, en suma, una imagen poco moderna. El hombre en cuestión podría sentirse molesto ante el hecho de corroborar con sus palabras, al escucharlas de sí

⁵ Véase GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*.

mismo, que nada exterior en su vida ha cambiado, pues todo sigue igual. Por el contrario, el otro, acaso ávido por demostrar su "superioridad", puede hablar de largos viajes a Europa, del apartamento que acaba de comprar, de su nuevo trabajo y del carro que le aguarda en el parqueadero. Y a medida que lo dice, siente la revancha que ha obtenido sobre su amigo y el orgullo fatuo lo sobrecoge (primera trampa: entra en escena la adulación de la sociedad de consumo). Este hombre, si es afortunado, con ese concepto mundano de la fortuna, vive en un sitio más costoso con lo cual ha ascendido de estatus: para mantenerse en él, para frecuentar el círculo de amigos que pertenecen a ese nuevo estatus, debe ganar más dinero que antes. Ya no puede comprar una biblioteca de madera rústica o un carro barato. Automáticamente, su viejo amigo puede quedar imposibilitado de entrar en ese círculo (a no ser que pierda el pudor, en el que también se lo educa), donde la conversación, por lo demás, gira en torno a lo que comparten, es decir, las últimas adquisiciones, los modelos de autos de ese año, los costos de la educación de los hijos, y cosas por el estilo. Se plantea aquí un problema estético, de consumo y estatus social, que rige la comunicación de gran cantidad de hombres y determina sus expectativas y búsquedas cotidianas. ¿A qué somos tan obedientes? Y, ¿por qué, de esa manera, nos creemos libres? Hay una gran sensibilidad en el hombre común en lo que se refiere a leer los indicios gracias a los cuales se logra detectar en qué "posibilidades estéticas" se encuentra alguien. Las preguntas, en efecto, que se hacen los dos amigos, no giran en torno a cómo se experimenta algo, a las múltiples posibilidades de disfrutar algo que se ha conservado durante mucho tiempo, sino a qué se tiene, qué nuevos placeres consume, y qué radio de acción ha logrado conquistar en el mundo. Son preguntas impersonales, aunque una falsa prudencia las haga aparecer como personales. Y en efecto, muchos hombres re-

primen el deseo de preguntarle a otro cuánto gana, porque creen que es algo personal. Lo personal es entonces el culto a la personalidad que consume más y más rápido, que cambia constantemente de computador, se actualiza y viaja. Es una vida de alta calidad estética, esto es, una vida gozosa. Y en efecto, negar la existencia de una dimensión "gozosa" en la vida del hombre actual es desconocer los aparatos creados por la industria, prótesis del cuerpo para suministrar placer a los sentidos, propios de nuestro tiempo; es desconocer que la sociedad de consumo utiliza como primera premisa para la venta de un producto la sobreestimulación con imágenes y sonidos placenteros; es desconocer la existencia de los gimnasios, saunas, objetos exóticos de todo tipo, música, a los cuales se tiene acceso con algo de dinero; es desconocer el placer de volar, de conducir, de planear las cosas por anticipado, de escapar de un mal clima o de salir de vacaciones, de lucir joven y hermoso gracias a ciertos productos.

El gran artista es el "esteta" que sabe gozar de todo ello. En este punto podríamos arriesgar algunas hipótesis de trabajo: allí donde lo estético se administra desde un paradigma artístico (vanguardias, por ejemplo), desde un discurso, no acontece como vivencia de las subjetividades, ni como dimensión en la que se vinculan un conjunto de técnicas de la cultura a una finalidad, si se quiere, emancipadora, sagrada o "estética". Por el contrario, donde lo estético no se administra como un discurso marginal de los elegidos, sino fundamentalmente como una praxis social, cotidiana (que incluye su discurso tácito), como una relación, y en concreto, en el ámbito del consumo, es en donde se erigen las posibilidades estéticas reales. Esto quiere decir, que la sociedad del consumo le ha ganado al arte la capacidad de intervenir y administrar una estética (como se da en la moda, lo cual no quiere decir que tal estética se reduzca a una moda) en la cultura, le ha ganado en el empeño de fomentar el cultivo de una

determinada sensibilidad y una valoración. Incluso el arte contemporáneo está preso de los hilos complejos del consumo.

En efecto, hay una "estética del consumo" con sus mandamientos tácitos o explícitos, su moral y reglas de juego (sin críticos de arte en cuestiones de estética, salvo los economistas) pero más efectiva a nivel global que cualquiera de las estéticas de vanguardia. Sin embargo, no hay una estética en el sentido superior del término. Para detenernos en esta paradoja necesitamos aclarar en qué sentido se hablará aquí de una sociedad del consumo y de una estética del consumo.

1. Sociedad y estética del consumo

La llamada "sociedad de consumo" no es algo que se encuentre allá, en la pantalla del televisor, en el supermercado, anunciando productos. No es la publicidad. Somos todos nosotros: formamos parte activa de ella en tanto que consumidores, y representamos en nuestro comportamiento un ideal de vida, que se hace patente en nuestra sensibilidad ante el otro. Una vez nos encontramos con él, lo sometemos a ese juicio implacable desde el ideal estético del consumo.

Pero ideales de vida han existido en todas las épocas. Si alguna vez fue importante conocerse a sí mismo, y en otro tiempo la exigencia de una sociedad se desplazó al ideal de salvar el alma, hoy reina una máxima que

parece grotesca y vulgar: "hay que gozar de la vida, y el modo de gozar es consumir". Si se venden obras de arte, si se compran o se escriben libros, si conseguimos acciones en la bolsa de valores, si alquilamos un apartamento, si estudiamos una carrera, en la mayoría de los casos todo está dispuesto previamente para ocupar algún día ese dispositivo de conformidad saciada, sin preguntas ni problemas, con sus pequeños placeres. Para ello, normalmente tenemos que habérnosla con cosas, con técnicas, y cuando las poseemos, parece despertarse en el fondo de esa satisfacción cierta intranquilidad que, trasformada por el ruido del medio, del mercadeo y de la publicidad bulliciosa, se trueca en ansiedad por obtener más cosas, más comodidades, avidez por una seguridad mayor, paraíso prometido que hace posible que crucemos tantos desiertos inhóspitos: los del trabajo monótono y estéril. Por todas partes vemos a la gente ocupada, agitada por las cosas, el trabajo, asegurando un pequeño bienestar diario. Y en efecto, ¿quién puede negar que la vida de hoy es más placentera que en la llamada "época primitiva", y por ello, más estética? Según lo hemos interpretado, el mundo, lo mundano, es precisamente "lo placentero", aquello por lo cual hay que pagar un precio. Hay que saber encontrar ese gozo. ¿Cómo se encuentra? ¿De qué manera acontece allí el gozo? ¿Cuales son estos mandamientos? ¿Cómo caracterizarlos?

.....
La sociedad del consumo le ha ganado al arte la capacidad de intervenir y administrar una estética (como se da en la moda, lo cual no quiere decir que tal estética se reduzca a una moda) en la cultura, le ha ganado en el empeño de fomentar el cultivo de una determinada sensibilidad y una valoración. Incluso el arte contemporáneo está preso de los hilos complejos del consumo.
.....

En la escuela y de manera implícita en las actitudes ínfimas, se nos adiestra en todas las posibilidades de placer, asimilando ese imaginario del consumo atiborrado de objetos. Los aumentativos forman parte de esa letanía: se precisa, ante la insensibilidad generada por los propios medios, que estimulan sistemáticamente al individuo, de la sobreexcitación. Tenemos un concepto cuantitativo de la felicidad: hamburguesa y malteada doble, superhamburguesa. Lo mismo con el concepto de 'hombre': hombros anchos, músculos firmes y grandes, grandes propiedades, etcétera. Se crea entonces una sociedad obesa, en el que la vulgaridad, esto es, la pérdida de toda noción de equilibrio y "armonía", se hace patente como democratización de la existencia y nivelación de todo canon. Hay que darse gusto, se dice continuamente. ¿Para qué esforzarse? Todo se puede y todos pueden todo, con tal de acceder al consumo. La ideología del consumo, acompañada de las ideas de libertad individual, nos constriñe a gozar de lo que compramos, porque lo hacemos para gozar. La estructura de la sociedad productiva enseña esta lección a diario, sin que propiamente forme parte de ningún programa de alguna carrera: es su curriculum oculto, más implacable y eficiente que el que pretende ser evidente.

Jean Baudrillard en *La sociedad de consumo*, hace un análisis exhaustivo de su funcionamiento. Aunque no aborde de manera explícita el asunto de la estética del consumo, algunas de sus premisas pueden ayudarnos a establecer esa caracterización. La sociedad de consumo reproduce indefinidamente un esquema circular cuya terminal somos nosotros, los consumidores: ingreso, compra, ascenso de estatus y esfuerzo por establecerse en él; más trabajo, más ingre-

so, etcétera. Así pagamos ese gran impuesto social para mantener la sociedad de consumo, y aceptamos cierto ideal de vida que le es peculiar. El ideal de felicidad como avidez por esas nuevas necesidades, una felicidad renuente, esquiva, que se aplaza interminablemente como el paraíso en el más allá. Al satisfacer esas nuevas necesidades surgen otras. Sucede como en la historia que cita Baudrillard: "Había una vez un hombre que vivía en la escasez. Tras muchas aventuras y un largo viaje a través de la ciencia de la economía, se encontró con la sociedad de la abundancia. Se casaron y tuvieron muchas necesidades". Y podemos agregar un final: y estas necesidades tuvieron a su vez nuevas necesidades, hasta que el hombre ya no era esclavo de lo que le faltaba, sino de lo que le sobraba; ya no era esclavo de la escasez, sino de la abundancia, que en el fondo era una inmensa necesidad (de otro orden). "¿Por qué combaten los hombres por su servidumbre como si se tratase de su salvación?"⁶

Pero "la felicidad en tanto que goce total o interior, independiente de signos que pudieran manifestar a los ojos de los demás y a los propios nuestros"⁷, dice Baudrillard, está completamente excluida. Esa felicidad que no necesita de pruebas ni de objetos no existe ni tiene entrada en el ideal del consumo. Este ideal se mide por su visibilidad: "se viste bien, tiene un buen carro, una buena casa, no se puede quejar". "Le va bien", quiere decir, "consume mucho", aun cuando no tenga dinero. Para ello existe el crédito: "compre usted ahora, pague adelante", entendido como "adiestramiento socioeconómico sistemático al ahorro forzado... el crédito es un proceso disciplinario de extorsión del ahorro y de regulación de la demanda"⁸, gracias al cual se asciende de manera aparente de esta-

⁶DELEUZE. *Antiédipo*, pág. 36.

⁷BAUDRILLARD, pág. 78.

⁸Ibid., pág. 119.

tus, en una sociedad donde lo aparente (virtual) es más real que lo real. Por otro lado, está prohibido imponer límites a sus esfuerzos, lo cual equivale a que, tarde o temprano, se impongan límites a los ingresos y, por tanto a la capacidad de consumo. Es difícil encontrar alguien que lo haga. Una vez se sabe que se pueden tener mejores condiciones de vida, es difícil parar.

Esta mecánica pone a funcionar el proceso de reproducción de esa sensibilidad en la cual se concentra la atención sobre dos objetos de especial belleza y relevancia: el cuerpo y el auto. Por ello, ante la continua salida de nuevos y sofisticados objetos, éstos necesitan ser apuntalados por los primeros: los objetos padecen la tiranía de la sexualidad humana y la exigencia de una gran movilidad (correspondiente al auto) o de agilidad práctica⁹. "La sexualización de los objetos" corre paralela al fenómeno contrario: la objetivación de lo sexual, esto es, a la ausencia de erotismo en el ámbito de la existencia. Hay que consumir el cuerpo, aprovecharlo como si fuera una cosa, rápido, porque nos aguarda otro placer, y otro. Hay que ocuparse de él como quien se preocupa de tener el carro en buen estado: bello, atractivo habitáculo del deseo al cual es constantemente invitado, estimulado. La existencia misma del hombre depende de su cuerpo y paga constantemente por su cuidado. Como muestra Foucault en la *Historia de la sexualidad*, Baudrillard afirma que en la publicidad, en la moda, en la cultura de masas, se nos vende la imagen de que se es feliz bajo el signo de la liberación física y sexual¹⁰. Con relación a las mujeres este imperativo adquiere el carácter de obligación: deben pasar horas ante la virtualidad del espejo interrogando si esa demanda

estética de belleza ha sido cumplida maquillándolo, fiscalizando si están delgadas o pasadas de kilos. El cuerpo es liberado de las trabas impuestas por la sociedad victoriana, pero, a cambio de ellas, se ejerce ahora, de manera constante y sistemática, un tipo peculiar de represión: "hay que mortificarlo con fines estéticos, con los ojos fijos en las enflaquecidas y demacradas modelos de Vogue, en las que podemos descifrar toda la agresividad invertida de una sociedad de la abundancia hacia su propio triunfalismo del cuerpo, toda la negación vehemente de sus propios principios."¹¹

El cuerpo: territorio constantemente colonizado por los poderes del consumo. Ese cuerpo capitalista es marcado con los signos del trabajo y del consumo: es demacrado por el estrés y dañado, cuando, acumulando tantas tensiones, se lo precipita a una huelga orgánica: una hipertensión o un paro cardíaco. Pero la cura no se hace esperar. Una visita al médico y de nuevo al trabajo. Hasta que un día amanece convertido en un monstruoso insecto: el cuerpo explota o se contenta con explotar a plazos, con módicas sumas, mediante una neurosis diaria: se trata de utilizar al máximo el cuerpo, de exprimirlo hasta hacerle pagar por lo que goza. Aunque existencialmente el cuerpo no sea una cosa, la racionalidad capitalista lo objetiva (lo reprime) como fuerza de trabajo, y por otro lado, lo estimula, como fuerza de consumo. Se trabaja para consumir y una vez se consume se debe trabajar, ya sea para terminar de pagar lo consumido (hipoteca) o para seguir consumiendo. No es raro que el trabajo se experimente en la mayoría de los hombres como un lastre al que estamos condenados de manera irrevocable, por oscuras fuerzas del destino. Salvo algunas excepciones, el tiempo del consumo,

⁹El hecho de que muchos objetos están hechos para ser tirados una vez son consumidos, por ejemplo.

¹⁰Cfr. *Sociedad de consumo*, pág. 185.

¹¹Ibid., pág. 203, 204.

entendido como el tiempo de placer y la felicidad, tiene que ver con objetos. Y el tiempo del trabajo, tiempo de llevar la pesada carga de Sísifo, coincide sólo con el deber, y tiene que ver con cosas. Se debe pagar por lo que se consume: la felicidad tiene un precio.

La sociedad de consumo todo lo devora de manera implacable, incluso aquello que se hace aparecer como espiritual. Tanto indígenas del Amazonas como gurúes de Oriente vienen a la ciudad a comercializar su saber. Dan lecciones de yoga o de meditación y si se siguen las instrucciones estrictamente al final se recibirá un premio: la iluminación o ciertos poderes peculiares. Viven de la poca vida espiritual de los otros y explotan esa hambruna. El hombre común reproduce ante ellos la actitud análoga que tiene ante las vitrinas: busca afuera lo que no encuentra adentro. Y lo busca con afán. Si rápidamente no lo satisfacen, busca otra cosa, y otra. Y considera que va progresando. Al dejar la última dice: "ya superé esa etapa". Cree que la noción de felicidad que en vano busca requiere como primer movimiento salir de sí mismo, escuchar a otro, recibir de otro la lección o una reprimenda, e incluso, recibir de los poderes de otro la iluminación repentina. Así como se recibe de otro el vestido que compra o el auto que mandó reparar, establecemos una relación "de cosa" (positiva es una sociedad positivista) con la felicidad, la existencia, el espíritu y el cuerpo. En este sentido, la sociedad de consumo no tiene pudor para hablar de lo que aparece como sagrado (aunque no lo sea) y ello es así porque en rigor no hay referente sagrado: en el supermercado, junto a la leche y el pan, el cepillo de dientes y la última promoción de jabones, encontramos las obras completas de Platón, música de Mozart y libros de superación personal en donde se pretende enseñarnos a ser felices en pocos días, obligándonos férreamente a "ser positivos". No hay referente sagrado, excepto la circularidad mítica de esos rituales del consumo.

Esa cosificación nos procura un deleite efímero y una ansiedad postergada, que se manifiesta como sed insaciable y enemistad con nosotros mismos, a veces adormecida con el estruendo de la publicidad: la enorme insatisfacción que deja cada satisfacción incrementa la necesidad de nuevas satisfacciones, y se descubre lo que antes nos satisfacía como algo que no satisface, pues sólo algo nuevo nos puede remover la habitual atonía y procurar la ilusión de una nueva a satisfacer. Lo que creíamos necesario, con el tiempo se muestra innecesario: no volvemos a leer ese libro, a escuchar esa música con la cual logramos distraer la atención durante un día. Puede decirse que nuestra casa está llena de cosas que utilizamos (como la nevera) y de otras que nunca utilizamos, porque son como el cementerio de una felicidad pasada, que se solazó en lo finito y rápidamente se agotó. Para obtenerla, sin embargo, tuvimos que pagar con nuestro cuerpo.

¿Hasta dónde ese gozo es capaz de liberar lo erótico? Por el contrario, ¿desencadena procesos de enajenación, sometimiento y entrega incondicional a los poderes que la sociedad de consumo reproduce? ¿Cada día nos encadena más a la inmediatez? ¿Podría suceder que en aquellos placeres se nos ocultaran posibilidades esenciales de gozo, incluso con aquellos objetos que creemos necesitar tanto? ¿Podría suceder que esta cultura del gozo esté realmente, y por ello mismo, insensibilizada, imposibilitada de él, condenada a buscar en el residuo de insatisfacción que cada objeto arroja como su sombra o su fantasma, un vestigio de eternidad que ha huido?

2. Crítica a la estética del consumo

Vemos que todas las posibilidades de felicidad y placer según la estética del consumo tienen que ver con objetos. Mientras la sociedad de consumo enseña que hay que gozar de la vida, deja fuera del individuo lo que condiciona ese goce. Para saltar ese abismo somos

cuidadosamente adiestrados. Pero, ¿realmente la vida del hombre contemporáneo, del gran consumista, es placentera? Sucede como en la tragedia de Edipo: por tratar de evitar su destino, cae en él, lo cumple. Así, en busca de la felicidad llegamos a ser realmente infelices, y ello porque no tenemos una visión adecuada de las cosas que están en juego, como le sucede a Edipo. Estamos ciegos en una estética de lo finito, como Edipo está ciego en medio de un poder aparente. Pero esta ceguera no es de la conciencia, que incluso se pueda representar. Nuestra sensibilidad es la que está enferma. ¿Dónde está lo estético en un sentido superior, o el placer en un sentido superior?

Hasta ahora sólo hemos dibujado compartimentos de la vida que imposibilitan el goce y otros que lo hacen posible. Sólo excepcionalmente el trabajo o estudiar una carrera puede considerarse algo placentero. Pues bien: señalemos cierto prejuicio que asoma una vez hablamos de placer y de gozo. El hecho de que todo placer es placer de algo y el hecho de que el placer se encuentra al buscarlo. Aquí se hace patente lo que Deleuzze y Guatari denominan la "lógica binaria"¹² de la carencia y la necesidad, del sujeto que desea y el objeto deseado. Por ello, la estética del consumo es empírica, esto es, positivista: la condición de todo placer está dada en el mundo. Y ello es cierto sólo en un sentido mundano: sólo si con placer nos referimos a aquello que es mera excitación de los sentidos, y no propiamente erotismo. Vivimos en una sociedad de la estimulación, o mejor, de la sobreestimulación. Constantemente se ejerce sobre nosotros un simulacro, una sesión de prestidigitación, en la cual se recurre a la sobreexcitación de los sentidos ya de por sí vapuleados, saturados para exigir de ellos lo máximo de la excitación posible.

¹²Cfr. *Antiedipo*, p

Por ello, considerado desde un punto de vista ordinario, la vida ascética no es placentera. Quienes escogen el camino de la renuncia, del ascetismo, son los que han escogido no vivir, no gozar de la vida. Y quienes viven en medio del mundo y sus agites, pueden, por el contrario, morder la manzana prohibida, deleitarse de lo placentero del mundo. Sin embargo, aquí opera una esquiva comprensión del asunto. Hay que señalar que el placer y el dolor son dos caras de la misma moneda. La lógica de los placeres es paradójica, no binaria. Los objetos que procuran placer pueden perderlo. En rigor, ellos no portan una cantidad específica de placer. Lo que se pierde en ellos no es una propiedad que tengan de suyo sino una capacidad de gozo nuestra. El gozo requiere concentración, entrega, un salir de sí, un perderse o morir, un perpetuo encontrarse. Quien lleva en sí mucho ruido no puede dar ese salto. Se precisa cierta distancia de nosotros con respecto a aquello que nos inquieta para que en el ámbito de ese vacío pueda aparecer un gozo no objetivo, aunque dirigido a un objeto. Pero lo cierto es que no aparece. Escuchamos la música, pero la escuchamos al fondo de ese ruido que llevamos a diario en torno a tantas cosas que se nos agolpan, cada una con su afán peculiar. De manera prerreflexiva intentamos saltar de ese bullicio buscando ávidamente nuevos o viejos placeres. Pero el placer que podría sosegar no se consigue allí donde se busca de tal manera ni como se busca. Y en medio de esa melancolía y de ese hastío del placer, nos entregamos al consumo desaforado. A ello se agrega el hecho de que la sociedad de consumo fabrica la imagen de un hombre feliz, que nunca sufre, porque posee algunas cosas, héroe que siempre resulta victorioso al final de la película. Crea su estética propia, en la que se puede adormecer, e

incluso confundir la vida con esa seguridad hecha de almizcle y frivolidad.

He aquí un "placer objetivado": un personaje de Samuel Becket decide sacar su pierna de entre las sábanas. El aire está frío, y experimenta en ese momento una sensación de displacer. Cuando se encuentra ya aclimatado y a fuerza de costumbre no siente el frío como frío, decide volver a cobijarlo. ¡Qué poco basta para ser feliz!, dice ese personaje, al encontrar la equivalente sensación de placer. He aquí un placer no tan objetivo: Se ha comprobado que ciertos enfermos tienen experiencias indecibles de placer una vez cesa momentáneamente un dolor¹³. Incluso su espíritu adquiere cierta lucidez momentánea que en la vida ordinaria se pierde. Lo relativo de estos placeres, cuya taxonomía es inagotable, es lo que la sociedad de consumo quiere homogeneizar, bajo la rúbrica de que todo placer es estimulación y está referido a un objeto.

El camino del asceta, como el de todo hombre, está lleno de dolor y de placer, a condición de establecer de qué dolor y de qué placer se trata. Lo que es seguro es que no es un dolor o un placer del cual se pueda hablar con claridad, porque tal placer no está dirigido a un objeto específico, como el caso de Becket o comprado en algún almacén, y se pierde en lo indecible. Lo mismo sucede con los éxtasis del místico: es transgresión, rompimiento con lo ordinario o mundano, equivalente a un orgasmo (muerte del cuerpo, entrega) pero trasladado al espíritu (muerte del espíritu, entrega). La mística es como una erótica del alma. La relación sexual es comparable a un pequeño ritual de ofrenda y entrega, gozo y muerte, equivalente al ritual del espíritu que realiza el místico y el yogui en el Samadi: un ritual de entrega, gozo y muerte... del espíritu.

¹³Véase al respecto *La montaña mágica*.

.....
**Todas las posibilidades de
felicidad y placer según la
estética del consumo
tienen que ver con
objetos. Mientras la
sociedad de consumo
enseña que hay que gozar
de la vida, deja fuera del
individuo lo que
condiciona ese goce. Para
saltar ese abismo somos
cuidadosamente
adiestrados.**
.....

Y está más allá de lo binario, de la carencia y la necesidad, del estímulo y la excitación, del sujeto y del objeto del deseo.

Pero si tal placer no está dirigido a un objeto, ello no quiere decir que cualquier objeto no pueda, en determinada situación, convertirse en transgresor. Desde una determinada perspectiva, el objeto más insulso puede convertirse en algo extraordinario, transgresor, incluso un "objeto de consumo". El problema no se encuentra en el objeto: el objeto mismo no es un problema porque consideradas las cosas desde una adecuada perspectiva el objeto no es nada. Encontrar ese placer que no busca distraernos de la melancolía o desaburrirnos es difícil. Algunos hombres utilizan el sexo como medio para evadir el cansancio o las tensiones del trabajo. Ello supone que se ha elaborado previamente una imagen (visibilidad) del sexo, según la cual porta un placer. Desde esa ima-

gen el hombre busca el placer, se representa vivamente el placer y estimula esa visibilidad que desea obtener¹⁴. Esa anticipación del placer se objetiva como cosa y tarde o temprano lo arruina. En otras palabras: que tengamos una imagen ya previamente constituida, que ese placer no nos asombre ya, que deba ser aquello que imaginamos, nos impide descender en él. La estética del consumo, al suponer la visibilidad del objeto placentero, forja antes esa imagen del placer. Y esa imagen (afianzada en la publicidad) fuerza al placer a aparecer. Pero el placer, cuando no es mera estimulación epidérmica, no se deja forzar. Este requiere para alcanzar una determinada cima, como diría Deleuze, de un gozo previo.

¿En el placer puede haber algo extraordinario? ¿Puede haber un placer en el que "no nos perdamos"? Ese placer, ¿lo es realmente? ¿Es más adecuado a este respecto hablar de gozo? Hasta ahora he admitido que en torno al placer puede haber algo extraordinario; y sin embargo, no está visto que lo halla. Sin embargo, el que lo halla no depende de que se lo piense, sino de que se lo experimente. Por ello, lo que voy a decir a continuación no designa palabras, sino experiencias. Las palabras tienen un sentido alusivo, no referencial. Las experiencias de este tipo se tienen o no se tienen. Al hablar de ellas, se supone que estamos fuera de ellas. Pensar es representarse algo como objeto, y lo que está en cuestión es precisamente lo no-objeto. Designemos esa experiencia con un nombre: silencio, vacío. Hay un vacío gozoso y pleno, sin yo ni objetos. Con respecto a ese silencio, no hay un mandamiento a seguir para llegar a él. Nos encontramos, en cuanto a este ámbito, más allá de toda previsión o cálculo. Hay un gozo (erótico) en el cual no gozamos

algo ni en el cual el gozo no se siente como posesión. Y no obstante, no recayendo en ningún objeto, intensifica el placer que nos procura un objeto: somos arrebatados por algo. Ese algo retiene un gozo que es de otra índole; lo porta, lo exhibe, lo desenvuelve morosamente, y entre tanto, sin poder saber del tiempo, nos sostiene en vilo; por sus pliegues, nos sorprende y abisma sin que lo podamos comprender, sin que se acabe. Nos penetra de manera silenciosa y encuentra en nosotros su morada. No podemos saber cómo es. Sospechamos de manera oscura que cualquier distracción nos lo puede robar, puede sacarnos de él (en rigor: nosotros no lo tenemos: él nos tiene), y en el momento en que nace la sospecha, ya estamos por fuera, lo hemos perdido. Aquel pino o monte que nos procuraba esa sensación extraña, silenciosa y vasta, siendo el mismo desde un punto de vista científico, es absolutamente otro. No tiene ya ese poder invisible, esa seducción sin palabras que es el gozo de la contemplación estética, que no tiene necesariamente que ver con obras de arte. ¿Por qué esa disolución? ¿Cuántos ascetas no la han buscado en vano, estrellándose contra los barrotes de su propio pensamiento? ¿Qué ha pasado entre tanto? ¿Quién nos robó esa seducción?

Esto es algo extraordinario. Pero lo más común es la revelación de la ausencia de lo extraordinario. Esta revelación es la patencia de un olvido que, considerado con cuidado, debería sacarnos del amodorramiento. Sin embargo, solemos pasar de largo. Quiero citar un caso específico de lucidez en torno a esa ausencia. La música, como todo lo estético en un sentido superior, no obstante poder encontrarse ausente, forma parte de esas cosas de la vida de un hombre que como el amor, el deseo, la

¹⁴Los hombres se entregan hoy a la práctica imaginaria de estimular no esa «visibilidad del objeto», el deseo hacia un objeto, sino la «visibilidad del ser deseoso»; es decir: en lugar de estimular la visibilidad de un objeto se estimulan para desear, no porque deseen algo, sino porque no desean.

muerte y el sufrimiento, no se enseñan. La música es un aprendizaje natural que no requiere maestros. Es obvio, además, que la música no es posible gracias a que hay músicos e instrumentos, todo lo contrario: hay músicos e instrumentos porque existe la música, así como hay obras de arte y artistas porque existe lo estético en un sentido superior. Pero lo que nos puede suceder es que de la música sólo tengamos un nivel de excitación sensible e imaginario, según la cual parece provenir de los objetos (los instrumentos) o del músico. Incluso se habla de la música como si fuera una cosa. Se compra y se vende música. Es una cosa entre las cosas del mundo. Cuando nos encontramos en un concierto y al lado nuestro hay dos personas que hablan, se entorpece el debido silencio. La música no está hecha para escucharla mientras la gente charla, a no ser que esa charla sea música. Así mismo, dice Lorenzo Jaramillo, cuando nos encontramos enfermos, la enfermedad le cambia la vida y la relación consigo mismo a un hombre. Y este cambio llega a tanto, dice, que no es raro escuchar dentro de uno voces como de gente hablando, diciendo cosas extrañas. Entonces no podemos escuchar música, aunque la podamos oír. Incluso nos molesta oírla. Al fondo de esas voces interviene la música, como un ruido molesto: esa música no es música. Se está distraído escuchando las voces que hablan en uno (Lorenzo Jaramillo), y hay que decirles que callen, si se quiere escuchar música. ¿La música requiere de un extraño silencio? Mas que oír, requiere saber escuchar. ¿Habría que hablar del silencio de la música? ¿Cómo no hablar del silencio, de ese silencio? ¿Cómo escucharlo? Como dice Nietzsche: "¿Será preciso destrozar sus oídos, para que aprendan a oír con los ojos?" ¿Ese silencio no es la condición de posibilidad de la música, más que el instrumento o cualquier otra cosa? ¿Acaso él mismo no es la música que supone a toda música? Y sin embargo, yo puedo estar, como se dice "completamente abstraído".

Aunque a mi lado la gente hable, de alguna manera el silencio se hace en torno. La charla de los otros no es algo que escucho, pues sólo escucho la música de la cual pende mi atención. La música me rapta incluso de mis propios pensamientos, desorganiza las sensaciones ordinarias que se refieren al mundo. Todo ello resbala sin tocarme. Esto quiere decir algo importante: el silencio que hace posible que la música acontezca no es precisamente la ausencia de ruidos, como telón de fondo de la música. Hay muchos tipos de silencio: voy por la calle, hay ruidos de ciudad a mi lado, el tráfico, los buses, la gente, los vendedores ambulantes, todos lanzan sus ruidos a diestra y siniestra, ruidos que yo escucho con una atención descuidada. Pero, supongamos, me encuentro con un amigo. Mi amigo me da una mala noticia. Entonces, de pronto, a mi alrededor todo se hace silencio, o el silencio se abre paso en medio de todos esos ruidos; es más, no hay ruidos, sólo escucho la noticia, o mejor, los ecos de la noticia en mí. Los que pasan a mi lado, los tranvías, etc., se detienen, es como si dejaran de existir por unos momentos. Los nihilizo. No existen. ¿Este silencio es el que hace posible escuchar la música? ¡No! ¿Es precisamente el que nos aleja de ella? ¿Cuál es entonces el silencio de la música? Dos hombres que escapan de un campo de concentración se saben perseguidos y mientras huyen sienten los pasos de los alemanes muy cerca. Se ven obligados a detenerse, se esconden en los matorrales. Mientras se quedan quietos, esperan no ser descubiertos, y escuchan el silencio expectante y pesado. No hacen nada, todo es silencio. Experimentan el silencio como si un tren pasara por encima de ellos, lentamente, pero sin tocarlos; o como si fuera un silencio electrificante que los paralizara, tocándolos muy levemente. Las voces de los alemanes, los pasos de ellos, se escuchan, pero al fondo de ese silencio enorme que envuelve a todo. Ese silencio envuelve los ruidos y los oculta, convirtiéndolos en ruidos

.....
Todo arte, en la medida en que logra asir la conciencia, interrumpe ese griterío personal que cada uno lleva consigo. En este sentido, es una preparación para el silencio, para la interrupción de la subjetividad. En otras palabras: la verosimilitud en la obra de arte es capaz de arrobar la conciencia, de atraparla, sumiéndola en la contemplación, donde la conciencia deja de monologar, de llevar su pensado yo, donde las pasiones se aquietan.
.....

sin significado. Es un silencio de muerte. La vida y la muerte están comprometidas en ese silencio que todo lo detiene y, sin embargo, que todo lo decide. El momento es inmóvil, como el silencio mismo. ¿Qué tiene que ver ese silencio con la música? Nada. Y sin embargo..., sabemos que no es un silencio entendido como ausencia de ruidos. La dimensión de ese silencio nunca será objeto de estudio de la física. Además, hay una taxonomía por descubrir de los silencios que, afortunadamente, nunca merecerá ser objeto de estudio por parte de alguna ciencia. El silencio de cuando no sabemos responder una pregunta, de cuando nos sorprendemos, de cuando nos intimida algo, de cuando nos anonadamos, de cuando vemos algo y no reparamos en lo que oímos; el silencio de cuando ya no escuchamos el ruido de la catarata pues hace rato que estamos a su lado, y nos acostumbramos tanto que es como si ya no estuviera, como si no hubiera sino silencio, etc. Todo lo anterior nos indica que hay un silencio que sabe escuchar, aunque no repare en los ruidos que hay en torno. Y algo análogo sucede con las artes, en lo que se refiere a lo estético. Las artes deberían exigir de nuestros sentidos lo máximo desde un punto de vista no cuanti-

tativo. No dejarnos ver, sino enseñarnos a mirar, ese gran mirar que entiende y se deja sobrecoger aunque no tenga palabras para explicarlo. Ese gran mirar capaz de nihilizar todo en torno. He aquí lo estético, y la manera como Jaramillo constataba su ausencia: la ausencia de lo estético en un sentido superior es la presencia de las voces de la estética del consumo que irrumpen como las voces del mercado al bajar Zarathustra al pueblo: el conjunto de ruidos que no podemos callar, que no permiten el debido silencio.

Todo arte, en la medida en que logra asir la conciencia, interrumpe ese griterío personal que cada uno lleva consigo. En este sentido, es una preparación para el silencio, para la interrupción de la subjetividad. En otras palabras: la verosimilitud en la obra de arte es capaz de arrobar la conciencia, de atraparla, sumiéndola en la contemplación, donde la conciencia deja de monologar, de llevar su pensado yo, donde las pasiones se aquietan. Incluso quien contempla una sinfonía de Beethoven donde se ilustran algunas tormentosas pasiones, aquietan las pasiones. La pasión se trueca en objetividad resplandeciente, épica. Ya no estamos asidos a ellas, devienen en imagen,

sonido, esencia, drama objetivo que existe por sí y desde sí. En este sentido, el arte provoca un presentimiento de eternidad, y es, como las técnicas del yoga, una preparación para desasirse de sí, de nuestros pensamientos y pasiones. El hombre constantemente fija la conciencia en las cosas, pero no se demora en ellas. La obra de arte con su seducción nos interpela a que nos demoremos en ellas en medio del vacío. La contemplación estética es aquella en donde la presencia reposa ajena a todo afán (afán de placer incluso), plena de suficiencia, sostenida por sí misma. Aunque nuestra conciencia la sostiene, o mejor, la presencia no reposa en la conciencia sino que se sostiene sola (sostiene incluso la conciencia, que yace, olvidada de sí), frágil, como dice el poeta, "dejando respirar la gravedad de la pura presencia". Por ello la experiencia estética en un sentido superior es de lo más raro que puede suceder. Sucede, acaece, cuando menos lo esperamos. Toda previsión la espanta. Pero quiero aclarar: el hombre no necesita el arte para acceder a lo estético en un sentido superior. Puede hacer algo más difícil: en lugar de hacer obras, dejar que en su vida more lo estético. Puede, incluso, allí donde reina la ramplonería estética del consumo, superarla sin establecer un combate inútil con ella. El problema no son las cosas, ni siquiera el consumo. El problema, entendido como estético, es más concreto y existencial: tiene que ver con la manera de escuchar, con las expectativas culturales (prerreflexivas) de nuestra sensibilidad, con la capacidad de convocar al silencio. En medio del ruido más fastidioso se puede, como John Cage, encontrar una nueva experiencia de la música no dentro del referente habitual de la música (que la cosifica), sino dentro de la dimensión estética de una existencia estética. Para ella, que está por encima de escuchar algo predefinido como música, el escuchar mismo (como distancia y silencio) es o deviene música. Sólo en este sentido podemos decir que cualquier

hombre puede ser artista y cualquier cosa puede ser obra de arte, porque, por lo que respecta al arte, éste tiende a dejar de ser "un hacer cosas".

En efecto, vivimos una existencia eminentemente estética. Pero si hay algo que falta realmente en nuestra vida, es la calidad estética. Estas dos premisas son contradictorias, y sin embargo, como hemos visto, la contradicción resulta sólo aparente cuando se examina qué es lo que en cada una de ellas está implicado. El hombre contemporáneo está ávido de placeres y, sin embargo, su vida no es gozosa o lo es de una manera muy pobre. Podemos hacer dos distinciones: se puede vivir según la estética del consumo, que conlleva placer, ansiedad, displacer, necesidad de habérselas con las cosas, con técnicas de embellecimiento, etcétera; o vivir una existencia estética en el sentido más propio del término, es decir, una existencia gozosa, contemplativa, erótica. No es lo mismo la "estética del consumo" por la cual nuestra existencia puede estar afectada, que liberar a la existencia de toda afectación (con cosas, objetos y técnicas) para acercarla a un modo de ser estético, erótico, ascético, retraído, concentrado en su mismidad. Hay un placer cuyo refinamiento no tiene que ver con cosas, aunque eventualmente se valga de alguna cosa. El espíritu, al contemplar, deja salir una emoción realmente suya, y más allá de ella lo que dice cualquier comentarista no tiene ninguna importancia. La cosa así observada se adhiere a la forma pura de un sentimiento que en ella se objetiva: objetividad alusiva, signo exuberante de inasible significado.

Si, como dice Bataille, el erotismo es la aprobación de la vida hasta en la muerte, la actitud erótica es una exuberancia de la vida, un exceso de voluptuosidad sublime, de vitalidad por algo concreto que aparece como espíritu, que supone estar abierto a la vacuidad. Normalmente el hombre que presiente esta realidad, trata de alcanzarla, pero envasándola en los moldes del consumo; así, ella huye por

el sólo motivo de buscarla, dejando, luego, la ansiedad por otro objeto, otro contacto. Esa ansiedad es el motor de la voracidad insaciable, el camino hacia la obesidad y la perversión de los sentidos.

¿Hay exuberancia en nuestros contactos? El objeto del erotismo se sitúa más allá de lo real-inmediato. Pero lo real-inmediato lo anuncia; puede ser la espuela que lo despierta, que nos devuelve cierta exigencia profunda del espíritu insatisfecho, como acontece gracias a ciertas "obras de arte" o en ciertas experiencias estéticas. Un breve éxtasis en el pozo del espíritu, pequeña claridad súbita en medio de la somnolencia general de lo "estético", a partir de la cual los sentidos se hacen más finos y ricos en ambigüedad, en matices y colores; a partir de la cual ver es toda una experiencia sin palabras, iluminada y rica; a partir de la cual oír es una revelación, y todas las artes se revelan como voluptuosidad del espíritu en la carne de lo concreto. En este sentido, lo erótico tiene como objeto lo estético, entendido como arrobó. El poder ser sorprendido por una "belleza" indescriptible, sorprendente incluso en el horror, sobrepasa cualquier concepto, es algo sublime. Pero hoy, en lugar de lo sublime, los artistas ponen con todo cinismo la ramplonería de lo que el consumo posibilita como estético, y entretienen su barroquismo en esa ironía. Andy Warhol y el arte Pop no son sino ejemplos de una época en que lo estético se aliena en el consumo. En sentido estricto, quizá no son responsables de lo que hacen, porque, como afirma Baudrillard, son los artistas quienes menos saben del arte, quienes se engañan más acerca del estatuto del arte, lo cual no es del todo raro.¹⁵ Y se engañan porque no saben a qué fuerzas son tan obedientes, y sólo esa obediencia garantiza que tengan un puesto en el mercado. Son las estructuras de producción

de la cultura las que deciden al respecto, no ellos ni su bárbara inspiración.

Por el contrario, lo estético, en un sentido superior, acontece donde no "sentimos" ni vemos algo. Una visión nos atrapa, un acorde leve nos mantiene en vilo, nos mece como la revelación primera del sonido o de la imagen. La imagen que así nos seduce es como si nos devolviera a la primera imagen, al primer sonido, en torno al cual todo es silencio. Esto es precisamente lo que la estética del consumo aplana, lo que nunca acontece, lo que al objetivarse pierde todo poder de apelación irrecusable. La estética del consumo "consume" el placer. Le pasan muchas cosas, pero en el fondo de todo ello nada acontece. Como el hombre que viaja por el mundo y sin embargo nunca se mueve de donde está: consumiendo. Al buscar el placer no se deja sorprender. No lo arrebatan lo erótico sino meramente lo sensible, de lo cual pronto se cansa, y sigue de nuevo a lo sensible. Sólo si hay distancia de lo inmediato, de lo sensible, de la excitación superficial, llega, en el silencio que abre esa distancia, ese "ver" con los ojos de adentro, que se requiere para contemplar. ¿Qué hace posible la estética en un sentido superior y en qué sentido todo hombre es artista? Si antes nos preguntamos: ¿a qué somos sensibles hoy?, y llegamos a dibujar rápidamente el mapa de una subjetividad alienada en los objetos y entregada al consumo, ahora podemos abordar lo estético en otro sentido. Si sólo somos sensibles a lo que las cosas tienen de cosa, esto es, su objetividad internacionalizada por la búsqueda del placer, no veremos lo que sucede: somos presa de ello. Difícilmente podríamos hablar de ese abandono. Las obras de arte son aquellas que logran hacer patente eso que sucede. Acceder a la contemplación no es entregarse al juego incondicional con los objetos ni a la búsqueda de placeres en ellos (cosa

¹⁵Cfr, pág. 170.

que además procura pobres placeres), ni representarse conceptualmente un objeto. Es suspender la búsqueda, lograr cierta distancia que permita, por ejemplo, verse, sorprenderse en esa entrega, en ese entregarse, y construir la imagen, la idea estética, tan clara y diáfana, como una "esencia", que regule la puesta en marcha de la obra de arte o de la vida. Esa es la condición de una existencia estética en un sentido superior, que deviene espontáneamente, y sin ninguna normatividad exógena, como "ética". La ética es el resultado de una vida estética, de una vida contemplativa. El hombre es un contemplador, un hacedor de imágenes, porque sólo así se libera de ellas, y de sí mismo. El trabajo de esculpir las es el esfuerzo de la liberación de sus cadenas. Por ello el artista es

un contemplador. El camino de una vida contemplativa deja imágenes a su paso. El camino de una vida estética en el sentido del consumo, pasa por encima de las imágenes, tala esos árboles interiores. Configura imágenes sólo para anticipar placeres, mas no establece la suficiente distancia para que las imágenes lo interpelen. Una cosa es ser "presa de la imagen" y otra es "sorprender la objetividad de la imagen" en medio del vacío de sí mismo. En el primer caso, el "ser presa" es: no podernos ver en la imagen, abandonarnos sin reparar en ese abandono; entonces no podemos detenernos, contemplarla (asirla) explorar sus posibilidades, ni somos capaces de morar silenciosamente en esa paciencia que se entrega y no espera recompensa. **hU**

Bibliografía

- ADORNO, THEODOR W., *Teoría estética*, Barcelona, Orbis, 1983.
 BACHELARD, GASTÓN, *Epistemología*, pág., 13-28
 BACHELARD, GASTÓN, *La poética de la ensoñación*, México, FCE, 1986.
 BAUDRILLARD, JEAN, *La sociedad de consumo*.
 BATAILLE, GEORGE, *El erotismo*. Barcelona, Tusquets, 1988.
 CAMUS, ALBERT, "La creación absurda" en, *El mito de Sísifo*, Barcelona, Alianza Editorial, 1985.
 CASSIRER, ERNEST, *La filosofía de las formas simbólicas*. México, FCE, 2000.
 CASSIRER, ERNEST, *La ciencia de la cultura*, México, FCE, 1982.
 DELEUZE, GILLES, *Mil mesetas*. Barcelona, Ed. Crítica, 1999.
 ———, *El antiedipo Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona, Barral. 1974.
 ———, *Pericles y Verdi, La filosofía de Francis Châtelet*, París, Pretextos, 1988.
 ———, *Rizoma*. Valencia, Pretextos, 1977.
 ———, "Filosofía, ciencia lógica y arte", en, *¿Qué es la filosofía?* Barcelona, Anagrama, 1993.
 DA VINCI, LEONARDO, *El tratado de la pintura*. Buenos Aires Lozada 1943.
 ECKHARD, NEUMANN, *Mitos de artista (estudio psicohistórico de la creatividad)*, Madrid, Tecnós, 1992.
 ECO, HUMBERTO, *La búsqueda de la lengua perfecta*, Barcelona, Crítica, 1994.

- , *Apostillas al Nombre de la Rosa*. Barcelona, Lumen, 1984.
- , *Tratado de semiótica*. Barcelona, Lumen, 1985.
- FEYERABEND, PAUL K., *Contra el método (esquema de una teoría anarquista del conocimiento)*, España, Orbis, 1985.
- FRANCASTEL, PIERRE, *Sociología del arte*. Madrid, Alianza, 1975.
- FREUD, SIGMUND, *El malestar de la cultura*. Madrid, Alianza, 1987.
- , *El porvenir de las religiones: El porvenir de una ilusión. Técnica del Psicoanálisis. Introducción al narcisismo*. Ensayos. Buenos Aires, Santiago Rueda, 1953.
- FOUCAULT, MICHEL, *Arqueología del saber*. México, Siglo XXI, 2001.
- , *Historia de la sexualidad*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2001.
- , *Las palabras y las cosas*. México, FCE, 2003.
- , *El orden del discurso*. Barcelona, Tusquet, 1987.
- GADAMER, HANS, *Verdad y método*. Barcelona, Ed. Sígueme, 1989.
- HEIDEGGER, MARTÍN, *Arte y poesía*, México, FCE, 1978.
- , *De la técnica*. Madrid, Ediciones del Serbal, 1987.
- , *Camino al habla*. Madrid, Ediciones del Serbal, 1987.
- , *Sendas perdidas*. Argentina, Lozada, 1960
- KUHN, THOMAS, "La prioridad de los paradigmas", en *Revoluciones científicas*, México. FCE, 1986.
- KUROSAWA, AKIRA, *Autobiografía o algo parecido*, Madrid, Fundamentos, 1990. (Unv. Piloto 927 K 96 a).
- MARCUSE, HERBERT, "La nueva sensibilidad", en *Un ensayo sobre la liberación*, México, Joaquín Mortiz, 1969.
- MAX, BORN, *La física de mi generación*, en: *Universitas* (revista alemana de ciencias y letras), vol. II, dic 1964, Núm 3, pág. 225 a la 235.
- MERLEAU-PONTY, MAURICE, *El lenguaje indirecto y las voces del silencio*, Argentina, Galatea, 1957.
- ELIADE, MIRCEA, *El mito del eterno retorno*. Barcelona, Altaya, 1994.
- MUKAROVSKY, JAN, *Escritos de estética y semiótica del arte*, edición crítica de Jordi Llovet, Barcelona, Gustavo Gili S.A., 1977.
- PAZ, OCTAVIO, *Apariencia desnuda* (759.4 / P 19 A 1) (sobre Marcel Duchamp)
- RILKE, REINER MARIE, *Cartas a Rodín*, Buenos Aires, Pléyade, 1971.
- , *Cartas a un joven poeta*. Buenos Aires, Ediciones Siglo XX, 1974.
- , *Cartas sobre Cézanne*. Buenos Aires, Editorial Librería Goncourt, 1978.
- RODARI, GIANNI, *Gramática de la fantasía*. Barcelona, Aliorna, 1989.
- RUSSEL, BERTRAND, *La perspectiva científica*, pág. 79-91 (metafísica, ciencia y religión) y 117 - 162 (técnica y sociedad)
- SHELLING, *Filosofía del arte*, Buenos Aires, Nova, 1949.
- SUBIRATS, EDUARDO, *Crisis de las vanguardias y la cultura moderna*. (701.17/S 81 c)
- VATTIMO, GIANNI, *Fin de la modernidad*. Barcelona, Gedisa, 1986.
- WITTGENSTEIN, LUDWING, *Los cuadernos azul y marrón*, Madrid, Tecnós, 1993.
- , *Tractatus lógico philosophicus*. Barcelona, Altaya, 1990.
-