

Mercancías digitales y ciberespacio: apuntes sobre crítica de la economía política en los albores del siglo XXI

Andrés Cabrera¹

Recibido: 30/07/2018

Aceptado: 01/11/2018

RESUMEN

Este artículo reflexiona sobre la masificación de las mercancías digitales en el capitalismo tardío, considerando los aportes de la crítica de la economía política inaugurada por Marx y algunos de sus más importantes herederos durante los siglos XX y XXI. En la actualidad, el ciberespacio se convierte en el canal más apropiado para operativizar los flujos financieros del mercado global, mientras promueve la desestabilización de sistemas políticos que tienden la descomposición. En el primer caso –y desde una perspectiva económica– las nuevas mercancías digitales intensifican el ‘ocultamiento fetichista’ mediante sofisticados circuitos productivos, financieros y comerciales, mientras al mismo tiempo, promueven la ‘apertura’ al ciberespacio, acelerando de este modo la reproducción ampliada del capital. En el segundo caso –y desde un punto de vista político– las nuevas mercancías digitales intensifican la dislocación social provocada por la emergencia histórica de la sátira que, en la era digital, contiene el ‘peso inmaterial’ de la comunicación virtual descargada como *shitstorm*.

Palabras clave | *Mercancía digital, capitalismo tardío, crítica de la economía política, ciberespacio, sátira.*

¹ Magíster en Filosofía, Universidad Católica de Valparaíso. Magíster en Análisis Sistémico aplicado a la Sociedad, Universidad de Chile. Licenciado en Historia con mención en Ciencia Política, Universidad Católica de Valparaíso. Correo electrónico: andres.cabrera.s@gmail.com

ABSTRACT**Digital commodity and cyberspace: notes on critique of political economy at the dawn of twenty-first century**

This article reflects on the expansion of digital commodities in the age of late capitalism, considering the contributions of the critique of political economy inaugurated by Marx and some of his most important heirs during twentieth and twenty-first centuries. Nowadays, cyberspace is becoming the most appropriate channel to operationalize the financial flows of the global market, while it also promotes the destabilization of political systems that tend to decomposition. In the first case –from an economic perspective– new digital commodities intensify the ‘fetishist concealment’ through sophisticated productive, financial and commercial circuits, while at the same time, they promote the ‘opening’ to cyberspace, accelerating the extended reproduction of capital. In the second case –from a political point of view– new digital commodities intensify the social dislocation caused by the historic emergence of satire, which in the digital era contains the ‘immaterial weight’ of virtual communication expanded as *shitstorm*.

Keywords | *Digital commodity, late capitalism, critique of political economy, cyberspace, satire.*

EXPLORAR EL CIBERESPACIO MEDIANTE LOS RECURSOS OTORGADOS POR LA CRÍTICA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA.

La explosiva masificación de nuevos medios digitales con la que comienza el siglo XXI, ha transformado considerablemente el despliegue comunicativo de la sociedad mediante la reproducción de un torrente informativo que se acumula y expande en un ciberespacio que pareciera carecer de límites precisos. Este proceso –aún en ciernes– ha modificado *in extremo* el ámbito de las relaciones sociales. Si bien, las nuevas modalidades comunicativas incorporan avances tecnológicos inéditos, estas variaciones nos permiten comprender aspectos constitutivos de la ontología del ser histórico-social.

Por un lado, y desde el punto de vista de la reproducción capitalista, tenemos una infinita serie de algoritmos desperdigados por el ciberespacio que constituyen la condición de posibilidad de un sofisticado circuito financiero desde el campo bursátil mundial al ámbito del consumo particular. El hecho de que las cifras transiten por el ciberespacio a “velocidad luz” (cuestión fundamental para un sistema económico

‘monetarizado’, ‘financiarizado’ y –muy próximamente– ‘*bitcoinizado*’), es un claro ejemplo de la capacidad integradora y universalizadora del *capital*. A este respecto, pensemos tan solo en las palabras de Karl Marx incorporadas en el último apartado de la sección primera de *El Capital*, dedicado a explicar la situación del ‘Dinero Mundial’ –por cierto– apartado en el que se evidencia la sofisticada y anticipada lectura de Marx sobre la lógica reproductiva capitalista:

“En el comercio mundial las mercancías despliegan su valor de modo universal. De ahí que su figura autónoma de valor se les contraponga, en este terreno, como *dinero mundial*. Sólo en el mercado mundial el dinero funciona de manera plena como la mercancía cuya forma natural es, a la vez, forma de efectivización directamente social del trabajo humano *in abstracto*. Su modo de existencia se adecua a su concepto” (Marx, 2010:174).

Por otro lado, desde un punto de vista social y político, la alteración de los patrones comunicacionales de la sociedad ha modificado el quehacer práctico de billones de personas en el mundo entero. La producción, consumo y utilización de diversas mercancías digitales ha redefinido las modalidades con las que interactuamos a nivel social, registrando incluso variaciones importantes en el plano de nuestra experiencia subjetiva, sensitiva y corporal. Prueba de ello, es el aumento progresivo de la cantidad de tiempo que pasamos frente a diversas pantallas; ya sean de televisor, computador, *smartphone* [teléfono inteligente] u otros. Hace tan sólo unas décadas la pantalla de TV comenzaba a instalarse en las salas de estar de los hogares. Posteriormente, a medida que iba creciendo el número de televisores disponibles en estos recintos, comenzó a entrar en las habitaciones para otorgar “entretenimiento”, mientras los espectadores intentaban conciliar el sueño haciendo “*zapping*” después de una agotadora jornada de trabajo.

Es curioso cómo la portabilidad de las pantallas explota estos efectos. Por ejemplo, la jornada de trabajo comienza a ser reproducida en el mismo hogar. Con esto, las pantallas –sobre todo los ordenadores computacionales– conquistan un nuevo espacio para promover la reproducción capitalista, colonizando el que no hace mucho tiempo era el espacio del mundo privado. Los espacios tradicionales de producción –la fábrica, la oficina o incluso las tiendas del retail– tienen un nuevo “competidor”: los hogares. De un modo similar, la “entretenimiento” que había entrado a las habitaciones gracias a la pantalla de TV, hoy ingresa a nuestras propias camas en forma de *smartphone*². No

² Según un estudio de *Pew Reserch Center* para Estados Unidos (2012), un 44% de los propietarios de celulares aseguran haberse dormido junto a su teléfono. Disponible en: http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2012/PIP_Best_Worst_Mobile_113012.pdf

es difícil proyectar que la incorporación de nuevas tecnologías en el propio cuerpo humano se volverá una práctica cada vez más común, en la medida en que nos adentremos en el presente siglo.

Por cierto, estas tendencias ya se percibían claramente a fines del siglo XX. José María Ripalda –en un formidable intento de historización filosófica– manifestaba hace más de dos décadas que la complejidad del aparato de TV recién comenzaba a perfilarse:

“Nuevas formas de producción y de vida nos anuncian una movilidad inédita, realidades virtuales, entornos por ordenador, espacios cibernéticos, biotecnologías y prótesis orgánico-electrónicas [...] Todo ello anuncia no sólo una capacidad inédita de proyección y transferencia sino una reconstrucción del psiquismo «interno» a base de un inconsciente manipulable industrialmente” (Ripalda, 1996:197).

Dentro de la derivación que van asumiendo los fenómenos aludidos, una de las cuestiones fundamentales asociadas a la creciente complejidad introducida por las nuevas *mercancías digitales* es que su vertiginosa evolución pone en serias dificultades nuestra posibilidad de comprender –de un modo medianamente integral– las múltiples conexiones planetarias que posibilitan su creciente producción tecnológica y los entramados especulativo-financieros que dichas operaciones revisten dentro del circuito comercial. De más está decir que el desafío de explicar e interpretar de manera adecuada estos fenómenos sigue siendo ineludible, no sólo para el devenir de la ciencia, sino también, para todo movimiento u organismo político que aspire a mantener y/o constituirse en poder hegemónico.

Todo parece indicar que la historicidad humana está permanentemente siendo rebasada por la creciente complejidad que va asumiendo la totalidad globalizada, vale decir, la vida social reproducida por el sistema capitalista contemporáneo en su modalidad neoliberal. ¿Puede el género humano revertir este ‘rebase’ asociado al permanente aumento de la complejidad societal? Si aquello no es posible, ¿puede al menos morigerarlo? Un “buen gobierno” debiese ser consistente en este sentido.

En efecto, la hipótesis de lectura que sustenta este artículo, es que las nuevas formas comunicacionales que asume la sociedad actual, tienen un efecto “positivo” para la economía, mientras despliega consecuencias “negativas” para la política (entendiendo que entre ambas esferas tenemos la configuración de una ‘autonomía relativa’, lo cual, permite la intensificación –registrada en cada sistema– de cierta ‘especialización funcional’).

Dicho de otro modo –y apelando esta vez a un énfasis temporal– pareciera ser que el ‘presentismo absoluto’, desplegado por las nuevas lógicas comunicacionales en el amanecer del siglo XXI, otorga un mayor grado de fluidez a la circulación y valorización del valor, mientras la inmediatez temporal generada por el ‘aceleracionismo comunicacional’, impide a la política responder a las exigencias sociales mediante la incorporación de las dimensiones pasada (fundamental para constituir lazos identitarios) y futura (fundamental para generar proyecciones estratégicas de mediano y largo plazo, además de conformar nuevos ‘horizontes de sentido’), configurando una política restringida a la mera respuesta de lo contingente. Estas nefastas consecuencias para la política ya las había comprendido de manera anticipada el sociólogo Norbert Lechner. Para este:

“La erosión de la dimensión histórica del tiempo refleja un fenómeno decisivo de nuestros días: *la aceleración del tiempo*. Un ritmo más y más rápido devora todo “al instante”. Ello tiene un doble efecto sobre la política. Por un lado, el tiempo deviene un recurso cada vez más escaso. La política ya no dispone de plazos medianos y largos de aprendizaje y maduración; se agota en el aquí y el ahora. En lugar de formular y decidir las metas sociales, la actividad política corre tras los hechos y apenas logra reaccionar sobre los desafíos externos. Cuando el tiempo deviene escaso, la rapidez de la reacción constituye el éxito. Entonces la reflexión acerca del futuro deseado suele ser sustituida por el cálculo de oportunidades dadas. Pero si no hay otro horizonte que la coyuntura, tal cálculo se reduce a los plazos cada vez más cortos y no logra anticipar los resultados de una decisión. Por el otro lado, la aceleración del ritmo de vida hace más difícil generar tiempo” (Lechner, 2007:352).

Tal como se evidencia en los párrafos introductorios, nos encontramos ante el “descubrimiento de un continente” que comporta el despliegue de inéditas relaciones sociales, las cuales engendran procesos tan intensos como: la mercantilización digital de la vida cotidiana (que promueve la relación entre la conciencia individual y el ‘mundo exterior’; relación mediatizada por la manipulación de la mercancía digital), la reproducción de la subjetividad dentro del neoliberalismo, la ‘fenomenologización’ de una nueva experiencia del tiempo y/o la instantánea fluidez algorítmica del capital, entre otras características del denominado *spätkapitalismus* [capitalismo tardío].

Entendiendo la magnitud de este continente, el presente artículo se restringe a mencionar dos aspectos que asume la *praxis* de la mercancía digital, tanto en el ámbito de la economía, como en el ámbito de la política; utilizando a su haber

algunos recursos que provienen de la apuesta teórica fundada por Marx a partir de su ‘crítica de la economía política’ y las derivaciones que dicha apuesta teórica ha asumido *a posteriori*.

En la primera dimensión (económica), se explora el ‘efecto fetichista’ de ‘ocultamiento’ y ‘apertura’ permitida por la manipulación de la mercancía digital, cuestión que por cierto, entrecruza el plano histórico con el ontológico.

En la segunda dimensión (política), se advierten las implicancias de la praxis digital al momento de insertar el evento satírico en un contexto de crisis por descomposición. La emergencia histórica de la farsa, permite intensificar la separación entre gobernantes y gobernados (crisis de representatividad). La particularidad de las actuales circunstancias, es que hoy el peso de la avalancha satírica posee una agregación histórica que la vuelve mucho más brutal que la sátira desplegada en épocas pasadas. Este factor es el ‘peso inmaterial’ de la comunicación virtual descargada como *shitstorm*; literalmente, como ‘tormenta de mierda’ digital.

OCULTAMIENTO FETICHISTA Y APERTURA AL CIBERESPACIO: PRAXIS (MANIPULACIÓN) DE LA MERCANCÍA DIGITAL.

Una pieza clave dentro de la interpretación que Karl Marx brinda a la reproducción de las relaciones capitalistas en su obra *El Capital*, es que el desarrollo histórico del sistema capitalista ha ido consolidando sistemáticamente la preponderancia del ‘fetichismo de la mercancía’. Si aquello es cierto (cuestión que este artículo comparte), el capitalismo tardío incrementaría como en ninguna otra época la preponderancia de este fenómeno. Tal como ha manifestado David Harvey en su *Guía de El Capital de Marx*:

“En sistemas muy complicados de intercambio es *imposible* saber nada sobre el trabajo o los trabajadores, y por eso el fetichismo es inevitable en el mercado mundial. El resultado final es que nuestra relación social con las actividades laborales de otros queda oculta bajo las relaciones entre cosas [...] El fetichismo es un aspecto inevitable del modo de producción capitalista” (Harvey, 2014:46).

Un ejemplo idóneo para retratar el ‘ocultamiento fetichista’ ejecutado a través de la mercantilización de aparatos digitales, se encuentra en el análisis de la ‘singularidad’ elaborado por Fredric Jameson quien, basándose en un modelo simplificado de LiPuma & Lee (2004), destaca un acontecimiento comercial

cuyas probabilidades de repetición son cercanas a cero, en gran medida, por lo significativo que se vuelve el componente financiero dentro de las relaciones capitalistas contemporáneas:

“Una corporación estadounidense que firma un contrato para suministrar diez millones de teléfonos móviles a una filial brasileña de una firma sudafricana. La arquitectura interior del dispositivo será fabricada por una empresa germano-italiana; la carcasa, por un fabricante mexicano, y una empresa japonesa suministrará los demás componentes. Ahí tenemos al menos seis monedas diferentes, cuyos tipos de cambio fluctúan constantemente, como es norma en la globalización actual. El riesgo de variaciones imprevistas entre esos tipos de cambio será entonces cubierto por una especie de seguro, que combina seis o siete contratos diferentes; y es todo ese paquete el que constituirá el ‘instrumento financiero’ que es el derivado único en cuestión. Obviamente, la situación (y el ‘instrumento’) será siempre mucho más complicada, pero lo que queda claro es que, aun tomando el antiguo mercado de futuros sobre las cosechas como una especie de antepasado simplificado y primitivo, nunca puede haber otro derivado como este en cuanto a su estructura y requerimientos. De hecho, se parece más a un acontecimiento único que a un contrato, que es algo con una estructura estable y un estatus jurídico” (Jameson, 2014:126).

De este modo, la relación que el individuo genera con la mercancía digital dejará en un estado ‘oculto’ o de ‘latencia’ las complejas relaciones laborales, comerciales y financieras que anteceden a su utilización. Bajo esta consideración, vale recordar el rastreo etimológico de la palabra “latencia” desarrollado por José Ortega y Gasset, quién explicará que:

“El ser de una cosa está siempre dentro de la cosa concreta y singular, está cubierto por esta, oculto, latente. En griego estar cubierto, oculto, se dice *lathein*, con la misma raíz de nuestro latente y latir. Decimos del corazón que late no porque pulse y se mueva, sino porque es una víscera, porque es lo oculto o latente dentro del cuerpo. Cuando logramos sacar claramente a luz el ser oculto de la cosa decimos que hemos averiguado su verdad. Por lo visto, averiguar significa advenir, hacer manifiesto algo oculto, y el vocablo con el que los griegos decían ‘verdad’ –*alétheia*– resulta significar lo mismo: a equivale a *des*; por tanto, a-létheia es des-ocultar, des-cubrir, des-latentizar” (Ortega, 1977:21).

En la actualidad, “sacar a la luz el ser oculto de la cosa” es –en nuestro caso– hacer manifiesta las formas productivas, comerciales y especulativas que subyacen al consumo y manipulación de la *mercancía digital*. Sin embargo, la posibilidad de “hacer manifiesto el ser oculto” de dicha mercancía no depende de nuestra mera voluntad, ya que el ‘ocultamiento’ se encuentra anclado al circuito mismo de la reproducción capitalista. Tal como nos lo recuerda Slavoj Žižek, es por este motivo que Marx: “*nunca se refirió al fetichismo de la mercancía como una ideología, por la sencilla razón de que es una ‘ilusión’ que no forma parte de ninguna ‘superestructura ideológica’, sino que está situada en el corazón mismo de la ‘base económica’ capitalista*” (Žižek, 2012:198).

Ahora bien, sin entrar en contradicción con el sentido etimológico de la latencia, la propia evolución de capitalismo nos lleva a agregar un complemento más, esta vez, desde las variaciones hermenéuticas engendradas por el siglo XIX, las cuales, han sido claramente identificadas por Michel Foucault en su célebre conferencia: *Nietzsche, Freud, Marx*. Según el filósofo francés, a partir de estos tres autores:

“Los signos se han sobrepuesto en un espacio mucho más diferenciado, según una dimensión que se podría llamar de profundidad, pero a condición de no entender por ella la interioridad sino, al contrario, la exterioridad [...] Yo me pregunto si esta espacialidad, este juego de Nietzsche con la profundidad, no pueden compararse con el tratamiento, aparentemente diferente, que Marx ha llevado con la superficialidad. El concepto de superficialidad en Marx es muy importante; en el comienzo de *El Capital* él explica cómo, a diferencia de Perseo, debe sumergirse en la bruma para mostrar con hechos que no hay monstruos ni enigmas profundos, porque todo lo que hay de profundidad en la concepción que la burguesía tiene de la moneda, del capital, del valor, etc., no es en realidad sino superficialidad” (Foucault, 1995:38-40).

Desde el ámbito de la ‘superficialidad’, la manipulación de la *mercancía digital* por parte del individuo permite la apertura de este a una red global que lo conecta con las más diversas plataformas virtuales desperdigadas por el ciberespacio.

Este aspecto ‘exteriorizado’, ‘visible’ y ‘fantasmagórico’ de la relación formada entre el consumidor y la mercancía digital, dispara el registro comunicativo de la sociedad, así como también, nuestras propias fantasías. Con ello, la mercancía digital no pierde ninguna de las características esenciales que Marx le atribuye a la mercancía al inicio de *El Capital*, por el contrario, las intensifica, ya que aquella “es, en primer lugar, un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran. La naturaleza de esas necesidades, el

que se originen, por ejemplo, en el estómago o en la fantasía, en nada modifica el problema” (Marx, 2010:43)³.

En la era de la información, el consumo de información se corresponde con la producción de información. La reproducción de información por parte del individuo es un fenómeno casi inherente al involucramiento de éste con la red. Baste pensar que el sólo hecho de registrar y montar un ‘perfil’ en plataformas como *Facebook* provoca una acumulación de datos que el mercado (en forma de *Big Data*) utilizará al instante para incentivar expectativas de consumo compatibles con dicho ‘perfil’ (Skeggs & Yuill, 2016). Evidentemente, el ciberespacio también es conquistado y reproducido por el imperio del capital: “el acceso global está cada vez más basado en la privatización virtualmente monopolista de la nube que proporciona ese acceso. Cuando más acceso recibe un usuario individual a un espacio público universal, más privatizado está ese espacio” (Žižek, 2012:416).

LA EMERGENCIA DE LA SÁTIRA Y LA EXPERIENCIA HISTÓRICA DE LA FARSA: MALESTAR SOCIAL EN LA ERA DIGITAL.

Sin duda alguna, uno de los dilemas cruciales que emerge dentro de estas coordenadas se circunscribe al ‘lugar’ que ocupa lo social y lo político dentro del ciberespacio, en particular, en contextos democráticos donde tiende a configurarse un agotamiento del despliegue institucional acoplado a la reproducción capitalista-neoliberal.

Uno de los fenómenos más sorprendentes potenciados por la masificación de las mercancías digitales, es la emergencia de la sátira y su explosiva diseminación a través del ciberespacio, cuestión que demuestra la extrema banalización en las que han caído las formas simbólicas representadas por la institucionalidad democrática configurada tras el advenimiento de la ‘tercera ola democratizadora’ (Huntington, 1994) sobrevenida en las democracias de cuño occidental. En este contexto, los síntomas de la ‘descomposición’—algunos de ellos asociados a flagrantes casos de corrupción y desgarramientos internos que aquejan a las coaliciones y/o partidos políticos tradicionales— brotan y se expanden vertiginosamente al alero de una opinión pública que incrementa su complejidad producto de la masificación de

³ Cabe registrar la cita que Marx incorpora en el centro del párrafo con la finalidad de profundizar la noción asociada a la fantasía, a partir de la obra de Nicholas Barbon: “El deseo implica necesidad; es el apetito del espíritu, y tan natural como el hambre al cuerpo... La mayor parte (de las cosas) derivan su valor del hecho de satisfacer las necesidades del espíritu.” (Nicholas Barbon. *A Discourse on Coining the New Money Lighter. In Answer to Mr. Locke’s Considerations...*, Londres, 1696, pp. 2, 3.

nuevos medios digitales. Junto a ello, la *shitstorm* –término utilizado por el filósofo surcoreano Byung-Chul Han, que en su traducción literal significa ‘tormenta de mierda’ o, si se prefiere, ‘indignación digital’– se disemina por múltiples recovecos de un ciberespacio que pareciera carecer de límites precisos. Para Han, lúcido y pesimista en su diagnóstico:

“Las olas de indignación son muy eficientes para movilizar y aglutinar la atención. Pero en virtud de su carácter fluido y su volatilidad no son apropiadas para configurar el discurso público, el espacio público. Por esto son demasiado incontrolables, incalculables, inestables, efímeras y amorfas. Crecen súbitamente y se dispersan con la misma rapidez [...] La actual multitud indignada es muy fugaz y dispersa. Le falta toda *masa*, toda gravitación, que es necesaria para acciones. No engendra ningún futuro” (Han, 2014:13-14).

Las preguntas que deja abiertas Byung-Chul Han son bastante claras: ¿Podrá emerger una “ciudadanía y/o movimiento virtual” que supere el carácter superfluo desplegado por la *shitstorm*? Si es así: ¿Podrá la “ciudadanía y/o movimiento virtual” densificar ‘masa’ en un nivel apropiado para disputar poder político?

Con todo y a pesar del componente inédito suministrado por los avances tecnológicos a inicios del siglo XXI, estos registros no son del todo desconocidos. El agotamiento de un ciclo histórico tiende a replicar patrones de experiencias pasadas. El curso de la historia ha demostrado en diversas ocasiones que el despliegue social de la ironía, el sarcasmo y –por sobre todo– la experiencia de la farsa, son el amanecer de un proceso de politización ascendente que tiende a escindir, muchas veces de manera radical, a los gobernados de los gobernantes. En este contexto, las antípodas dialécticas que dinamizan el espacio social aparecen bajo el rostro de la *transformación* o la *restauración*.

En uno de los prólogos más brillantes de la historia de la filosofía, un joven Karl Marx mencionaba *En torno a la crítica del derecho de Hegel* (1843) que:

“La historia es siempre concienzuda y pasa por diversas fases antes de enterrar a las formas muertas. La fase final de una forma del mundo es la comedia. Los dioses de Grecia, ya trágicamente heridos de muerte en el Prometeo encadenado, de Esquilo, hubieron de sufrir todavía otra muerte, esta vez cómica, en los Coloquios de Luciano. ¿Por qué esta trayectoria histórica? Para que la humanidad pueda separarse alegremente de su pasado” (Marx, 1982:494).

Cabe recordar en este punto el formidable análisis en torno a la obra brechtiana desarrollado por Walter Benjamin, quien destacaba que Marx,

“a la luz de la crítica de las relaciones entre los hombres, se convirtió por ello en un profesor de la sátira, y no estaba lejos de ser en ella un maestro. Brecht ha ido a su escuela. La sátira, que siempre ha sido un arte materialista, es además en él un arte dialéctico” (Benjamin, 1998:114)⁴.

¿No está en la emergencia de la sátira y la experiencia histórica de la farsa uno de los ejes fundantes de lo que podríamos denominar como ‘materialismo dialéctico’? Un “joven Žižek” –apoyado en la *Crítica de la razón cínica* del filósofo alemán Peter Sloterdijk (1998)– nos dirá en *El sublime objeto de la ideología* que hay que distinguir entre el ‘cinismo ideológico’ desplegado en la sociedad contemporánea del denominado *kinismo*. El *Kinismo*:

“Representa el rechazo popular, plebeyo, de la cultura oficial por medio de la ironía y el sarcasmo: el procedimiento *kínico* clásico es enfrentar las patéticas frases de la ideología oficial dominante –su tono solemne, grave– con la trivialidad cotidiana y exponerlas al ridículo, poniendo así de manifiesto, tras la sublime nobleza de las frases ideológicas, los intereses ególatras, la violencia, las brutales pretensiones de poder. Este procedimiento, así pues, es más pragmático que argumentativo; subvierte la propuesta oficial confrontándola con la situación de su enunciación” (Žižek, 2012:57).

Probablemente, en estas ideas ya se encuentra anidada una comprensión germinal de lo que posteriormente –un Žižek más “maduro”– denominará como: ‘brecha de paralaje’. Hablamos –desde una perspectiva política– de la emergencia de la inversión histórica; de la ‘separación del Uno de sí mismo’; de la escisión radical entre la elite que detenta el poder y los segmentos sociales que intentan subvertirlo; apelando estos últimos –dentro de sus fases primigenias– al *kinismo*. Nos encontramos entonces, ante una brecha de paralaje, una “confrontación de dos perspectivas estrechamente vinculadas entre las cuales no es posible ningún campo neutral en común” (Žižek, 2006:11-12). Siguiendo la metáfora desarrollada por el filósofo y psicoanalista esloveno, son dos lados de una *cinta de moebius* que –a pesar de correr en paralelo– nunca se topan, no tienen ‘ningún terreno neutral común’⁵.

⁴ Algunas lecturas atribuirán una importancia similar al rol desempeñado por la comedia en la obra de G. W. F. Hegel. Tal como ha propuesto Alenka Zupančič: “Hay pocas dudas de que entre los filósofos clásicos Hegel fue quien concedió un valor más alto a la comedia y al espíritu cómico” (Zupančič, 2010:225).

⁵ Vale mencionar en este registro al pie, algunas de las implicancias asumidas por Žižek en el ya citado libro: “En una primera aproximación, esta noción de brecha de paralaje no puede sino aparecer como una revancha de Kant sobre Hegel: ¿no es acaso “paralaje” otro nombre para una antinomia fundamental que nunca puede

De acuerdo a estos antecedentes intelectuales, cabe suponer que el análisis del surgimiento histórico de la sátira y su conexión con el ámbito político tiene raíces también en la vertiente marxista heterodoxa durante el siglo XX. En las primeras décadas de este período, Antonio Gramsci, uno de los herederos más prolijos de esta tradición, ahondará en las características asumidas por el surgimiento histórico del sarcasmo desde una perspectiva eminentemente política:

“En su forma originaria el sarcasmo tiene que entenderse como una expresión que subraya las contradicciones de un período de transición; se intenta mantener el contacto con las expresiones humanas subalternas de las viejas tradiciones y, al mismo tiempo, se acentúa la distanciamiento respecto de las concepciones dominantes y dirigentes, a la espera de que las nuevas concepciones, con la solidez conquistada a través del desarrollo histórico, dominen hasta adquirir la fuerza de las ‘creencias populares’” (Gramsci, 2004:308).

Más allá de la tradición marxista, quien comprendía perfectamente bien este complemento entre risa y perturbación es Henry Bergson. El filósofo francés en su pormenorizado estudio dedicado a la significación de lo cómico establecía que:

“Fuera de lo que es propiamente *humano*, no hay nada cómico [...] Para comprender la risa hay que reintegrarla a su medio natural, que es la sociedad, hay que determinar ante todo su función útil, que es una función social. Ésta será, digámoslo desde ahora, la idea que hará presidir a todas nuestras investigaciones. La risa debe responder a ciertas exigencias de vida en común [...] No saborearíamos lo cómico si nos sintiésemos aislados. Diríase que la risa necesita de un eco. Escuchadlo bien: no es un sonido articulado, neto, definido; es algo que querría prolongarse y repercutir progresivamente; algo que rompe en un estallido y va retumbando como en trueno en la montaña” (Bergson, 2008:14-15).

Ni la aproximación historicista más radical pudo haberlo enunciado mejor: la risa no sólo es constitutiva de lo humano y sus relaciones sociales entabladas; también, la conjunción entre risa y perturbación da cuenta de una funcionalidad social. ¿Cuál sería entonces la función social de la risa dentro del concierto político? Ofrezcamos una

ser dialécticamente “mediada/elevada” a una síntesis más alta, dado que no existe lenguaje ni territorio compartido entre ambos niveles? La apuesta de este libro es que, lejos de plantear un obstáculo a la dialéctica, la noción de brecha de paralaje brinda la clave que nos permite discernir su núcleo subversivo. Teorizar adecuadamente esta brecha de paralaje es el primer paso para poder recuperar la filosofía del materialismo dialéctico” (Žižek, 2006:12).

hipótesis: la función social de la risa dentro del ámbito sociopolítico no es más que un síntoma que expresa el desajuste generado entre las expectativas sociales mantenidas respecto al orden social reificado y su propia defraudación. Operativamente hablando, el momento cómico se caracteriza por amplificar coordinadamente y en un breve período de tiempo, la experiencia del desajuste.

Tal como nos lo propone Bergson, pensemos simplemente en los ecos originados por una colectividad en donde emerge la risa: ¿existe algún acontecimiento social que, en su espontaneidad más básica, genere un grado de filiación colectiva tan significativa en tan poco tiempo?

De este modo, la conclusión política de estos registros históricos es clara: la masificación de la experiencia histórica de la farsa al interior de una comunidad política termina erosionando la simbolicidad asociada al poder.

Volviendo al presente y considerando la obstinación con la que actúa el transcurrir histórico, cabría suponer que los famosos “memes” –profusamente diseminados a través de las plataformas virtuales– darán paso a formas más sofisticadas de crítica política, sin que esto último vuelva extinta la “política mimética”. La *shitstorm*, en cuanto fenómeno genuino de la comunicación digital, hace suya la experiencia de lo ‘cómico’ invirtiendo la representación de una imagen otrora legitimada; alterando las bases del transcurrir cotidiano. Así, risa y perturbación, son los componentes claves del despliegue de la farsa.

Lo inédito de las transformaciones comunicativas desplegadas a través de las redes sociales, es que la *shitstorm* digital reproduce la onda expansiva de la risa prescindiendo de la filiación presencial originada en una comunidad dada. Hoy es terreno común observar la irrupción de la risa frente a una pantalla. No obstante las notables diferencias que perviven entre la presencialidad y la virtualidad, los efectos sociopolíticos siguen siendo los mismos, al menos, en este nivel: la distanciamiento que genera la irrupción del sarcasmo con respecto al ordenamiento social positivado tiene su límite en el operar mismo de la carcajada: acontecimiento resonante, pero espurio; amplificable, pero vacío. Por esta misma condición, la línea que separa a la farsa de la apatía política (y, por ende, del inmovilismo) es extremadamente delgada. Tanto la apatía política como la tendencia a la politización pueden nutrirse de la experiencia espuria de la farsa y del despliegue de la sátira.

La inversión, la experiencia del desajuste provocado por la emergencia de la farsa es, probablemente, el primer momento de confabulación colectiva que provoca la herida con la que aparece el fantasma de la negatividad. Dicho fantasma, posee hoy más que nunca el ‘peso inmaterial’ de la comunicación virtual, desplegada mediante la *praxis* de la mercancía digital.

BIBLIOGRAFÍA

- Benjamin, W. (1998). *Tentativas sobre Brecht. Iluminaciones III*. Trad. Jesús Aguirre. Taurus, Madrid.
- Bergson, H. (2008). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Trad. María Luisa Pérez, Madrid, Alianza.
- Foucault, M. (1995). *Nietzsche, Freud, Marx*. Trad. Carlos Rincón (publicada originalmente en el dossier «Nietzsche, 125 años». En Revista Eco N°. 113/5, Bogotá, 1969). El Cielo por Asalto, Buenos Aires.
- Gramsci, A. (2004). “Contradicciones del historicismo y expresiones literarias de las mismas (ironías, sarcasmo)”. En: *Antología. Antonio Gramsci*. Trad. Manuel Sacristán, Siglo XXI, México D.F.
- Han, B. (2014). *En el enjambre*. Trad. Raúl Gabás. Herder, Barcelona.
- Harvey, D. (2014). *Guía de El Capital de Marx. Libro primero*. Trad. Juanmari Madariaga. Akal, Madrid.
- Huntington, S. (1994). *La tercera ola. La democratización a finales del siglo XX*. Trad. Josefina Delgado, Paidós, Barcelona.
- Jameson, F. (2014). “La estética de la singularidad”. Trad. Instituto de Altos Estudios Nacionales. *New Left Review*, N° 92, Mayo-Junio, pp. 109-141.
- Lechner, N. (2007). “Cultura política y gobernabilidad democrática”. En: *Norbert Lechner. Obras escogidas 2*. Lom Ediciones.
- Lipuma, E. & Lee, B. (2007). *Financial Derivatives and the Globalization of Risk*. Durham (NC).
- Marx, K. (2010). *El Capital. Crítica de la economía política. Libro Primero. El proceso de producción del capital. Vol. I*. Trad. Pedro Scaron. Siglo XXI, Madrid.
- _____, (1982). “En torno a una crítica de la filosofía del derecho de Hegel”. En *Marx. Escritos de Juventud*. Trad. Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México D. F.
- Ortega, J. (1977). *Idea del teatro*. Revista de Occidente S. A., Madrid.
- Ripalda, J. (1996). *De Angelis. Filosofía, mercado y posmodernidad*. Trotta, Madrid.
- Skeggs, B. & Yuill, S. (2016). “The methodology of a multi-model project examining how facebook infrastructures social relations”. *Information, Communication & Society*, Vol. 19, pp. 1356-1372.
- Sloterdijk, P. (1989). *Crítica de la razón cínica*. Trad. Miguel Ángel Vega, Taurus, Madrid.
- Žižek, S. (2012). *El sublime objeto de la ideología*. Trad. Isabel Vericat, Siglo XXI, Buenos Aires.
- _____, (2012). *Viviendo en el final de los tiempos*. Trad. José M. Amoroto. Akal, Madrid.
- _____, (2006). *Visión de paralaje*. Trad. Marcos Mayer. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Zupančič, A. (2010). “Lo «universal concreto» y lo que la comedia puede decirnos al respecto”. En Žižek, S. (Ed.). *Lacan. Los interlocutores mudos*. Trad. Alfredo Brotons, Akal, Madrid.