

and culture, the big industries of the production of symbolic discourse. The revolution that takes place in these industries, with their megafusions and concentrations, has displaced traditional industries. This new panorama of the media influences directly the content of the information in those graphic and audiovisual products that have a globalized distribution. At the same time the symbolic production grows because of globalization. We can't advance in the analysis of contemporary societies without taking account of the new intercultural and economic agenda that the media is developing.

Aníbal Ford es profesor en Letras (UBA, Argentina), escritor, investigador, periodista. Fue jefe de redacción de la revista *Crisis* y también el primer director designado por elecciones de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Actualmente es profesor consulto de la Facultad de Ciencias Sociales, donde dirige la Maestría en Comunicación y Cultura. También forma parte de la comisión directiva de la Maestría en Análisis del Discurso en la Facultad de Filosofía y Letras (UBA), dirige Proyectos Ubacyt y es investigador del Instituto Gino Germani. Como narrador ha publicado *Sumbosa; Ramos generales; Los diferentes ruidos del agua; Oxidación*. Como investigador y ensayista: *Medios de comunicación y cultura popular; Homero Manzi, tango y política; Desde la orilla de la ciencia: acotaciones sobre identidad, información y proyecto cultural en una etapa de crisis; Navegaciones: crisis, comunicación y cultura*, editado también en portugués por la Universidad Federal de Río de Janeiro. Su último libro es *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Asimismo dirige la colección *Comunicación, cultura y medios* (Ammorrtu) y la *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación* (Norma). E-mail: aford@fibertel.com.ar

MUNDIALIZACIÓN, POSTHUMANIDAD Y CULTURA DE MASAS

GIULIA COLAIZZI

1. ¿UN "GIRO PICTÓRICO"?

En *Vision in Context* Martin Jay (1994) ha apuntado que la proliferación de imágenes determinada por la eclosión de medios electrónicos y la fascinación contemporánea con la imagen y la mirada han determinado un cambio de paradigma en el imaginario cultural de nuestra época. Haciendo referencia a un artículo de W. J. T. Mitchell (1995), Jay invita a pensar en términos de un desplazamiento del llamado "giro lingüístico" hacia un "giro pictórico" en fase de desarrollo en la crítica contemporánea.

En este texto quiero ofrecer una serie de reflexiones sobre la polaridad que Jay propone y sobre el llamado "giro pictórico" desde el punto de vista del giro lingüístico supuestamente agotado: acerca de cómo las nuevas tecnologías han cambiado y afectado el panorama cultural, artístico, filosófico actual y sus prácticas. En un momento en que la posmodernidad parece haber abierto el camino a lo que Fredric Jameson (1992) llamó la "estética geopolítica", dos modalidades de análisis son especialmente útiles para dar cuenta de la complejidad de los cambios contemporáneos: la semiótica y el feminismo postestructuralista. Ambas pueden deshacer radicalmente los presupuestos de la estética posmoderna, permitiendo establecer una conciencia crítica de lo que implica la vida en la "aldea global". Habitar la *polis* tecnológica nos sitúa en el cruce entre nuevas y viejas contradicciones pero significa, sobre todo,

una postura crítica frente a los presupuestos de la modernidad: la noción de sujeto, la idea de un conocimiento objetivo, la lógica del realismo, la noción de autor, la identidad, la oposición sujeto/objeto.

Cuando la “red” parece desplazar hoy el mundo para constituir uno propio, cuando el sujeto de la escritura puede existir en el circuito como pura virtualidad y multiplicidad y la cultura occidental de la “literacy” entra en crisis, es crucial continuar ampliando el debate sobre las funciones complejas del lenguaje, especialmente si consideramos que, como afirma Wlad Godzich (1994), su característica es “su capacidad para codificar y transcodificar la experiencia”. Gracias al lenguaje podemos encontrar “direcciones para la interpretación, el manejo y la elaboración de la crisis actual” (Godzich 1994: 5).

En *Il linguaggio come lavoro e come mercato* (1968), Ferruccio Rossi-Landi analiza las relaciones entre economía y lenguaje y enuncia su “principio de homología”: las varias tipologías de comunicación humana son solidarias, no hay entre ellas divisiones “naturales” que obliguen a colocarlas en áreas separadas, hay correspondencia entre producción económica y producción lingüística. El trabajo de manipulación y de transformación con que se producen los objetos físicos tiene en todas sus fases analogías con el trabajo lingüístico; por lo tanto debemos hablar de “mercancías/mensajes”, de “mensajes/mercancías”, así como de alienación y explotación lingüística presente en los tres momentos de producción, circulación y consumo de los mensajes. El modelo económico de producción de mercancías y el modelo semiótico de producción y circulaciones de mensajes son homólogos, remiten el uno al otro, así como hay analogía entre el hablante y el obrero individual: el hablante individual es parte de un engranaje, es “empleado al servicio de la sociedad en la que nace” (Rossi-Landi 1968: 333) cuyos procesos de producción no controla. Su trabajo sirve para la reproducción del sistema existente y de su clase hegemónica, que detenta el control de las modalidades de codificación/descodificación/interpretación de los mensajes y de los canales de su circulación/distribución.

El texto de Rossi-Landi, al proponer una semiótica general de los códigos sociales como teoría general de la sociedad, permite rearticular de forma compleja y productiva la distinción marxista entre base y superestructura(s); permite también considerar el medio en sí como mercancía: el lenguaje no tiene sólo una naturaleza “objetual”, es un producto social en el sentido de ser a la vez *producido y proceso*, implica trabajo y es el lugar de circulación de mercancías/mensajes, instrumento de comunicación y material y espacio donde se lleva a cabo el intercambio mercantil.

Rossi-Landi habla de explotación, de alienación, de la gradual territorialización del sujeto hablante que, mediante la adquisición de “logotécnicas”,

se encuentra sometido cada vez más a los significantes de la ideología dominante y que dice siempre *más o menos* lo que quiere decir, pero *nunca exactamente* lo que quiere decir, porque tanto el “querer” como el “decir” están en sí definidos, atravesados y determinados por los códigos y el lenguaje. Junto a su reflexión crítica sobre el lenguaje y el espacio social en cuanto mercado y lugar de alienación del ser humano, encontramos en su discurso y en la referencia misma al sujeto hablante en tanto sujeto “empleado al servicio de la sociedad en la que nace”, como subraya Massimo Bonfantini (1996), un sentido de pertenencia, de identidad. En la época en que Rossi-Landi escribe, los años sesenta y setenta, en Italia como en otros lugares, es todavía posible pensar en la posibilidad de ser “empleado” en y por la sociedad en la que se ha nacido. Italia es un Estado-nación, un mercado nacional que integra, a pesar de varias contradicciones, a los ciudadanos. Ahora, tras la debacle de los partidos tradicionales, en una Italia plagada de desempleo y crecientes tensiones raciales, ¿sería posible tener las mismas expectativas, el mismo sentimiento de identidad y pertenencia? Si la respuesta a esta pregunta es negativa, una mirada a los múltiples focos de tensión racial y nacional que nos rodean en todos los niveles hace evidente que el problema no es sólo italiano, y la pregunta no surge sólo con referencia al trabajo de Rossi-Landi.

El final de la Guerra Fría y la caída del socialismo de Estado en la Europa oriental, la crisis de los estados naciones, la emergencia de Japón y del proyecto de CEE como superestado en competencia con unos Estados Unidos que, según Fredric Jameson (1992: 26), vuelven “a asumir su renovada vocación de policía global”, la revolución telemática y la consiguiente mundialización de la economía y de la comunicación han puesto en marcha un complejo proceso de cambios generalizados que es preciso analizar y comprender, y frente a los cuales las categorías de análisis y crítica tradicionales se demuestran ineficaces.

Volvamos a Rossi-Landi como ejemplo de trabajo analítico que parte de una impostación marxista e intenta una crítica socioideológica insertable a la vez en el horizonte teórico del llamado “giro lingüístico”. Rossi-Landi aplica tanto al modelo de producción económica como al lingüístico los conceptos marxistas de “explotación”, “plusvalía”, “alienación”; habla de “ideología”, de “proceso dialéctico”, de “praxis”, de “trabajo alienado”, de cómo la alienación/explotación del individuo empieza justamente con este ser “empleado al servicio de la sociedad en la que nace”. Pero ¿qué pasa en una sociedad de enormes y constantes migraciones (del Este, del Sur), y que rehúsa emplearme, en la cual el trabajo —ese trabajo alienado y alienante que es punto de partida de la reflexión marxista— se convierte en un lujo? ¿Cómo articular la lucha de clases en una sociedad en la que, con la automatización creciente de la pro-

ducción, los lugares clásicos de la explotación —las fábricas— se vacían de gente y se cierran, y ser proletario ya es un lujo? ¿Cómo organizar la praxis social o, más aún, cómo concebir lo social y la *polis*, en una sociedad que se convierte cada vez más en una sociedad del desempleo que expulsa capas cada vez mayores de población de los lugares de la productividad?

El problema de la mundialización de la economía y de la comunicación, o de lo que, en otros contextos, se ha llamado el problema de la relación entre economía y cultura en la fase de capitalismo tardío, o posmodernismo, es serio, complejo, y requiere un esfuerzo individual y colectivo de reflexión y sensibilización tan poderoso como necesario. “Mundialización” no significa integración global, para todos, sino “mayor interrelación de las economías nacionales con la economía internacional a nivel de movimientos de capital y flujos comerciales” (Chomsky/Ramonet 1995: 100), es decir, integración según la lógica de la economía de mercado. Esta lógica implica crecimiento, competitividad y, necesariamente, el mantenimiento o el incremento de la polarización desarrollo/subdesarrollo. Como afirma Augusto Ponzio (1996: 12), mundialización quiere decir, en el contexto de la lógica del capital que se afirma como la única y posible lógica verdadera, “extensión del mercado como mercado mundial, en el sentido de la expansión planetaria, y como mercado universal, en el sentido de la extensión total del carácter de mercancía, es decir de la transformación de cualquier cosa en mercancía”. La afirmación de la lógica del capital como única y universal produce unos datos escalofriantes: si en 1960 en Estados Unidos el 1% de la población poseía el 22% de la riqueza del país, en 1993 el mismo porcentaje de población posee el 39%, o, mejor dicho, 358 personas poseen, en la actualidad, la misma riqueza que el 45% de la población mundial, y mientras el desempleo aumenta enormemente, se multiplica el capital movilizad por compañías privadas, que ahora se puede comparar con la riqueza de estados naciones: la multinacional Ford es más rica que Sudáfrica, y Toyota más rica que Noruega.

En este contexto no es posible alimentar la esperanza de recortar un pedazo de tranquilidad en el interior de la McLuhaniana “aldea global”, gozar de la descentralización permitida y facilitada por la revolución tecnológica y jugar al aldeano despreocupado que se conecta de manera instantánea, gracias a su sistema multimedia, con un mundo que se supone ahí, a su disposición, de alguna forma, cosa que el entusiasmo de McLuhan por ese paso “epocal” del ojo a “la empatía y la participación de todos los sentidos” (McLuhan 1993: 55) de la era electrónica podía habernos hecho entrever.

Lo que me parece crucial en el tema de la mundialización y de la comunicación como partes y consecuencias de la revolución tecnológica de las últimas décadas es la imposibilidad de desvincular el problema de los medios, del

lenguaje, de un horizonte político-ideológico (la lección de Rossi-Landi, de su principio de homología): la eficacia tecnológica no es un valor en sí, depende de las estructuras socioeconómicas de las que surge y de los juegos de poder(es) en los que se inserta. En este sentido, tenemos que rechazar tanto las posturas demonológicas, que acaban proponiendo una metafísica anticientífica, como el determinismo tecnológico y el optimismo a toda costa. Si queremos llevar a cabo un proyecto de crítica social que busque nuevos caminos hacia una praxis productiva y para la convivencia civil, no podemos ser ni apocalípticos ni integrados, por decirlo con Umberto Eco (1965); ni creer en la visión monolítica del “pensamiento único”, ni participar en el proyecto antropocéntrico, neohumanista y neoliberal de los fautores de la “aldea global”.

2. CUERPO, SUJETO, VIRTUALIDAD: EL CIBORG Y LO POSTHUMANO

De hecho, si miramos bien el complejo conjunto de fenómenos que podemos resumir bajo la definición “mundialización”, encontraremos una cantidad de elementos a la vez homogéneos y contradictorios, nuevos y “antiguos”, y que configuran una organización social definida por Donna Haraway (1991) como “circuito integrado”. Los desarrollos y las implicaciones de este modelo, lejos de borrar toda diferencia, conllevan consecuencias desde el punto de vista del género y la raza, y para el conjunto de las relaciones sociales en general.

Para Haraway, entre las consecuencias de la mundialización se observa el surgimiento tanto de una nueva clase trabajadora como de nuevas sexualidades y etnicidades, una gran movilidad del capital y una creciente división internacional del trabajo, entretejidos con la aparición de nuevas colectividades, el debilitamiento de los grupos familiares y la erradicación de la vida pública.

Estrechamente relacionada con la crisis del Estado del Bienestar e impulsada —no causada, según Haraway— por las nuevas tecnologías, esta nueva configuración económica basada en la *homework economy* ha dado lugar a la integración en otra escala de la fábrica, el hogar y el mercado que deshace la oposición entre espacio público/productivo (la fábrica, el mercado) y espacio privado/reproductivo (el hogar), e implica una reconfiguración de las relaciones laborales y existenciales entre los seres humanos. De hecho, conectado estrechamente a la economía del trabajo casero, encontramos el fenómeno de la “feminización del trabajo”. Esta noción tiene dos facetas: indica por un lado el acceso masivo de las mujeres a la producción, tanto en el Primer como en el Tercer Mundo; por el otro significa también que el trabajo en sí se redefine, y que cada vez más hombres hacen trabajos que tienen “las caracte-

terísticas que antes tenían los empleos de las mujeres”, trabajos que implican falta de seguridad, descentralización, aislamiento y vulnerabilidad.

Resultado de esta reconfiguración del mundo laboral, a la que se une otro fenómeno contemporáneo: la feminización de la pobreza, es el hecho de haber cada vez más mujeres y hombres en situaciones similares de lucha por la supervivencia, y esto hace necesario encontrar nuevas formas de solidaridad, de apoyo y cooperación social para la supervivencia individual y colectiva en el aislamiento y la falta creciente de seguridad que configuran el circuito integrado; resulta cada vez más necesario pensar en “alianzas intergeneracionales e interraciales, no siempre agradables [...] con o sin empleo” (Haraway 1991: 287).

Haraway traza un mapa de las posiciones históricas de las mujeres en el circuito integrado, subrayando cómo dicho mapa tiene que entenderse no como constituido por elementos separados, sino como fotografía holográfica, ya que cada lugar se encuentra profundamente implicado en los demás. Al tomar en cuenta las nuevas configuraciones de los lugares clave del circuito integrado —hogar, mercado, puesto de trabajo, Estado, escuela, hospital, iglesia— Haraway (1991: 291-294) considera efectivamente en su análisis elementos estructurales y superestructurales (tecnológicos, médicos, sexuales, culturales, ideológicos) a la vez. Según la autora, no es posible leer el mapa propuesto desde la posición de un yo unitario. La multiplicidad de niveles, la ambivalencia de los procesos, la pluralidad de tensiones, conexiones, puntos de vista hacen surgir la cuestión de cuál es, quién es, y cómo definirlo, el sujeto que habita el circuito integrado. Y, más aún, ¿desde dónde definirlo?

Lo que el mapa político-cognitivo de Haraway hace evidente también es que el cambio que estamos viviendo puede consistir de hecho en un paso de la democracia a la tecnocracia, hacia lo que ella llama la “informática de la dominación”, que nos puede hacer mirar casi con nostalgia las “viejas y cómodas formas de dominación” (Haraway 1991: 275) del capitalismo industrial, patriarcal y blanco. Esto hace incluso más urgente, por lo tanto, plantearse la pregunta, presente explícita e implícitamente a lo largo de todo el texto, de cómo articular una acción política, una respuesta, al actual sistema mundial de producción/reproducción y de comunicación. Es decir, ¿cómo pensar un “yo” o un “nosotros” en tanto motor de la historia, en el cambio ideológico-social, en una época en la que el máximo de comunicabilidad puede significar al mismo tiempo un máximo de aislamiento?

Para Haraway, en la época de los circuitos integrados las identidades son puestas en cuestión radicalmente y ya no es posible pensar en términos de totalidad. La realidad es una realidad de identidades fracturadas, contradictorias, parciales y estratégicas, incluso la identidad de la mujer, objetivo de las

luchas feministas de las décadas de 1960 y 1970. En la época de los circuitos integrados, los límites entre lo físico y lo no físico se difuminan radicalmente; tanto las máquinas como los organismos biológicos se entienden como textos codificados, y descodificados por la informática, la biología y la medicina. Pero esto, lejos de ser una tragedia, el final de la historia, abre el camino para una noción del mundo en términos de lectura y escritura: lo que es (y se piensa a sí mismo como) parcial, contingente, puede ser rearticulado; lo que es codificado es codificable y puede ser recodificado; lo que se puede “leer” puede ser “escrito” de otra forma.

Según Haraway, el camino para reconstruir prácticas oposicionales pasa por una reflexión generalizada sobre posibles lecturas y escrituras del mundo a partir de la conciencia de la dimensión político-social de la tecnología, y de los sistemas de mito y significados que constituyen nuestro imaginario. Nos propone, entonces, la figura del ciborg, “mito irónico-político fiel al feminismo, al socialismo y al materialismo”, como el modelo de subjetividad ausplicable en la actual configuración tecnopolítica.

Desde una misma conciencia de las complejas implicaciones no puramente técnicas, sino sociales, culturales e ideológicas, y desde una reflexión más centrada sobre el desarrollo histórico de la cibernética, Katherine Hayles (1999) propone la noción de lo “posthumano” para definir el cambio “epocal” que estamos viviendo. Hablar de lo posthumano implica referirnos a un cuerpo inscripto por la tecnología que significa en todo momento la imposibilidad de un sujeto individual, un sujeto que pueda coincidir con un organismo biológico y personal. Posthumano, apunta Hayles, no quiere decir “antihumano”:

no quiere decir el fin de la humanidad. Al contrario, señala el fin de una cierta noción de lo humano, una noción que se podía aplicar, en el mejor de los casos, a esa fracción de la humanidad que tenía riqueza, y el tiempo libre para pensarse a sí misma como seres autónomos que ejercen su voluntad a través de *agency* y libre elección. Lo que es letal no es lo posthumano en sí, sino el injertar lo posthumano en una visión humanista del yo. (Hayles 1999: 298)

El prefijo “post” en el término “posthumano” indica, finalmente, no una secuencia temporal, lineal, sino el hecho de que “la historia serial de la cibernética —que emerge de redes a la vez materialmente reales, reguladas socialmente y construidas discursivamente —sugiere [...] que siempre hemos sido posthumanos” (Hayles 1999: 286). Siempre hemos sido mezclas, híbridos, significados por prácticas y contextos sociohistóricos.

El ciborg, cuerpo posthumano, se inserta en lo local y en la multiplicidad; se abre, mientras la está inscribiendo, a la palabra del otro y es atrave-

sado por ella, intersecado por las prácticas sociales de las que es sujeto y a las que, al mismo tiempo, está sujeto; rehúsa los grandes relatos y excede constantemente sus propios límites: no “es”, sino que se da como sujeto constantemente en proceso, en constante tensión entre “ser” y “no ser”. Es el habitante de la ciudad electrónica, del circuito integrado, que nos hace perder el miedo a la tecnología, hace de ella un propulsor de mezclas y experimentos entre el “yo” y el “otro”, ser humano, máquina y animal. Consciente de que el “otro” no está fuera sino dentro, nos empuja a cruzar las fronteras, a proponer y pensar “alianzas blasfemas”, uniones que surgen sobre la base de la heterogeneidad, no de la identidad, y en nombre de la eficiencia y de proyectos políticos concretos. No es un todo hecho de lo espurio, fragmentado en partes que una vez pertenecieron a otra totalidad, sino un cuerpo dialógico, idéntico a sí mismo y otro *a la vez*, consecuente e inestable a un tiempo; un cuerpo estructurado, *en y a través* del lenguaje, como una articulación de discursos y diferencias.

El ciborg y lo posthumano son las figuras/metáforas con las cuales Haraway y Hayles articulan su antiesencialismo radical y su compromiso político en línea con el llamado feminismo postestructuralista y su preocupación por los procesos de significación, con la problematización del sujeto, su rechazo del universalismo y del racionalismo. Estas figuras deshacen radicalmente tanto la ontología del sujeto como la fenomenología del objeto, y abren el horizonte de una nueva noción de realidad: en el espacio virtual del circuito, lo real ya no puede identificarse con lo que es visible, empíricamente perceptible o tangible. Nos fuerzan a pensar de manera distinta el concepto de materialidad, que ya no puede querer decir “físicidad”, sino conciencia de las determinaciones histórico-políticas e ideológicas (tecnolingüísticas) que nos constituyen y desafían el concepto de “referente”. La noción cartesiana de sujeto queda así puesta radicalmente en entredicho, ya que el sujeto del conocimiento no puede entenderse como puro “ser”, entidad estable y autosuficiente, origen del sentido.

En esta avanzada época de reproductibilidad mecánica donde la mano, como había apuntado Walter Benjamin, ha sido reemplazada por el “aparato” (1973), el mundo no se desvela al sujeto como verdad y autenticidad, sino como multiplicidad (de copias faltas de original); en él, la mirada es siempre una segunda mirada, implica inscripción, y “la visión de la realidad inmediata se ha convertido en una flor imposible” (Benjamin 1973: 43). Para Benjamin el discurso médico y la representación fílmica nos demuestran la imposibilidad de reducir lo real a lo visible, nos hacen enfrentar con el “inconsciente óptico” (Benjamin 1973: 48), el entramado de relaciones y de microestructuras, no inmediatamente visibles para el ojo humano, que están

debajo de la aparente unidad, naturalidad y coherencia de cada objeto, de cada contexto. Esto significa reconocer la naturaleza relacional de cualquier valor y visión, de su parcialidad constitutiva; que toda mirada, toda imagen—sobre todo, la imagen del “yo”, del sujeto— es un constructo, una representación históricamente determinada que se da *entre* ser y no ser, presencia y ausencia: un llegar-a-ser constante, inestable e indefinido. En el campo artístico esto quiere decir que el arte moderno “se ha escapado del *halo de lo bello*” (Benjamin 1973: 38), y ya no puede ser entendido recurriendo a categorías estéticas, sino mediante su inscripción en el espacio público y *material* de la *polis*, en el entramado sociohistórico de relaciones de producción (económica, lingüística, ideológica) y de poder. Epistemológicamente esto implica la necesidad de ir más allá de lo que Paul de Man (1986) llama la “fenomenalidad del significante”, e indica la necesidad del reemplazo de un modelo hermenéutico por uno semiótico (fundamentalmente, la propuesta de Rosi-Landi). Sólo anclados en un proceso de cuestionamiento acerca de la *significación del mundo*, *en el mundo* y *a través del mundo*, rechazando el mito fundador —y puramente nostálgico— de una inocencia originaria, se podrá emprender la tarea de “moviliza[r] a las masas” (Benjamin 1973: 54) para lograr no simplemente la expresión, o la comunicación, sino la crítica a lo establecido, la implementación de un cambio. Esto quiere decir que, más que en una aldea global idílica, vivimos y circulamos en un Pop Mart, para utilizar el término de un fenómeno de masas bastante reciente, la gira de concierto del grupo U2: vivimos en un mercado global en el cual la cultura popular hace que nos enfrentemos con la fascinación artificial de la mercancía y en el que lo real, como apuntó Baudrillard, es “satelizado”.

3. LA “RECEPCIÓN EN LA DISTRACCIÓN”: CONSUMO, VIRTUALIDAD Y FANTASÍA

La gira que los U2 llamaron Pop Mart —presentada públicamente en Nueva York en una tienda de Wal Mart y cuyo logo omnipresente era un carrito de la compra— abarcó veinte países incluidos Bosnia, Israel y Egipto, durante poco más de dos meses después de la gira en Estados Unidos en 1997. Presentaba a los espectadores un escenario de 100 metros, una pantalla de 56 x 170 metros, un arco de 100 metros que evocaba la M de McDonald, un palillo de 100 metros, con una aceituna rellena de 12 metros. La pantalla de 150 pixels y un millón de LED, transparente y extremadamente ligera, conectada a un video y a una computadora, enseñaba imágenes del concierto en tiempo real —planos medios, generales y hasta primerísimos planos de los

artistas— mezclados a veces con paisajes virtuales, imágenes documentales de íconos culturales como Martin Luther King, Jimmy Hendrix y el trabajo de artistas como Andy Warhol, Keith Haring y Roy Lichtenstein.

El efecto de esta carga sensorial era muy peculiar: para poder disfrutar tanto del concierto como del espectáculo en conjunto y de las imágenes en la pantalla, lo mejor para el espectador era situarse lejos del escenario donde tenía lugar el acontecimiento en directo. Sólo desde lejos podía apreciar el espectáculo dentro del espectáculo, la mezcla de elementos reales, virtuales y documentales con el juego sensorial (y sensual) de luces, colores y formas que enmarcaban y marcaban el escenario y la pantalla. De esta manera, tener una experiencia lo más plena posible del show en vivo —un acontecimiento real que tenía lugar en tiempo real— implicaba alejarse de los cuerpos físicos en el escenario, dividir la atención entre los *performers* y las imágenes en la pantalla que enseñaban detalles de las personas reales (como el interior de la boca de Bono, un ejemplo de hiperrealidad) inalcanzables por la visión “natural” del espectador. La imagen en la pantalla del objeto representado por medios técnicos parecía más real que la realidad en sí (estaba más cerca, enseñaba más detalles). Disfrutar del acontecimiento Pop Mart implicaba convertir a las personas reales en el escenario —los “artistas” que producen un hecho en tiempo real— en elementos insertos en una imagen más amplia (aunque fragmentada): se trataba de la “recepción en la distracción”, según la terminología de Benjamin. De esta manera, una experiencia, real estética (es decir, perceptiva, sensorial) se transformaba y era percibida, al mismo tiempo, como un acontecimiento fuertemente mediatizado, un acontecimiento en el cual tanto los elementos “reales” como los artificiales (virtuales, generados por computadora) eran igualmente importantes para crear el efecto de una experiencia, de un acontecimiento que tiene lugar en niveles múltiples y distintos.

Pero la “recepción en la distracción” significa, como apuntó, Benjamin, “apercepción táctil y óptica”, es decir que el objeto es aprehendido (“notado”, dice el autor) de una “manera incidental” (manera que “en ciertas circunstancias puede adquirir valor canónico”). Dicha aprehensión implica percepción y uso: el consumo —que es lo que ha caracterizado típicamente nuestra relación con la arquitectura y el cine— es parte, ahora —según Benjamin— del modo contemporáneo de percepción que llamamos arte. El consumo —el consumo de masas— en lugar de ser lo opuesto del arte, debería ser considerado como característico de nuestra relación con el arte hoy en día porque el arte ha cambiado su función y naturaleza. En una época en la cual somos testigos de una destrucción del aura muy radical, el valor de culto de la obra de arte ha sido sustituido por el valor exhibitivo, la permanencia por la transitoriedad, la unicidad y la originalidad o la multiplicidad y el simulacro. La cues-

tión no es, por lo tanto, elaborar un juicio moral o estético acerca de una obra, un artefacto o una experiencia, sino “movilizar a las masas”, algo que el autor alemán vio como el problema crucial en el proceso de totalitarismo creciente y de la creciente proletarización del hombre moderno de su época.

En un momento de erosión del espacio público y social, con las tecnologías de la información que parecen devolver la producción al hogar, el Pop Mart parece decirnos que hay que inventar nuevos modos para cuestionar lo dado. Si la cultura popular es, como Gramsci apuntó, el lugar donde se negocian y legitiman el poder político y la hegemonía, es crucial desestetizar y politizar el arte, evitar que produzca “valores de culto”. Lo que la artificialidad radical de la mercancía nos indica es que con y tras todo objeto o imagen no encontramos la verdad —*das Ding an Sich*—, sino un proceso y relaciones de producción, es decir, el antagonismo social, inevitable e incesantemente mediatizado por la lógica de la visibilidad y la presencia del lenguaje. Pero si “el fundamento esencial de la autoridad de la Ley reside en su proceso de enunciación” (Žižek 1989: 37) y si la autorreferencialidad del lenguaje crea la creencia que “sostiene la fantasía que regula la realidad social” (Žižek 1989: 36), las prácticas de producción cultural, movilizándolo la fantasía, pueden empujarnos a buscar nuevos modos para articular demandas nuevas, dando visibilidad, presencia y sentido a lo que siempre queda por decir, lo que (siempre) queda por cambiar. Si la realidad es virtual, el arte puede ayudarnos a convertir la virtualidad —la fantasía de un mundo distinto, más justo— en una realidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENJAMIN, W. (1973) “La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica” en *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- BONFANTINI, M. (1996) “Gli inganni del villaggio globale” en A. Ponzio (1996).
- BRENNAN, T. y JAY, M. (eds.) (1996) *Vision in Context: Historical and Contemporary Perspectives on Sight*. Nueva York: Routledge.
- CHOMSKY, N. y RAMONET, I. (1995) *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- ECO, U. (1965) *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen, 1968.
- GODZICH, W. (1994) *The Culture of Literacy*. Cambridge: Harvard University Press.
- HARAWAY, D. (1991) *Ciencia, cyborgs y mujeres*. Madrid: Cátedra, 1995.
- HAYLES, K. (1999) *How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics*. Londres: Chicago University Press.

- JAMESON, F. (1992) *The Geo-Political Aesthetic: Cinema and Space in the World System*. Bloomington: Indiana University Press.
- MAN, P. de (1986) *La resistencia a la teoría*. Madrid: Visor, 1990.
- MCLUHAN, M. (1993) *La galaxia Gutenberg*. Madrid: Círculo de lectores.
- MITCHELL, W. J. T. (1995) "The Pictorial Turn" en *Picture Theory: Essays in Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- PONZIO, A. (1996) "Introduzione" en *Comunicazione, comunità, informazione* de A. Ponzio (ed.). Lecce: Pietro Manni.
- ROSSI-LANDI, F. (1968) *Il linguaggio come lavoro e come mercato*. Milán: Bompiani.
- ŽIŽEK, S. (1989) *The Sublime Object of Ideology*. Londres y Nueva York: Verso.

ABSTRACT

In Vision in Context, Martin Jay (1994) has remarked that the proliferation of images has caused a change of paradigm in the cultural imaginary of our times. He proposes to think about a change from the "linguistic turn" to a "pictorial turn", that is gaining among contemporary critics. This article wants to reflect upon the "pictorial turn" from the point of view of the "linguistic turn" which is considered to be drained. This article is about how new technologies have changed the cultural, artistic and philosophic panoramas and their practices.

Giulia Colaizzi es profesora titular de Comunicación Audiovisual en la Universitat de València. Miembro del consejo asesor de la colección "Feminismos" (Cátedra/Universitat de València), ha impartido clase en Estados Unidos, República Argentina, México, Brasil, Cuba. Entre sus publicaciones: *Womanizing Film* (1989), *Feminismo y teoría fílmica* (1995), y la coedición de *Incontri di culture. La semiotica tra frontiere e traduzioni* (2000). E-mail: giuliana.colaiizzi@uv.es

FRONTERAS INVISIBLES: EL VÍNCULO CRÍTICO ENTRE POPULAR Y GLOBAL

ANTONIO MÉNDEZ-RUBIO

Ellos tienen el poder, nosotros la noche.
Graffiti

1. CULTURA GLOBAL Y CRISIS DE IDENTIDAD

El estudio crítico de la globalización cultural, escasamente relevante hasta la última década del siglo XX, cuenta con dos limitaciones en su origen: el primado tradicional de las perspectivas locales —del folclore a la antropología— y/o nacionales —del estalinismo moderno a lo nacional-popular en Gramsci—; y la tendencia a establecer determinismos a partir de lo político como ocurre en la sociología de las relaciones internacionales en torno a 1960, en la historia de la internacionalización del Estado-nación europeo y como lo muestra el análisis wallersteiniano del sistema-mundo capitalista, determinismo de lo económico. Si la primera limitación reproduce fronteras de tipo espacial o territorial, la segunda implica una fronterización disciplinaria clásica para la cual la relevancia de la cultura no sobrepasa la condición de epifenómeno social.

En realidad, la genealogía de estas limitaciones no puede separarse de su lógica histórica, visto que sólo en el último tercio del siglo XX el pensamiento sobre cultura y globalización se convierte en una posibilidad concreta. De he-