



# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

129  
agosto-nov. 2015

## Comunicación e integración desde el Sur



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

**EDITOR**

*Francisco SIERRA CABALLERO*

**COORDINADOR EDITORIAL**

*Gabriel GIANNONE*

**SECRETARIA DE REDACCIÓN**

*Rosa ARMAS*

**CONSEJO DE REDACCIÓN**

*Amparo CADAVID*

UNIMINUTO, Colombia

*Anabel CASTILLO BASTIDAS*

CIESPAL, Ecuador

*Ana María DURÁN*

Universidad del Azuay, Ecuador

*Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO*

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

*Eduardo GUTIÉRREZ*

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

*Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO*

UNIMINUTO, Colombia

*Octavio ISLAS*

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

*Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ*

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

*Efendy MALDONADO*

UNISINOS, Brasil

*Claudio Andrés MALDONADO RIVERA*

UCT/ UFRO, Chile

*José Rafael MORÁN*

CIESPAL, Ecuador

*Francisco Javier MORENO*

CIESPAL, Ecuador

*Fernando ORTIZ*

Universidad de Cuenca, Ecuador

*María PESSINA*

CIESPAL, Ecuador

*Jenny PONTÓN*

FLACSO, Ecuador

*Abel SUING,*

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

*Nancy Graciela ULLOA ERAZO*

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

*Rosa VALLEJO CASTRO*

CIESPAL, Ecuador

**Edgar VEGA**

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

**Jair VEGA**

Universidad del Norte, Colombia

**José VILLAMARÍN CARRASCAL**

Universidad Central del Ecuador

**Jenny YAGUACHE,**

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

#### **EDITORES ASOCIADOS**

##### **Norteamérica**

**Jesús GALINDO**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

##### **Centroamérica**

**Hilda SALADRIGAS,**

Universidad de La Habana, Cuba

##### **Área Andina**

**Karina HERRERA MILLER,**

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

##### **Cono Sur**

**Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS**

Universidad de Chile

##### **Brasil**

**Denis PORTO RENÓ,**

Universidade Estadual Paulista, Brasil

#### **CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL**

**Rosa María ALFARO**

CALANDRIA, Perú

**Luis Ramiro BELTRÁN (+)**

**Enrique BUSTAMANTE**

Universidad Complutense de Madrid, España

**Mauro CERBINO**

FLACSO, Ecuador

**Elíseo COLÓN**

Universidad de Puerto Rico

**Miquel DE MORAGAS**

Universidad Autónoma de Barcelona, España

**José Manuel DE PABLOS**

Universidad de La Laguna, España

**Carlos DEL VALLE ROJAS,**

Universidad de La Frontera, Chile

**Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)**

**Heidi FIGUEROA SARRIERA**

Universidad de Puerto Rico

**Raúl FUENTES**

ITESO, México

**Valerio FUENZALIDA**

Pontificia Universidad Católica de Chile

**Raúl GARCÉS**

Universidad de La Habana, Cuba

**Juan GARGUREVICH**

Pontificia Universidad Católica del Perú

**Bruce GIRARD**

Comunica.org

**Alfonso GUMUCIO**

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

**Antonio HOHLFELDT**

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

**Gabriel KAPLÚN**

Universidad de la República, Uruguay

**Margarida María KROHLING KUNSCH**

USP. Brasil

**Margarita LEDO ANDIÓN**

USC. España

**José Carlos LOZANO RENDÓN**

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

**José MARQUES DE MELO**

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

**Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI**

Universidad Centroamericana, El Salvador

**Jesús MARTÍN-BARBERO**

Universidad Nacional de Colombia

**Guillermo MASTRINI**

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

**María Cristina MATA**

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

**Armand MATTELART**

Université Paris 8, Francia

**Toby MILLER**

Cardiff University, Reino Unido

**Walter NEIRA**

Universidad de Lima, Perú

**Neyla PARDO**

Universidad Nacional de Colombia

**Antonio PASQUALI**

Universidad Central de Venezuela

**Cecilia PERUZZO**

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

**María Teresa QUIROZ**

Universidad de Lima, Perú

**Isabel RAMOS**

FLACSO, Ecuador

**Rossana REGUILLO**

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

**Germán REY**

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

**Hernán REYES**

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

**Omar RINCÓN**

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

**Hilda SALADRIGAS**

Universidad de La Habana, Cuba

**Francisco SIERRA**

USE, España

**César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO**

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

**Muniz SODRÉ**

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

**Guillermo SUNKEL**

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

**Erick TORRICO**

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

**Gaëtan TREMBLAY**

Université du Québec, Canadá

**CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación** es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



#### **CIESPAL**

##### **Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina**

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

[www.ciespal.org](http://www.ciespal.org)

[www.revistachasqui.org](http://www.revistachasqui.org)

[chasqui@ciespal.org](mailto:chasqui@ciespal.org)

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

**Suscripciones:** <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

#### **Diseño editorial**

André Maya Monteiro

#### **Corrección de textos**

Guillermo Maldonado

#### **Maquetación**

Arturo Castañeda Vera

*Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuatoriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.*

*Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.*



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

**Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.**

## **9 EDITORIAL**

- 9 **La Utopía de la Comunicación. Una mirada desde América Latina**  
Francisco SIERRA CABALLERO

## **15 TRIBUNA**

- 17 **Los lugares incómodos (o las deudas-desafíos de las carreras de Comunicación)**  
María Cristina MATA

## **37 MONOGRÁFICO**

### *Comunicación e Integración desde el Sur*

- 39 **Introducción**  
Carlos DEL VALLE ROJAS
- 41 **El país que no cabe. Políticas de acceso ciudadano a sistemas públicos audiovisuales en Sudamérica**  
Daniela Inés MONJE
- 61 **La ilusión del cuarto poder en Kenia: de los medios convencionales a las redes sociales**  
Sebastián RUIZ-CABRERA
- 77 **¿Hasta dónde alcanza la reforma constitucional en telecomunicaciones de México?**  
Enrique de Jesús QUIBRERA MATIENZO
- 95 **Repensando las regulaciones de internet. Análisis de las tensiones políticas entre no-regular y re-regular la red-de-redes**  
Ariel VERCELLI
- 113 **Celular de Guerrilha: usos subversivos da tecnologia móvel no Brasil**  
Adriana BRAGA y Robert LOGAN
- 129 **Palabra de abundancia: saberes indígenas que fortalecen diálogos interculturales de derechos humanos en la Amazonia colombiana**  
Alvaro Diego HERRERA ARANGO
- 147 **Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental**  
Abraham Allec LONDOÑO PINEDA, Oscar Alonso VÉLEZ ROJAS y Cesar Alonso CARDONA CANO
- 165 **Produção televisual em rede e integração cultural latino-americana na TAL**  
Michele DACAS y Simone Maria ROCHA
- 181 **Prácticas de activismo audiovisual con objetivo de integración social: el caso del colectivo Cine sin Autor (CsA)**  
Ana María SEDEÑO VALDELLÓS

- 93 **Divulgação científica em La Propaganda Rural: antecedentes da formação prescritiva do discurso no Uruguai disciplinado**  
 Phillipp DIAS GRIPP, Juan Francisco Xavier ALVEZ y  
 Ada Cristina MACHADO SILVEIRA
- 113 **Produção televisual em rede e integração cultural latino-americana na TAL**  
 Michele DACAS y Simone Maria ROCHA

## **211 ENSAYO**

- 213 **O testemunho midiático como figura de historicidade: implicações teórico-metodológicas**  
 Bruno SOUZA LEAL y Elton ANTUNES
- 229 **El consumo: forma de identificación socio-comunicativa hegemónica en el marco del capitalismo como religión**  
 María Eugenia BOITO
- 249 **Elos entre a Folkcomunicação e o Funcionalismo**  
 Iury PARENTE ARAGÃO
- 265 **De la columna a la información corta móvil: análisis de los géneros periodísticos en los j-blogs políticos de Brasil y España**  
 Juliana COLUSSI RIBEIRO
- 285 **A percepção de jornalistas sobre as mudanças climáticas: um estudo inicial no jornal *Gazeta do Povo***  
 Eloisa BELING LOOSE y Myrian Regina DEL VECCHIO DE LIMA

## **301 INFORME**

- 303 **Irrupción simbólica en el movimiento social mapuche. Una panorámica de su producción audiovisual**  
 Andrés PEREIRA COVARRUBIAS
- 325 **As narrativas colaborativas nos protestos de 2013 no Brasil: midiatização do ativismo, espalhamento e convergência**  
 Maria Clara AQUINO BITTENCOURT
- 345 **Competencias y formación del periodista en Brasil: pensar a partir de nuevas metodologías de enseñanza**  
 Ana Carolina KALUME MARANHÃO y Daniela FAVARO GARROSSINI
- 363 **Indicadores para análisis de las propuestas ciudadanas en presupuestos participativos. Hacia el derecho a la ciudad**  
 Vicente BARRAGÁN ROBLES, José Manuel SANZ ALCÁNTARA y Rafael ROMERO
- 381 **Un enfoque del audiovisual etnográfico hacia el desarrollo y la inclusión social de los pueblos indígenas y afrodescendientes de Centroamérica**  
 Luis BRUZÓN DELGADO

## **401 RESEÑAS**

## **437 ÍNDICE DE AUTORES**



# Ensayo



# **El consumo: forma de identificación socio-comunicativa hegemónica en el marco del capitalismo como religión**

*Consumption: hegemonic socio-communicative form of identification  
within the framework of capitalism as religion*

*Consumo: forma de identificação sócio-comunicativa hegemônica no  
âmbito do capitalismo como religião*

---

**María Eugenia BOITO**

---

*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación  
N.º 129, agosto - noviembre 2015 (Sección Ensayo, pp. 229-247)  
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X  
Ecuador: CIESPAL  
Recibido: 30-04-2015 / Aprobado: 24-11-2015*

## Resumen

Las presentes reflexiones se orientan a precisar rasgos y dinámicas asociadas al consumo como forma de identificación hegemónica, que interpela a los sujetos de manera trans-clasista. En primer lugar, partimos de las consideraciones benjaminianas que caracterizan al capitalismo como religión. Luego identificamos su actuación sobre lo sensible que expone formas de empobrecimiento de la experiencia, asociadas a la fantasmagoría de la mercancía y a formas/fuerzas de ensueño/muerte propias de la “pulsión” capitalista. Finalmente identificamos momentos de las prácticas que in-vierten y/o tajan la materialidad de la escena de idolatría en la aludida experiencia de consumo; intersticios en los que se frena la demoníaca circulación / adaptación / sujeción de los hombres a las cosas.

**Palabras-clave:** Capitalismo, consumo, mercancía, religión, experiencia

## Abstract

These reflections are oriented to define features and dynamics associated with consumption as hegemonic form of identification, which challenges the subjects in a transclass way. First, we start with the benjaminianas considerations that characterize capitalism as religion. Then we identify the performance of it upon the sensitivity, exposing forms of impoverishment of experience, associated with the phantasmagoria of the commodity and the forms/forces of day-dream/death, typical of capitalist *drive*. Finally we identify moments of practices which invert and/or cut through the materiality of scene of idolatry in the aforementioned consumption experience; interstices in which the demonic circulation / adaptation / restraint of men to things slows.

**Keywords:** Capitalism; consumption; commodity; religion; experience

## Resumo

Estas reflexões são orientadas para definir características e dinâmicas associadas ao consumo como forma hegemônica de identificação, que refere-se aos sujeitos de uma forma trans-classe. Primeiro, começamos com as considerações benjaminianas que caracterizam o capitalismo como religião. Em seguida, identificar seu trabalho sobre o sensível, o que expõe as formas de empobrecimento da experiência, associadas com a fantasmagoria da mercadoria e formas/forças de sonho/morte, típicas da pulsão capitalista. Finalmente identificamos momentos das práticas que invertem e cortam a materialidade da cena de idolatria na já mencionada experiência do consumo; interstícios em que se detém a demoníaca circulação / adaptação / fixação de homens para coisas.

**Palavras-chave:** Capitalismo; consumo; mercadoria; religião; experiência.

## 1. Introducción<sup>1</sup>

Las presentes reflexiones se orientan a precisar algunos rasgos y dinámicas asociadas al *consumo* como forma de identificación hegemónica; el cual interpela a los sujetos de manera trans-clasista, más allá de la posición que ocupen en las formaciones sociales contemporáneas. Este concepto refiere a un tipo de práctica –el consumir– que domina las formas de identificación y la consecuente presentación social de las personas –*sensu* Goffman–, interpellando mediante la figura del consumidor/cliente en contextos de creciente mercantilización de la vida social. Pero la mercantilización como tendencia opera en un estadio del capitalismo cuya impronta ya no es sólo la proliferación de objetos/mercancía sino de *paquetes* de experiencia mediatizada/mercantilizada (Debord, [1967] 1995, tesis 152). Citamos la tesis referida, en *La sociedad del espectáculo*:

*En su sector más avanzado, el capitalismo concentrado se orienta hacia la venta de bloques de tiempo “totalmente equipados”, cada uno de los cuales constituye una sola mercancía unificada que ha integrado cierto número de mercancías diversas. Es así como puede aparecer en la economía en expansión de los “servicios” y entretenimientos la fórmula de pago calculado “todo incluido” para el hábitat espectacular, los seudodesplazamientos colectivos de las vacaciones, el abono al consumo cultural y la venta de la sociabilidad misma en “conversaciones apasionantes” y “encuentros de personalidades”. Esta clase de mercancía espectacular, que evidentemente no puede tener curso más que en función de la penuria acrecentada de las realidades correspondientes, figura con la misma evidencia entre los artículos-piloto de la modernización de las ventas al ser pagable a crédito. (Debord, [1967] 1995)*

Como ejemplo referimos las siguientes imágenes: en el presente algunos sujetos con poder adquisitivo –hartos del lujo– compran como servicio tener la experiencia de ser linyera por un día; o una práctica más masiva y menos costosa como adquirir un paquete turístico que incluye un tour por una *villa miseria*<sup>2</sup>.

A partir de lo expuesto, la estrategia argumentativa de estas reflexiones será la siguiente: en primer lugar, partimos de las consideraciones benjaminianas que caracterizan al *capitalismo como religión*, reconociendo esta trama particular de las relaciones sociales como matriz/molde de estructuración de las necesidades de los sujetos, desde el que se dispone la posición de consumidor como privilegiada forma de identificación.

En segundo lugar, proponemos que la actuación del capitalismo sobre lo sensible expone formas de empobrecimiento de la experiencia asociadas a la fantasmagoría de la mercancía (Boito, 2010b; 2011b). Pero además –y desde nuestra perspectiva– esta modelización de la experiencia se complejiza, bajo

1 Agradezco a Cecilia Michelazzo la lectura atenta y las sugerencias durante la elaboración de este artículo.

2 Nota de Periódico Perfil.com (02-11-2007): “Un fenómeno que se extiende en Rusia. Hartos del lujo, millonarios pagan por vivir como linyeras”. Recuperado de <http://goo.gl/bOjkbZ>

la operatoria de la mercancía, hasta instaurarse como *fe perceptual* –sensu Ludovico Silva: el capitalismo como religión se asocia a formas/fuerzas de ensueño y muerte. La pulsión capitalista muestra su carácter demoníaco al ser referida –en la lectura que retoma interpretaciones psicoanalíticas y mitológicas– a las figuras de Tánatos e Hipno.

En tercer lugar, identificamos prácticas de consumo –o momentos de esas prácticas– que expresan ciertos estados del sentir de los sujetos que disuelven, in-vierten y/o tajan la materialidad de la escena de idolatría / ideología –en el juego de palabras que propone L. Silva<sup>3</sup>–, operando tanto sobre la forma de identificación que refiere al consumidor como en el mismo objeto/mercancía consagratorio en la aludida experiencia. En este caso, se trata de ciertos momentos en las prácticas en los cuales emergen intersticialmente fragmentos de pensar/decir/hacer que des/dicen y des/hacen esta forma dominante de operatoria sobre lo sensible.

Finalmente, retomamos algunos desarrollos analíticos previos y enfatizamos la pertinencia y la necesidad de ampliar el campo de lo observable, para dar cuenta de la complejidad de los procesos de estructuración/re-estructuración de la experiencia presente, en los cuales hay instantes o intersticios en los que se frena la demoníaca circulación/adaptación/sujeción de los hombres a las cosas.

## 2. El capitalismo como religión

*El capitalismo como religión* (Benjamin, [1921] 2010) es un texto inacabado, con notas de trabajo en las que Benjamin reorganizaba los ejercicios de exploración sobre aspectos del fenómeno en estudio (por ejemplo la relación entre las imágenes religiosas y las imágenes en los billetes, en el papel/moneda de los distintos Estados); sin embargo en la primera página del escrito referido, Benjamin identifica tres características que sostienen su afirmación:

- 1) El capitalismo es una religión cultual; todo en ella tiene significado sólo en referencia al cumplimiento del culto no en cuanto a un dogma.
- 2) El culto es permanente, *sin tregua y sin respiro*, en el cual los días de fiesta y de vacaciones no interrumpen el culto, sino que lo integran.
- 3) El culto capitalista no está dirigido a la redención sino a afirmar y reafirmar la culpa misma. “El capitalismo es probablemente el primer caso de culto que no es expiatorio sino culpabilizante. (...) Una conciencia monstruosamente

---

3 Ludovico Silva es un pensador venezolano que, durante la década de 1970 concretó valiosos aportes orientados a la reflexión sobre la ideología y a las maneras de generar formas de ‘desenmascaramiento’ de lo idolatrado como ideología, retomando consideraciones nietzscheanas sobre cómo filosofar a martillazos. La conceptualización de la mercancía como una especie de fe perceptual –punto ciego que organiza desde la abstracción y la equivalencia la comparación y el valor de las experiencias que se comparan– será trabajado más adelante. Para una perspectiva general de lo producido por este pensador, ver Silva, [1975] 2009; 1971; 1984.

culpable que no sabe expiarse se apodera del culto, no para expiar en él esta culpa sino para hacerla universal...” (Benjamin, 2010).

Para este pensador el capitalismo aparece como religión de la modernidad: si en términos de M. Weber el desarrollo de la modernidad como racionalización de la vida social supone un proceso de desencantamiento del mundo, en la perspectiva de Benjamin el despliegue y la ampliación de objetos fetichizados y dinámicas fetichizantes vinculadas a la forma-mercancía configuran un nuevo tipo de reencantamiento social.

En este sentido, el proyecto de investigación sobre los pasajes parisinos –también inconcluso, iniciado unos años después– señala en esos espacios de consumo el desplazamiento de la mercancía como forma fantasmagórica que encuentra un lugar específico para desplegar su función de exhibición, aunque interpelando a todos –específicamente a los obreros– desde la posición de *clientes*<sup>4</sup>. Aunque parezca paradójico, lo anterior se vincula con el exclusivo carácter cultural de la religión capitalista: no se trata aquí de dogmas ni de ideas sino de creencias materialmente dispuestas como organizadoras de las prácticas; el culto se traduce en haceres cotidianos que actualizan la resultante específica de los procesos de reorganización perceptiva, en un espacio/tiempo particular de la *historia de la percepción burguesa* (Lowe, 1986) que va instituyendo su campo de actuación no sólo en la producción sino en el consumo.

Benjamin va a explorar más adelante, en *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica* ([1936] 1994), el vínculo entre los valores culturales y exhibitivos de las imágenes en diferentes momentos históricos; algunas prácticas religiosas prescriben la utilización de las mismas, otras evidencian una prohibición, pero lo que comparten ambas posiciones es otorgar una consideración particular a este tópico, al trabajo con las imágenes, a la inscripción plástica de ciertos objetos en contextos relacionados con alguna modalidad de lo sagrado. Pero ya en *El capitalismo como religión* se puede encontrar una intuición orientada en esa dirección: el pensador berlinés conecta las imágenes de los billetes con las estampas religiosas (condensación de imagen y texto en el dólar: *in God we trust*). Una religión que encuentra en el billete –que es apropiado, que se lleva en la mano– la forma “universal” de proponer resoluciones a penurias que se comparten con las religiones tradicionales. Religión que interpela la jerarquía y organización de los sentidos que definen a la percepción burguesa en la perspectiva de D. Lowe: ojo y mano en interacción, en una experiencia de

---

4 Citamos en extenso tres afirmaciones de Benjamin en el apartado titulado *Exposiciones, publicidad, Grandville*: “las exposiciones universales fueron la alta escuela donde las masas, apartadas del consumo, aprendieron a compenetrarse con el valor de cambio. ‘Verlo todo, no tocar nada’. [G 16,6]” “La industria del ocio refina y multiplica los tipos de comportamiento reactivo de las masas. Con ello se prepara para la transformación que opera la publicidad. La conexión de esta industria con las exposiciones universales está por tanto bien fundada [G 16,7]” (2005, p. 219) Y finalmente: “Fábricas y fundiciones que descansan por la noche sin succionar trabajo vivo, son ‘pura pérdida’ para el capitalista. Por eso las fábricas y las fundiciones defienden el ‘derecho al trabajo nocturno’ de la fuerza de trabajo. Hay que aplicar esta reflexión al análisis de Grandville ¿Hasta que punto el obrero asalariado es el “alma” del movimiento fetichista de los objetos? [G 12 a, 3]” (2005, p. 214)

lo real como aquello que puede ser aprehendido y tenerse entre manos –en tanto mercancía. Esta experiencia no se circunscribe como mediación para el acceso a la mercancía desde la disposición de *cliente*, sino que previamente materializa “lo que vale” el trabajador como *productor*; es decir, “sin tregua y sin pausa” modela y moldea matricialmente la experiencia cotidiana.

Más próximo a nuestro presente, como captación plástica de las modificaciones en el capitalismo durante su fase espectacular *integrada* –siguiendo la tesis de G. Debord ([1988] 1999)–, la masificación en el uso de la tarjeta magnética, destinada incluso para los beneficiarios de planes sociales en nuestro país, es una forma expresiva que supone una inflexión en la relación entre imagen/religiosidad, ya que se instancia a partir de su borramiento y su traducción en información digital. Definición de la situación propia de las sociedades del control, siguiendo a G. Deleuze:

*En las sociedades de control, (...) lo esencial no es ya una firma ni un número, sino una cifra: la cifra es una contraseña, mientras que las sociedades disciplinarias son reglamentadas por consignas (tanto desde el punto de vista de la integración como desde el de la resistencia). El lenguaje numérico del control está hecho de cifras, que marcan el acceso a la información, o el rechazo. Ya no nos encontramos ante el par masa-individuo. Los individuos se han convertido en “dividuos”, y las masas, en muestras, datos, mercados o bancos.*

*Tal vez sea el dinero lo que mejor expresa la diferencia entre las dos sociedades, puesto que la disciplina siempre se remitió a monedas moldeadas que encerraban oro como número patrón, mientras que el control refiere a intercambios flotantes, modulaciones que hacen intervenir como cifra un porcentaje de diferentes monedas de muestra. El viejo topo monetario es el animal de los lugares de encierro, pero la serpiente es el de las sociedades de control. Hemos pasado de un animal a otro, del topo a la serpiente, en el régimen en el que vivimos, pero también en nuestra forma de vivir y en nuestras relaciones con los demás. El hombre de las disciplinas era un productor discontinuo de energía, pero el hombre del control es más bien ondulatorio, en órbita sobre un haz continuo. (Deleuze, en Ferrer, 1999, pp. 107-108)*

Lo anterior también puede interpretarse como una forma integrada de convertir a los posibles *ateos* en la fe capitalista: la tarjeta magnética actúa como puerta de ingreso a un ritual totalitariamente inclusivo: nadie queda fuera, no hay exterior al lazo de la religiosidad capitalista; no existe otra posición más que la de consumidor (de mercancías, de paquetes de experiencia mercantilizadas, de planes sociales). Se trata de una *forma* simbólicamente inaugural en tanto *bautizo*; ritual que materializa la creencia sobre el ingreso a la fe y el hecho de ser parte de la feligresía.

En este sentido, la investigación que hemos realizado sobre las prácticas de consumo en condiciones particulares de socio-segregación, en la ciudad de

Córdoba (Argentina) durante el período 2011/2014<sup>5</sup>, muestra no sólo lo extendido que está el uso de algunas tarjetas de crédito en grupos poblacionales pobres (Tarjeta Naranja, Kadicard), sino que la llegada de los “gestores comerciales” de estos “servicios” en muchas urbanizaciones fue previa a la llegada del Estado, a través de programas gubernamentales específicos para estas clases. Concretamente, en algunos casos se realizaron los traslados de los grupos familiares “beneficiados” con este programa habitacional antes de terminar con la construcción de las escuelas para sus hijos; o se concretó el traslado sin tener en cuenta programas sociales específicos asociados a lo laboral en los nuevos escenarios urbanos<sup>6</sup>. El slogan de la publicidad oficial en este caso es pornográfico con relación al vínculo entre deseo, demanda, *sueño* –no ya derecho social: la vivienda es “El techo de tus sueños”; el límite de lo esperable con relación a un tipo de gestión asistencial/penal destinada a los más pobres.

Esto último permite abordar otra de las características indicadas por Benjamin (2010): si “[e]l capitalismo es probablemente el primer caso de culto que no es expiatorio sino culpabilizante”, la significación de la culpa como deuda –y crédito para mantener la deuda– se externaliza y objetiva en el espectro de prácticas posibles/deseables en formaciones sociales actuales: en cada acto, los sujetos se reinstalan en la deuda “sin salvación”, en la trama permanente que vincula crédito-deuda. La vivencia de ser un sujeto está marcada por ser un sujeto de crédito; es decir de confianza para continuar *compulsivamente* y sin redención en la repetición y el retorno del movimiento circular por las etapas referidas. Religiosamente la verdad sobre los sujetos no tiene misterio y está expuesta como presencia/ausencia en el registro informático que otorga la *veracidad* de su capacidad de crédito/deuda<sup>7</sup>.

Es así que el tercer rasgo del capitalismo como fenómeno religioso implica un tipo de condena permanente ya que la mercancía no salva, sino que extiende la deuda y la culpa para su perpetuación. El capitalismo como religiosidad contemporánea encuentra en las prácticas de crédito-endeudamiento un molde de réplica en diversas instancias espaciales y de perduración en el tiempo.

Como afirma Paula Sibilia:

*La lógica de la deuda sugiere algunas características interesantes de las nuevas modalidades de formateo de cuerpos y subjetividades. A diferencia de lo que ocurría en el capitalismo apoyado con todo su peso en la industria, en su versión más actual el endeudamiento no constituye un estado de excepción sino una condena*

5 Nos referimos a los barrios/ciudad, resultantes del programa “Mi casa, mi vida” que vía el BID se ha implementado en barriadas pobres de diversos países de la región

6 Sobre los resultados finales de esta investigación, ver: Boito & Seveso, 2015.

7 En Argentina el Veraz es un informe comercial y de crédito que la empresa multinacional Equifax ofrece como servicio sobre los niveles de riesgo crediticio de una persona, en función de su historial de pago. “Clearing de Informes es una base de datos comerciales y crediticios para informar sobre la solvencia patrimonial o crediticia, de carácter privado, cuya función es brindar información objetiva a sus clientes que le permitan a éstos evaluar la concertación de negocios en general.” [http://www.equifax.com/personales/faqs/es\\_ur](http://www.equifax.com/personales/faqs/es_ur).



*permanente. Convertida en una especie de moratoria infinita, la finalidad de la deuda no consiste en ser saldada sino en permanecer eternamente como tal: flexible, inestable, negociable, continua. (2009, p. 32)*

Anteriormente, y en términos similares señala Deleuze:

*El hombre ya no es el hombre encerrado sino el hombre endeudado. Es cierto que el capitalismo ha guardado como constante la extrema miseria de tres cuartas partes de la humanidad: demasiado pobres para la deuda, demasiado numerosos para el encierro: el control no solo tendrá que enfrentarse con la disipación de las fronteras, sino también con las explosiones de villas y guetos. (Deleuze, en Ferrer, 1999, p. 109)*

De esta forma el desencantamiento del mundo vía racionalización puede interpretarse en nuestro presente como *retorno ampliado* de una modalidad particular de reencantamiento que no encuentra la posición del no-creyente, a partir de la espectacularización/mercantilización creciente de la vida social. Por esto –según Benjamin– el capitalismo no representa una secularización de la fe protestante como en la perspectiva de Weber, sino que se ha desarrollado parasitando a la(s) religión(es), nutriéndose de ellas –concretamente del cristianismo.

Sobre este texto benjaminiano, Agamben en *Elogio de la Profanación* afirma:

*El capitalismo, llevando al extremo una tendencia ya presente en el cristianismo, generaliza y absolutiza en cada ámbito la estructura de la separación que define la religión... Una profanación absoluta y sin residuos coincide ahora con una consagración igualmente vacua e integral... Esta esfera es el consumo. Si, como se ha sugerido, llamamos espectáculo a la fase extrema del capitalismo que estamos viviendo, en la cual cada cosa es exhibida en su separación de sí misma, entonces espectáculo y consumo son las dos caras de una única imposibilidad de usar. Lo que no puede ser usado es, como tal, consignado al consumo o a la exhibición espectacular. Pero eso significa que profanar se ha vuelto imposible (...) Si profanar significa devolver al uso común lo que fue separado en la esfera de lo sagrado, la religión capitalista en su fase extrema apunta a la creación de un absolutamente Improfanable. (2005, pp.106-107)*

Lo desarrollado hasta aquí permite sostener que el capitalismo es “un fenómeno esencialmente religioso” en tanto reúne –por fagocitación– dos íconos de la fetichización en la historia de Occidente: dios y mercancía; o más precisamente mercancía como dios del eterno retornar en la deuda. Esta vida parasitaria del capitalismo con relación a la religión enfatiza la separación y la inversión propia del proceso de fetichización: como sujeto, la religión capitalista no sólo produce *sujetos para objetos* –de este modo el lado activo, *vivo*, se encuentra en el objeto y el sujeto es pasivizado y se dispone como adecuación al mismo– sino que además –siguiendo la señalado por Agamben– hace imposible la capacidad

de usar: *entonces espectáculo y consumo son las dos caras de una única imposibilidad de usar.*

Si en las religiones tradicionales consagrar y profanar eran las dos actividades que organizaban las prácticas (consagrar como salida de las cosas del derecho humano y profanar como restituirlos al libre uso de los hombres), la profanación como *el tocar que desencanta* es una posibilidad en desaparición, ya que no encuentra un espacio/tiempo exterior a la celebración de la mercancía en el que se pueda restituir al uso común lo que había sido separado. Por eso a pesar de su imposibilidad “Profanar lo improfanable es la tarea política de la generación que viene” (Agamben, 2005, p. 119).

Asumimos como cierto que: a) el capitalismo como religión instaure un tipo de experiencia en la que no hay un *afuera* de esta creencia, b) se trata de un tipo de religión de la que nadie reniega ser practicante, c) las estampas de la religiosidad (billete, tarjeta) circulan como promesa –falsa– de superación de las vicisitudes y preocupaciones características de las religiones. Sin embargo, desde nuestra lectura también consideramos que existen instantes *efímeros, intersticiales* de las prácticas en los que el uso como destrucción del carácter mercantil se instancia: desmoronamiento, liquidación y eliminación física de la mercancía como valor de cambio en prácticas o momentos de las prácticas que señalan al *don*, al *robo*, al *saqueo* y al *compartir en reciprocidad*. Pero antes de identificar estas instancias, en el próximo apartado continuamos con nuestra caracterización del capitalismo no sólo como religión en el sentido desarrollado por Benjamin, sino como configurante de tramas interaccionales de muerte y sueño.

### 3. El capitalismo como religión de muerte y sueño (Tanatos e Hipno)

En otro lugar (Boito, 2011b) hemos indicado el lazo íntimo entre sueño y capitalismo. Aquí queremos establecer dos puntos: por un lado, el énfasis del capitalismo neocolonial como religión de muerte y por otro, la hermandad que trama el vínculo entre sueño y muerte, desde lecturas míticas y psicoanalíticas.

Según el *Diccionario de Mitología Griega y Romana* de Grimal (1965), Tanatos es el genio masculino alado que personifica a la muerte. En la *Iliada* aparece como hermano del Sueño (Hipno) y esta genealogía es adoptada por Hesíodo, quien hace de estos dos genios los hijos de la Noche (Nix). Nix y Erebo –las tinieblas infernales– son hermanos y esposos, hijos del Caos primordial. En cierto sentido las acciones de Hipno y Tanatos como hermanos gemelos pueden interpretarse como el trabajo en distintas dosis con la muerte, o con el sueño: el dormir como una transitoria muerte; el morir como el último sueño. Tanto en la construcción mitológica como en la freudiana Hipno y Tanatos comparten el *ir hacia atrás*: la pulsión de muerte pretende *regresar*, volver al estadio anterior a la materia viva (inanimado). El sueño implica una *regresión*: tópica

(inversión de la dirección de la sucesión de sistemas psíquicos que la excitación recorre normalmente), formal (paso a otros modos de expresión, en cuanto a estructuración, complejidad y diferenciación) y cronológica (retorno del sujeto a etapas superadas de su desarrollo).

Según el *Diccionario de Psicoanálisis* de Lapanche y Pontalis (1967), las pulsiones de muerte aparecen en la última teoría de Freud sobre esta materia, a partir de la identificación de fenómenos de repetición que no podían referirse ni a la búsqueda de una satisfacción libidinal ni a una tentativa por dominar las experiencias displacenteras. Se contraponen a las pulsiones de vida ya que tienden a la reducción completa de las tensiones; es decir, a devolver al ser vivo al estado inorgánico. Según los autores, Freud las considera como las pulsiones por excelencia, ya que en ellas se realiza eminentemente el carácter repetitivo de la pulsión, su fuerza irreprochable, independiente del principio de placer y capaz de oponerse a éste (1967, pp. 348-355).

Es interesante indicar que en textos que aparecen como una extensión y salida de la teoría psicoanalítica al campo de la cultura (*El malestar de la cultura*, por ejemplo), la presencia de estas pulsiones encuentra un lugar central: la inclinación a la agresión es una disposición innata, autónoma y constituye el obstáculo más grande para la civilización que es un proceso al servicio de Eros, cuyo fin es el de integrar a los individuos humanos aislados, luego a las familias, grupos, naciones en una gran unidad. Desde esta interpretación Tanatos desintegra, desune y *retorna* a lo inanimado; y en cierto sentido Hipno opera en la misma dirección, *llevando hacia atrás* espacial, temporalmente y en cuanto a las maneras de exponer la expresividad. Sin embargo como sueño diurno (devaneo) adquiere un sentido particular en cuanto a las formas de expresión. Dicen los autores referidos:

*Para Freud, los sueños diurnos, término que considera sinónimo en La interpretación de los sueños de fantasma o de fantasma diurno, no son siempre conscientes: 'se produce un número considerable de ellos que son inconscientes por el hecho de su contenido y por tener su origen en el material reprimido'. (1967, p. 439)*

Sueño diurno está asociado a devaneo. Según la RAE (2001) deriva del lat. *vagāri* y significa:

- 1) intr. Andar por varias partes sin determinación a sitio o lugar, o sin especial detención en ninguno.
- 2) intr. Andar por un sitio sin hallar camino o lo que se busca.
- 3) intr. Dicho de una cosa: Andar libre y suelta, o sin el orden y disposición que regularmente debe tener.

Como ya hemos indicado algunas relaciones entre capitalismo e Hipno aparecen en el proyecto de los pasajes parisinos y se pueden asociar a la noción de *sueño diurno*, *devaneo*, pero subrayando la dimensión no consciente que lo constituye –fantasma. En *El libro de los Pasajes*, Benjamin registra la diseminación de formas fantasmagóricas en el espacio público que invitan al vagabundo, un tipo propio de atención dispersa que caracteriza la experiencia en emergencia: pasajes vidriados como invernaderos, vidrieras en hilera como lugar de las mercancías en exhibición, panoramas y dioramas en los que se sumergían los espectadores en una primera construcción de ambiente total por el que se transita –en sueño.

Para el autor se trata de *expresiones materiales* novedosas que modificaron el escenario social, pero a la vez fueron leídas como *formas fantasmagóricas* que delineaban *ensueños colectivos*. Es decir, materializaciones de creencias que portaban objetividad y en el mismo acto interpelaban tipos subjetivos en configuración:

*Fantasmagórico es 'el brillo del que se rodea la sociedad productora de mercancías' (...) Fantasmagorías son las 'imágenes mágicas del siglo' (GSI, 1153), ellas son las 'imágenes desiderativas' del colectivo, mediante las que éste busca 'tanto superar como transfigurar la inmadurez del producto social y las carencias del orden social de producción'. (Tiedemann, en Benjamin, 2005, p. 22)*

El capitalismo es un mundo de ensueño, pero lo que trama el mundo onírico de esa segunda naturaleza producida por el desarrollo del capitalismo es material<sup>8</sup>. De este modo las imágenes del sueño no son impresiones subjetivas sino expresiones objetivas, en tanto externalización de las creencias que organizan las prácticas. Es así que el crecimiento fetichista de fantasmagorías es correlativo al distribucionismo onírico que actúa regulando activamente las sensaciones de las distintas clases, operando en el humus socio-perceptivo desde el que se estructuran las prácticas. En este marco, el consumo es una nueva modalidad de inscribir la separación y de reinstanciar la deuda: sin fin y sin satisfacción, retorna y vuelve a persistir compulsivamente en desesperación. Este es otro de los rasgos que identifica Benjamin con relación al *capitalismo como religión*:

*En la esencia misma de este movimiento religioso que es el capitalismo yace la perseverancia hasta el final, hasta la completa culpabilización final de Dios, hasta un estado de mundo afectado por una desesperanza que todavía se espera. Lo que el capitalismo tiene de históricamente inaudito es que la religión no es reforma del*

8 Benjamin (2005, p. 396) escribe: "El capitalismo fue una manifestación de la naturaleza con la que le sobrevino un nuevo sueño onírico a Europa y, con él, una reactivación de las energías míticas". Por esto, y siguiendo a Marx, el autor inicia su apartado titulado 'Teoría del conocimiento, teoría del progreso' en *El Libro de los Pasajes*, con una referencia a los manuscritos: "La reforma de la conciencia únicamente consiste en despertar al mundo... del sueño sobre sí mismo." (2005, p. 459)

*ser sino su destrucción. Habría que esperar la salvación de la desesperanza que se extiende al estado religioso del mundo. La trascendencia divina se ha derrumbado. Pero Dios no ha muerto; está incorporado en el destino del hombre. La transición del planeta hombre, siguiendo su órbita absolutamente solitaria en la casa de la desesperación, es el ethos que determina Nietzsche. Este hombre es el superhombre, el primero que comienza a cumplir, reconociéndola, la religión capitalista. Su cuarto rasgo es que su Dios debe permanecer oculto; sólo en el cenit de su culpabilización puede ser apelado. (2010, p. 2. El destacado es nuestro)<sup>9</sup>*

Una de las imágenes más pornográficas de este tránsito por la desesperación es la que *compulsivamente retorna* los viernes posteriores al día de acción de gracias en EE.UU: durante los denominados *viernes negros* las cadenas de supermercados rematan los productos: hay colas de peregrinos en las puertas de esas iglesias de consumo, acampando, esperando el tañido de la campana para la compra. Es por esto que esa *transición del planeta hombre, siguiendo su órbita absolutamente solitaria en la casa de la desesperación* permite tramar la relación no sólo ya entre capitalismo e Hipno sino entre capitalismo y Tanatos. El resultado final de la máxima separación, de la mayor desunión, de la fragmentación –en escala societal y a nivel psíquico– es el sujeto en la *absoluta soledad*. Pero todavía la idea de *absoluta soledad* supone un sujeto, implica una unidad. Por el contrario el capitalismo como Tanatos supone la desmembración de esa unidad y su fijación compulsiva en una reunificación parcial de energías encarnada en la articulación prensil de la mercancía. Neo-primitivismo que como resultante a escala societal se expresa en poblaciones anestesiadas, como sumatoria de energías canalizadas en las prácticas de apropiación mediadas por el billete/tarjeta como estampa.

Desde otro lugar de inteligibilidad Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración*, publicada unos años más tarde que la reflexión antes referida, concretan una potente y aparentemente paradójica afirmación que indica que lo propio del desarrollo del capitalismo es separar –e igualar– a los hombres en su ritual de religiosidad cotidiana, permanente. Sin tregua y sin pausa: el *aislamiento por comunicación*.

*La afirmación de que el medio de comunicación aísla no es válida sólo en el campo espiritual (...) El progreso separa literalmente a los hombres. Los tabiques y subdivisiones en oficinas y bancos permitían al empleado charlar con el colega y hacerlo participe de modestos secretos; las paredes de vidrio de las oficinas modernas, las salas enormes en las que innumerables empleados están juntos y son vigilados fácilmente por el público y por los jefes no consienten ya conversaciones o idilios privados. (...) Pero el medio de comunicación separa a los hombres también físicamente. El auto ha tomado el lugar del tren. (...) En compensación, en cada automóvil familiar*

9 Ver Ennis & Foffani, 2015.

*se habla sólo de aquello que se discute en todos los demás de la misma índole: el diálogo en la célula familiar se halla regulado por los intereses prácticos. (...) Cuando en los weekends o en los viajes se encuentran en los hoteles, cuyos menús y cuartos son –dentro de precios iguales– perfectamente idénticos, los visitantes descubren que, a través del creciente aislamiento, han llegado a asemejarse cada vez más. La comunicación procede a igualar a los hombres aislándolos. (Horkheimer & Adorno, 1987, pp. 262-263)*

La pulsión tanática del capitalismo ya había sido indicada en su forma fascista por Benjamin a mediados de los años 1930<sup>10</sup>; pero las formas de la desesperación en este tiempo/lugar de instanciación particular del capitalismo espectacular, se enmarcan en una religión de la destrucción del ser en el día a día: una matriz de muerte escrita en la filigrana del pacífico tránsito de la mercantilización desde la posición del consumo<sup>11</sup>: Muerte por *vampirización* de los sujetos por los objetos; muerte por espectacularización que aleja la vida propia y la sustituye por imágenes que no sólo mediatizan las interacciones sino que trazan las constituciones identitarias de los sujetos con desigual capacidad de crédito/deuda/culpa como consumidores. Pero a contrapelo de lo anterior, en el próximo apartado identificamos –a partir del trabajo empírico– las condiciones de posibilidad para inquirir en espacios/tiempos intersticiales; donde se pueden reconocer formas efímeras pero persistentes de profanación cotidiana que desaturizan el ensueño tanático de la mercancía.

#### **4. El consumo en la tríada de la religión neocolonial (y sus revueltas)**

En el marco de las investigaciones empíricas y teóricas que ha realizado y dirigido, Adrián Scribano elaboró una caracterización de lo que ha dado en llamar la trinidad de la religión neo-colonial, como lectura del estado actual de constitución de una economía política de la moral. Scribano identifica una nueva religión de los países neocoloniales dependientes que reemplaza a la trinidad de la *religión industrial* basada en producción ilimitada, absoluta libertad y felicidad sin restricciones, desarrollada en términos analíticos por E. Fromm. En palabras del investigador cordobés:

10 “La guerra imperialista está determinada en sus rasgos atroces por la discrepancia entre los poderosos medios de producción y su aprovechamiento insuficiente en el proceso productivo (con otras palabras: por el paro laboral y la falta de mercados de consumo). La guerra imperialista es un levantamiento de la técnica, que se cobra en el material humano las exigencias a las que la sociedad ha sustraído su material natural. En lugar de canalizar ríos, dirige la corriente humana al lecho de sus trincheras; en lugar de esparcir grano desde sus aeroplanos, esparce bombas incendiarias sobre las ciudades; y la guerra de gases ha encontrado un medio nuevo para acabar con el aura”. (Benjamín, 1994, p. 57)

11 Pero precisemos hasta aquí: si espectacularización y mercantilización expresan el gobierno de las cosas sobre los hombres (como doble pasivización de los sujetos en el sentido de Debord, en tanto que la espectacularización expresa el espacio-tiempo del capital vuelto imagen, y por ende, se trata de un nuevo énfasis en la consumación de la separación) existen prácticas o momentos intersticiales de las prácticas que desdican esta marcación. Lo abordamos en el próximo apartado.

*Desde –y para– esta trinidad moebiana entre el consumo que nos hace ser alguien, entre el solidarismo que al único que beneficia es al que da, y entre la resignación que lo único que hace es procurar la aceptación de la limitación de la capacidad de acción, existen consecuencias sociales de multiplicación colectiva que se ritualizan y entrelazan. (Scribano, en Scribano & Figari, p. 2009)*

Pero como señalamos en la introducción, la aparición de la tríada religiosa neocolonial va acompañada por prácticas o momentos de las prácticas en los cuales aparecen intersticios que des/dicen y des/hacen esta forma dominante de operatoria sobre lo sensible. Lo otro del consumo de los sujetos por las mercancías es *el don, la reciprocidad y otras modalidades orientadas a la destrucción del carácter equivalencial, cuantitativo de los objetos*. Y en lugar de la veloz mimesis con el objeto/experiencia mercantilizada, aparece el disfrute como placer singular, hétero y multicromático<sup>12</sup> que atraviesa a los sujetos, en contextos interaccionales específicos. Estas prácticas suponen otras maneras de vivenciar espacio/tiempo en tanto configurantes de la experiencia, ya que implican un salto con la dinámica de circulación permanente y sin freno de adecuación de sujetos a objetos.

En este sentido<sup>13</sup>, en los espacio/tiempo de festividad hay algunas maneras de gastar que implican des/mentir, des/regular y destruir el fetiche de la mercancía. Por ejemplo, el gasto festivo se puede entender como:

*La actividad que contrapone, pliega y des-pliega la expresión contra la disciplina y el ahorro ascético. La festividad implícita en el gasto que destituye al fetichismo de la mercancía, instala nuevas estéticas como re-apropiación o descubrimientos de otras formas de percibir-experimentar.*

*En el contexto narrado es que prácticas del querer como una manera de “negar” la universalidad de la resignación y el gasto festivo como práctica destituyente, desreguladora y destructiva se vinculan en tanto prácticas que desmienten la economía política de la moral vigente. En las bandas que se despliegan al cortar (re-cortar/unir) la trama aludida entre prácticas del querer y gasto festivo, aparece la fiesta como una de las posibilidades de observar y reconocer los caminos de señalamiento de la no verdad de las políticas de las emociones y los cuerpos asociados a la dominación a través de dichas intersticialidades. (Scribano y Boito, en Scribano, Magallanes y Boito, 2012, p. 32)*

12 Una interesante constatación óptica vincula velocidad y color: “la velocidad mata al color: el giróscopo, cuando gira con rapidez, forma el gris” (Paul Morand, citado en Rial Ungaro, 2003, p. 32) Scribano ha vinculado el carácter monocromático de ciertas experiencias en contextos de segregación y el empobrecimiento de las prácticas sensibles de sujetos que habitan en lo que ha denominado “El mundo del No”. Pero a la vez, ha propuesto una estrategia teórico-metodológica para abordar las sensibilidades, que parte de vincular sensaciones y colores. Desde esta perspectiva, la selección y el uso de los colores opera como *una metáfora cromática que hace posible el análisis social*.

13 Tal como hemos expuesto en otras investigaciones (Scribano, Magallanes & Boito, 2012)



De este modo, y si retomamos la exhortación de Agamben antes referida (“Profanar lo improfanable es la tarea política de la generación que viene”), se evidencia que es “lo que viene ocurriendo” en nuestro presente; en instancias que quizás no aparecen a primera vista como portadoras de valor epistémico: las prácticas o en momentos de las prácticas que se desarrollan en contextos de festividad/celebración. Por esto de lo que se trata es de crear condiciones de observabilidad sobre haceres cotidianos, donde se concretan prácticas sensibles asociadas al disfrute compartido. Maneras de “hacer girar”, de “re-vuelta” del dominio de la mercancía, en direcciones o registros similares a los señalados por Debord: “*contra la mercancía, contra el mundo de la mercancía, contra el trabajador-consumidor jerárquicamente sometido a las medidas de la mercancía*”. (Debord, 2006, p.17).

Pero además de los momentos de festividad autonominados/autoreferidos en estos términos por los sujetos que han participado en la investigación citada, es interesante identificar la transferencia de este carácter a otras prácticas; específicamente a las acciones de protesta. En el marco del equipo de investigación, Lucas Aimar aborda este espacio/tiempo disruptivo en el abordaje que realiza de una protesta social acaecida en el sur cordobés, conocida popularmente como “Tampierazo”. Se recordará que Debord orientaba sus consideraciones en la misma dirección, en cuanto a los estados de sentir que emergen en ciertos instantes de protestas sociales específicas. En referencia a los saqueos en Watts, EE.UU. en los años 1960, señalaba:

*La sociedad de la abundancia halla su respuesta natural en el saqueo (...) el saqueo, por el cual se desmorona inmediatamente la mercancía en cuanto tal, muestra también la última ratio de la mercancía: el ejército, la policía y demás cuerpos especializados que ostentan en el Estado el monopolio de la violencia armada. (Debord, 2006. p. 22)*

En su investigación, lo que identifica Aimar sobre los recursos expresivos puestos en acto en las acciones colectivas que se generaron en ciudades del interior de la provincia de Córdoba, es la asociación entre acción colectiva/fiesta popular /destrucción de la mercancía. Afirma el autor:

*Los bienes pueden destruirse, porque son consumidos por el fuego de las emociones que ya no se sujetan a los límites de la moralidad. En la protesta, bicicletas, autos, muebles y obras de arte arderán por igual en las llamas de las hogueras festivas. La autoridad responderá sólo al mandato de quienes gobiernan la calle, y los bienes de lujo serán arrastrados como trofeos por la suspensión de los castigos y puniciones del dominador. Exceso y destrucción, pero no porque los bienes materialmente sean suprimidos, arruinados o quemados. Destrucción porque en su apropiación se elimina su carácter mercantil, y en lo intersticial de la práctica, se destituyen y reconstruyen las conexiones entre valor de uso y de cambio que supone la fetichización de la sociedad. (...) Ésta es la **sensación de euforia** que sienten los manifestantes al*



*hacerse dueños de la calle, al subvertir los valores de la buena moralidad, al saberse vencedores frente a la inacción de las fuerzas represivas y policiales. Justamente en esos momentos, donde no se calcula el costo de las acciones y siempre se parece estar en el lugar del exceso –pero sin sentir el peso del arrepentimiento y culpa por ello– pueden reconocerse prácticas de gasto festivo. (Aimar, en Scribano, Magallanes y Boito, 2012, p. 176)*

Más allá de las diferencias estructurales de las escenas antes referidas (compartir en reciprocidad objetos en los que priman valores de uso, enmarcados en interacciones que son significativas para los actores participantes en lo festivo; quemar objetos en contextos de protesta, mediante el saqueo, la apropiación que niega el valor de cambio y/o la simple destrucción) convergen en un gesto que implica –en términos benjaminianos– “robar un día”, hacer saltar del continuum –que es objeto de la regulación espectacular/mercantil– un fragmento de espacio/tiempo que opera a contrapelo de las formas equivalenciales.

## 5. A modo de cierre

En estas reflexiones hemos precisado la operatoria de las prácticas colonizadas por el consumo. Para esto, partimos de las consideraciones benjaminianas que caracterizan al capitalismo como religión, cuya actuación sobre lo sensible expone formas de empobrecimiento de la experiencia asociadas a la fantasmagoría de la mercancía. Luego releímos al ensueño mercantil como pesadilla y muerte, ya que supone formas de interacción que se fundamentan y refuerzan el carácter “demoníaco” de la relación sujetos/objetos, en un mundo que se caracteriza por la proliferación de mercancías. Finalmente –centrados ya en las prácticas de consumo– identificamos otras prácticas o momentos de prácticas que disuelven, dan vuelta/in-vierten y tajejan –es decir, profanan en acto– a la religiosidad mercantil: desde el compartir en reciprocidad hasta la destrucción y saqueo de objetos.

Desde aquí, pretendimos ampliar el campo de lo observable para dar cuenta de la complejidad de los procesos de re-estructuración de la experiencia presente, y referimos no sólo a los momentos de festividad *tradicional* (estar juntos con la pareja, los hijos, la familia, los amigos, etc.) sino también a la posibilidad de *fiesta popular* en algunas protestas, cuando se produce un detenimiento y un hiato en la demoníaca circulación/adaptación/sujeción de los hombres a las cosas. Lo que aparece aquí es el disfrute como placer singular, hétero y multicromático.

Si el consumo es una forma de identificación socio-comunicativa hegemónica en formaciones donde se ha desarrollado la religiosidad del capitalismo, en este tiempo de su despliegue a escala planetaria los procesos de mercantilización subsumen las más diversas expresiones de la experiencia social –tal como ya

anticipaba Debord (1995), con la noción de “paquetes de experiencia” *pagable(s) a crédito*.

En este recorrido hemos evidenciado que una marca fuerte del trabajo ideológico sobre la naturaleza sensible de la práctica social es la operatoria orientada a que “todo pueda volverse equivalencial”; es decir, traducirse y desplazarse en los mismos circuitos de experiencia, crecientemente mediatizada y mercantilizada.

Pero a la vez hemos identificado y expuesto algunas prácticas o momentos de las prácticas que nos obligan a hacer el ejercicio de reconocer flujos múltiples de la experiencia social sobre lo festivo, que no tienen que ver con esa realización vía el consumo.

En síntesis, la propuesta epistémica y política presentada se orienta a contribuir a encontrar esos flujos distintos de experiencia en ciertos lugares que nos parecen ideológicamente impensados/impensables; por ejemplo en las instancias de protesta social, tal como propone Lucas Aimar. Y en la misma dirección tiene que ver con iluminar esos espacios/tiempos clandestinos que algunos pensadores como Alberto Melucci señalaron como laboratorios de la experiencia social presente, durante su configuración, donde se van gestando otros modos de estar juntos.

Leer contra-ideológicamente las maneras de capturar de las energías psíquicas y sociales que se tapan mediante el consumo (recordemos que el mandato de una gaseosa Cola es nada menos que “Destapar Felicidad”) y crear condiciones de observación para las emergentes, fragmentarias y múltiples modalidades de des-decir la mercantilización/mediatización de la experiencia, constituyen dos mecanismos orientados a tajar la construcción ideológica que insta a la posición de consumidor como forma hegemónica de identificación. Y de esta forma hacer posible la expresión de lo que está preso, apresado y aprensado y que refiere a flujos distintos y plurales de la experiencia social que pretenden des-enmarcarse de una forma de religiosidad como es el capitalismo contemporáneo, que casi no permite la posición de herejes y profanadores.

A modo de cierre, volvemos a referir a W. Benjamin quien en las tomas de notas sobre sus experiencias con el haschisch, en un escrito sin fecha afirma: “Actuar es un medio para soñar, meditar es un medio para estar despierto”. Desde nuestra perspectiva, efectivamente de lo que se trata es de producir instantes para el detenimiento /reflexivo/ de la acción en vistas a meditar y estar despierto, atravesando el mundo de ensueño/pesadilla mercantil, donde si bien la “acción” compulsiva sella a los sujetos en la pasividad de lo muerto como tendencia dominante, es en el cuerpo-en la experiencia de los sujetos, donde también se expresan pulsiones *eróticas* (que reúnen a familias, grupos) que se orientan – mítica y psicoanalíticamente– a unir, a volver a trazar imágenes que ya no son estampas, sino rostros que se presentifican “mas acá” y en contradicción con la lógica de adecuación de los hombres a las cosas/experiencias mercantilizadas y mediatizadas.

## Referencias bibliográficas

- Agamben, G. (2005). Elogio de la profanación. En *Profanaciones*. España: Adriana Hidalgo Editora.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, W. (1994). *Discursos Interrumpidos*. Barcelona: Planeta Agostini.
- Benjamin, W. ([1921], 2010). *El capitalismo como religión*. Traducción de Omar Rosas. Publicado por Norberto Gómez en el blog: *Biopolítica de los estados de excepción*. Disponible en <http://goo.gl/VCKtLk>.
- Benjamin, W. (2005). *Libro de los Pasajes*. España: AKAL.
- Benjamin, W. (2010). *Haschisch*. Argentina: Tierra del Sur.
- Boito, M.E. (2010a). Exploraciones sobre las regulaciones del sentir/experimentar clasista ante expresiones de necesidad: la operatoria hegemónica de la sutura solidaria trans-clasista. En Scribano, A. & Lisdero, P. (Comp.) *Sensibilidades en juego: miradas múltiples desde los estudios de los cuerpos y las emociones*. Córdoba: CEA, Conicet. Pp: 193-216. Recuperado de <https://goo.gl/mTFyjc>
- Boito, M.E. (2010b). Estados de sentir en contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia. Intentos por precisar una lectura materialista de las sensibilidades. En Boito, M.E. & Grosso, J.L. (Comp.) *Cuerpos y emociones desde América Latina*. Córdoba: CEA\_Conicet.
- Boito, M.E. (2011a). La tautología del solidarismo en el Bicentenario: Argentina abraza a Argentina. En Scribano, A. & Ferreira, J. (Comp.) *Corpos em concerto: diferenças, desigualdades, desconformidades*. Recife: Universidade Federal de Pernambuco. Pp. 333-361.
- Boito, M.E. (2011b). Un momento en la historia de la percepción burguesa: W. Benjamin, el capitalismo como religión y la pobreza como marca de la experiencia capitalista. En Boito, M.E. Toro Carmona, E.I. & Grosso, J.L. (Comp.) *Transformación social, memoria colectiva y cultura(s) popular(es)*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. Pp. 22-42. Recuperado de <http://estudiosociologicos.org/portal/transformacion-social/>.
- Boito, M.E. (2013). *Ideología y prácticas sociales en conflicto. Una introducción*. Córdoba: Dirección de Publicaciones de la UNC.
- Boito, M.E. (2015). Des-apresar felicidad / La sonrisa de los explotados. Huellas y porvenir de los intersticios, las resistencias y revoluciones. En Boito, M.E. (Comp.) *Lo popular en la experiencia contemporánea: emergencias, capturas y resistencias*. Buenos Aires: El colectivo. Pp. 281-304.
- Boito, M.E. & Seveso, E. (2015) *La tecnología como ideología en contextos de socio-segregación, Ciudades-Barrio (Córdoba 2011-2014)*. Rosario: De Puño y Letra.
- Deleuze, G. (1991). Posdata sobre las sociedades de control. En Ferrer, C. (Comp.) *El lenguaje libertario*. Montevideo: Ed. Nordan.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: Ediciones La Marca.

- Debord, G. (1999). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama.
- Debord, G. (2006). *El planeta enfermo*. Barcelona: Anagrama.
- Ennis, J. & Foffani, E. (2015) El capitalismo como religión, de Walter Benjamin. Traducción, notas y comentarios. *Katatay. Revista Crítica de Literatura Latinoamericana*. Vol. 13 La Plata: Katatay. Recuperado de <http://goo.gl/pSG269>.
- Grimal, P. (1965) Diccionario de Mitología Griega y Romana. España: Labor.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. ([1944]1987). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Laplanche, J. & Pontalis, J.B. (1967). *Diccionario de Psicoanálisis* de Labor. Año 1967
- Lowe, D. (1986). *Historia de la percepción burguesa*. México: FCE.
- Rial Ungaro, S. (2003). *Paul Virilio y los límites de la velocidad*. Madrid: Campo de Ideas.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española (22° ed.)*. Madrid: España.
- Scribano, A. (2009). ¿Por qué una mirada sociológica de los cuerpos y las emociones? A Modo de Epílogo. En Figari, C. & Scribano, A. (Comp.) *Cuerpo(s), Subjetividad(es) y Conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde Latinoamérica*. Buenos Aires: CLACSO/Ciccus.
- Scribano, A. Magallanes, G. & Boito, M.E. (Comp.) (2012). *La fiesta y la vida: estudio desde una sociología de las prácticas intersticiales*. Buenos Aires: CICCUS.
- Sibilia, P. (2009). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: FCE.
- Silva, L. ([1975] 2009). *Anti-Manual para uso de marxistas, marxólogos y marxianos*. Venezuela: Monte Ávila Editores Latinoamericana CA.
- Silva, L. (1971). *Teoría y práctica de la Ideología*. México: Ed. Nuestro Tiempo.
- Silva, L. (1984). *La Plusvalía Ideológica*. Venezuela: Ed. Universidad Nacional de Venezuela.