

## Arlequín consumado o la vida como arte

*«Dado que la existencia espiritual del hombre es la lengua misma, el hombre no puede comunicarse a través de ella sino sólo en ella.» (W. Benjamin, Sobre el lenguaje en general y sobre el lenguaje de los hombres).*

«Arlequín, con un plato de macarrones para regalar a Pedrolino (Pierrot) de parte del Capitán, se lo da. Pedrolino, llorando, lo recibe, diciendo que llora por un ataque que ha tenido su mujer, y diciendo esto empieza a comer. Arlequín llora también y se pone a comer llorando, llorando...»

Es el boceto de una situación para los actores de la Comedia del Arte italiana del s. XVI, en las primeras luces del mundo moderno. Conservado por escrito, señala el momento en que comienzan a fijarse los tipos de los personajes del teatro popular, en un principio no escrito, improvisado.

Los tipos se fijan por la repetición en escena de las frases y situaciones afortunadas que son celebradas por el público espectador, y cuajan en la máscara (pantalla), que permite identificar al personaje instantáneamente aunque, por cierto, no inmediatamente sino sólo por su mediación.

La máscara que da identidad al personaje abarca todo el cuerpo, no se restringe al rostro. En realidad la máscara facial en su labor tra-

dicional oculta el rostro del actor para proyectar sólo al personaje y poder ser así la imagen reflejada del público espectador (catarsis): el espectador verdaderamente se contempla a sí mismo gracias a la máscara y por su mediación. Así pues, la máscara incluye al vestuario, que —aun abigarrado como el mismo público-espectador, es (el) uniforme, también como el público, en cuanto se identifica como público. El vestido es el uniforme del personaje-tipo.

De entre los personajes de la Comedia del Arte, siempre improvisada y siempre repetida, esquematizada-formalizada en el boceto, en los tipos, en las máscaras, en los trajes, Arlequín ha llegado a configurarse como el reflejo y tipo del hombre en su peripecia contemporánea. Nacido en la Edad Media, cuajado en el comienzo de la Moderna, Arlequín alcanza su madurez expresiva-reflexiva en esta edad hipermoderna en que se consume el proyecto de la modernidad: el de la racionalidad autónoma de una humanidad ilustrada, que nos ha traído hasta la formalización, al vaciamiento de contenido de lo humano empírico (singular-individual), a su virtualización y neutralización real correlativa; a su desustancialización, pues, y a su nihilismo en ese sentido (existencialización), en nombre de un sujeto humano genérico-trascendental, histórico, de clase. Incluso el auge del «individuo» a partir del movimiento romántico pertenece al fluir de la modernidad. En él, de la *totalidad de la razón* oscilamos a la *totalidad de la vida* y de ésta al viviente, convertido en fragmento de aquélla, que tiene sentido en su ex-pertenencia a la totalidad rota, en su referencia aún a la totalidad: sólo se es fragmento respecto a un todo. De ahí la máscara, el uniforme holográfico no en cuanto a la complejidad y mimesis de una imagen tridimensional, sino en cuanto a la propiedad —real o ficticia, tanto da— de los hologramas de reproducir la totalidad de la imagen en los fragmentos del soporte roto. El uniforme de Arlequín es su idio-sincrasia, o al revés.

Viste Arlequín chaqueta corta y calzones ceñidos. Chaqueta y calzones están cubiertos de retazos de tela de distintos colores mezclados caprichosamente —ojo, no al azar—. Al cinto lleva un bastón, y tiene barba negra de pelo fuerte y áspero. La máscara completa su caracterización con un medio antifaz negro de nariz chata, y habla bergamasco.

En el esquema de personajes de la «*commedia a soggetto*» Arlequín comienza siendo un lacayo tosco, comilón y montaraz, derivado de la figura del payaso segundo, el necio; mientras que su colega y paisano Brighella o Pedrolino (Pierrot) es el payaso primero, el lacayo intrigante, astuto y sin escrúpulos. Gracias al efecto de reflexión —espe(cta)cular— del teatro popular se explica que no es por casualidad que las máscaras de los servidores bergamascos, y la de Arlequín en especial, hayan resultado las más características y complejas, al tiempo que han ido cambiando su significado: durante el s. XVIII francés Arlequín suaviza sus rasgos en la comedia de Lesage y sobre todo de Mariveaux, donde, sin perder sus atributos, la máscara llega a convertirse en la figura del *seductor*, símbolo de las infinitas posibilidades de ser de quien intenta ansiosamente (sigue la hambruna, ahora estilizada, formalizada) realizar al menos una de ellas.

Si cada máscara del espectáculo tiene una función que adquiere sentido no por sí misma, sino en el conjunto constituido por las otras máscaras, la capacidad de absorción (asimilación, mimesis, consumo) de Arlequín y su poder de seducción en la era de la realización del espectáculo le han permitido integrar en sí todas las demás figuras de la escena, que perviven, y aún se las puede reconocer integradas y fragmentadas en las piruetas y los gestos de Arlequín, como los fragmentos de distintos colores de su traje, mezclados caprichosamente (no al azar).

Quizá parezca que se puede entender a la inversa: que todos los personajes de la Comedia del Arte han asumido la máscara de Arlequín, que se han apropiado sus retazos. Sin embargo, justo al hacerlo así lo que ocurre es que se han convertido-transformado (metamorfosis) en Arlequín, pues el personaje es la máscara y nada más.

¿Por qué Arlequín? Aceptado el espectáculo totalmente, ¿por qué no cualquiera de los otros personajes de la Comedia? En primer lugar, el proceso de totalización iluminista (—las candilejas iluminan la escena enmarcada por una densa oscuridad en la que se desatan los sentidos mientras la escena desarrolla la ilustración) en el que se desarrolla la Comedia requiere que el personaje pueda ser considerado bajo ese aspecto total. Esto excluye a los personajes sin máscara, los que son

representados (a cara descubierta), en los que siempre queda como residuo la identidad reconocible del actor. Así es como de los diez personajes habituales de la Comedia del Arte, las dos parejas de enamorados son los primeros excluidos del proceso de «personajización» de la racionalidad totalizadora por la formalización, pues conservan una *identidad propia como personas* que representan un papel y no están reducidos a la escenificación.

Quedan las máscaras: el Capitán, el Viejo, el Doctor, Colombina y los dos servidores: Arlequín y Pedrolino. De entre estos, Colombina queda también rápidamente fuera por su función meramente de enlace —paloma mensajera— entre los enamorados y las máscaras. El Viejo podría tener su opción por el hecho de haber alcanzado la riqueza y poder disponer de ella, pero acumularla le ha llevado demasiado tiempo, hasta verse impedido para disfrutarla, siempre deseoso de haber vivido otra vida ya vivida. No, ciertamente el viejo no es el tipo del hombre contemporáneo. Por el hecho de ser fátuos, inflados de saber y de arrojo respectivamente, el Doctor y el Capitán podrían haber reflejado al hombre moderno formalizado y vacío (contemporáneo). Pero demasiada trascendencia destilan estas máscaras: su hoquedad hace todavía alusión a un contenido (el saber, el valor).

Solo quedan los dos sirvientes, los instrumentos de la trama como espectáculo. Ambos son el *instrumento puro*, total. Su referencia se consume en su arte inmanente a la misma acción. Lo suyo no es una representación, inauguran un mundo siendo el reflejo en el que el público se ve. Ellos son el mismo público-espectador convertido en espectáculo total de sí y para sí. Entre los dos, Arlequín va más a su aire, sin meta, sin intención, igual se engancha que se descuelga de la acción sin previo aviso; ajeno al bien y al mal es la perfección (consumación) de la pirueta, del giro, de la acción oscilante, artista de la retórica gestual en la que manifiesta su seducción. Un gesto de esta vida (vital) acumula en sí más que mil palabras. Esto es así por ese mismo proceso de racionalización formalizadora totalizante e instrumental para cuya comprensión se ha de considerar completada con el aspecto que aporta el movimiento romántico.

LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA ESCENA (VIRTUALIZACIÓN):  
RAZÓN Y SENTIMIENTO UNIDOS EN LA FORMALIZACIÓN

El romanticismo ha proporcionado el vínculo en el que mediar la reflexión formalizada. Por su anhelo de totalidad se vincula a la formalización. Por su referente en la vida, a la vez que hace inmanente (vital) la totalidad, establece la mediación con el sentimiento (vivido) porque el arte es su *expresión total*, consumada, mientras que de éste no olvida que su vehículo es la acción, técnica; pues el arte como acción es técnica además de genio, innovación y verdad puesta en obra, pero también es espectáculo, no está completo sin ser espectáculo. Así podemos verlo a través de las manifestaciones de Schlegel en los comienzos del romanticismo alemán, que Sánchez Meca analiza en su artículo sobre el concepto romántico de *bildung*. Ante la declaración de Schlegel de que el principio de toda poesía es «anular el curso y las leyes de la razón sólo razonante y transferirnos de nuevo a la bella confusión de la fantasía, al caos originario de la naturaleza humana», Sánchez Meca considera que «por tanto la poesía no es, en esta formulación, tanto el instrumento subversivo para travesuras y juegos verbales con los que trataría de darse relieve e importancia a un yo inmaduro y exhibicionista, cuanto la expresión de una nueva totalidad que se define como progresiva y universal». <sup>1</sup> Tal vez con una distancia mayor —o acabado ya el proceso— ahora podemos no tanto «anular el curso y las leyes de la razón» sino situar en su lugar ese curso y esas leyes, o tal vez llevarlos a su completa (total) realización (consumación).

Por eso Sánchez Meca descubre la actualidad del romanticismo en su ser respuesta a la exigencia de absoluto rechazando al tiempo el recurso a la trascendencia, por la mediación del arte-poesía (*poiesis*). La poesía permite al hombre acceder al «bellísimo caos de sublimes armonías y de interesantes disfrutes» que la razón positivista no alcanza. <sup>2</sup> Observa Sánchez Meca que la poesía (*Poesie*) de la que habla Schlegel

1 Sánchez Meca, Diego, «El concepto de «Bildung» en el primer romanticismo alemán», *Daimon, Revista de Filosofía*, Universidad de Murcia 1993, n° 7, p. 76.

2 *Ibidem*.

no es la composición poética (*Dichtung*) sino el aliento universal que se manifiesta en cada producto poético.<sup>3</sup> Por eso «el sentido de la romanización no es exactamente hacer de la propia vida una artificiosa y extravagante imitación del arte», significa más bien, que se considera a la poesía (*Poesie*) como el principio común que debe informar, po(i)jetizándolos, tanto al arte como a la vida.<sup>4</sup> Haciendo de la vida un arte y dotando de vida al arte, reuniendo en la totalidad al arte y a la vida, esto como meta de un proyecto «alternativo» —yo diría que complementario— de progreso basado en una concepción de cultura como ampliación del horizonte particular finito a *sentir universal infinito*, avanzar en un proceso de universalización que permita al hombre moverse libremente en el ámbito entero de la humanidad.<sup>5</sup> La herramienta mental de que dispone el individuo en tanto que finito para su tránsito inmanente hacia el infinito universal y plural es la ironía: «mediante la continua autoparodia el hombre accede a la conciencia de la relatividad y parcialidad de los diversos modos de ser que a lo largo del proceso va asumiendo».<sup>6</sup> Y en eso se resuelve la interioridad.<sup>7</sup>

La concepción alternativa-complementaria de lo moderno que ofrece el romanticismo de Schlegel es la de una universalidad polimorfa, constituida por una pluralidad de formas en el sentido de una formalización plural, que presenta múltiples aspectos, que hacen que el individuo (el sujeto) nunca sea otra cosa que «una parte o fragmento de sí mismo»,<sup>8</sup> pues sólo se consume en el tipo (universal): como máscara.

Con el sentimiento romántico se establece la mediación entre el sujeto formalizado y la obra que exenta de trascendencia se resuelve

3 *o. c.*, p. 78.

4 *Ibidem*.

5 *o. c.*, p. 81.

6 *o. c.*, p. 82. «Evita así que lo que sólo es un momento o fragmento sea tomado demasiado en serio, sea absolutizado y, en consecuencia, considerado y vivido dogmáticamente como algo definitivo» (p. 82), y en el fragmento objeto de ironía se incluye «el propio arte, virtud o genialidad» (p. 82). Individuo-fragmento como totalidad vacía-formal, frente al sentimiento universal: vacío formalizado, desubjetivado.

7 *o. c.*, p. 82.

8 *o. c.*, pp. 84 y 83.

como producción refleja (no reflexiva) del autor-actor-espectador en la obra-acción. Al movimiento romántico debemos el poder considerar la obra y sus elementos como espectáculo y espectáculo total.

La virtualización del sujeto es otro aspecto que adopta esta espectacularización de la existencia del hombre producida por el universalismo formalizado y pragmático de la razón autónoma. Está implícito en el concepto de espectáculo, que lo es fundamentalmente por su ser virtual, *apariencia pura*, sin resto.

La consideración de la vida humana como apariencia pura ciertamente va unida a su carácter de espectáculo, pero no por ser espectáculo sino porque éste es *total*-universal: improvisado, sin diálogo previo (sin esencia) que declamar, que representar. Es la Comedia del Arte un teatro no representativo, tampoco como literatura, pues no se lo puede considerar propiamente escrito. Resuelto en el escenario, tampoco se puede entender que en él obtiene finalmente la condición de realidad. Esto valdría para la obra escrita, sólo literaria, o literaria sólo en el sentido premoderno del arte. La acción escénica (no representación) es virtual totalmente, no alcanza ninguna realidad, porque ninguna situación singular, empírica, agota a la máscara, mientras que toda situación es la repetición (no representación) de la máscara y es la manifestación (sin nada detrás) mediada de una entre la totalidad inconmensurable de posibilidades (fragmento).

La acción escénica en la Comedia no es la realización de una posibilidad entre un conjunto de ellas; esto requeriría establecer los límites de ese conjunto y así la referencia con aquella posibilidad, que le dotaría de realidad. No, máscara y acción son coextensivas, son puro signo una de la otra, objetos que se consuman en su ser signo y así se consumen y son consumidos, según señala Baudrillard del *objeto de consumo*.<sup>9</sup> Y esta pura virtualidad es posible porque la acción no es más que

<sup>9</sup> Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, siglo veintiuno editores, 1981 (6ª ed.), (1ª ed. en francés 1968), p. 224: «Para volverse objeto de consumo es preciso que el objeto se vuelva signo, es decir, exterior, de alguna manera, a una relación que no hace más que significar. Por consiguiente, arbitrario y no coherente con esa relación concreta, pero que cobra su coherencia, y por tanto su sentido, en una relación abstracta y sistemática con todos los demás objetos-signo.»

pura reflexión del público espectador, que se resuelve igualmente en ella, lo que caracteriza al espectáculo como total. Así es que el sujeto del espectáculo total es el sujeto igualmente total: actor-autor-espectador, y es por eso mismo *totalmente virtual*, eso sí, también totalmente espectacular y universal. Ahora bien, habremos de tener muy presente que la mediación impone su ley formal, y la impone sin residuo a este sujeto totalmente formalizado: la máscara, el tipo, impone su guión. Pues se manifiesta a través del gesto, está sujeto a la técnica (arte) mímica en la que consiste su acción (guiada). Tampoco ésta se podrá considerar instrumento para una realización, una mediación identificadora. No, es una mediación pura, formal, indiferenciadora (universal), pues su mediación consiste en traducir una acción refleja (como un espejo refleja, como el movimiento reflejo de un músculo).

La técnica-arte es el vehículo de la reflexión (acción), por lo que la época de la estetización general de la existencia por el arte es también la del desarrollo y la aplicación sistemática y generalizada de la técnica: la era tecnológica.<sup>10</sup> En esta era *el ordenador* ha llegado a ser el instrumento consumado en su universalidad y en su carácter formal, el artefacto total, cibernético, él mismo reflejo sin resto de lo que es la tecnología.

Una vez que la pantalla se ha impuesto como el elemento de contacto (*interface*) entre la máquina (artefacto) y el operador (actor), siguiendo así la propia lógica de la presentación refleja completada con la utilización de iconos (imágenes signílicas universales), el ordenador ha hecho transparente, reproduciéndolos en su misma organización,

10 Ver Vattimo, G., *El fin de la modernidad*, Gedisa, Barcelona 1987 (2ª), pp. 50 y 53; (1ª ed. en italiano, Torino, 1985). Es la interpretación de Vattimo del concepto hegeliano de la muerte del arte: «la muerte del arte significa dos cosas: en un sentido fuerte y utópico, el fin del arte como hecho específico y separado del resto de la experiencia en una existencia rescatada y reintegrada; en un sentido débil o real, la estetización como extensión del dominio de los medios de comunicación de masas». Para una visión del ocaso del arte asimilado al proceso de «deshumanización del arte» según lo trata Ortega, y de cómo inciden éstos en la desubjetivación del hombre contemporáneo, ver mi artículo «Sobre gustos no hay nada escrito: el efecto “Arlequín”..» en *Paideía*, 39 (1997) pp. 151-164.

los aspectos constitutivos de la realidad formalizada, de la virtualización: *Hardware* como vehículo material de la reflexión consumado lógicamente en la pantalla (máscara), superficie especular-espectacular; y *software* como sistema de instrucciones de ejecución, la técnica del gesto, arte de la ordenación (formalización).

### PRODUCTOS DE LA VIRTUALIZACIÓN: DIFUSIÓN DE LA «MORATORIA», INOCENCIA TENTADORA

Al analizar las repercusiones antropológicas del uso universalizado de los ordenadores, la profesora Sherry Turkle, del M.I.T., habla de la «cultura de la simulación» como aquella en la que se hace un uso *sistemático* de la virtualización posibilitada por el ordenador. El título de su obra es muy expresivo: «la vida en la pantalla». Su interés se centra en mostrar que la cultura de la simulación se ha constituido en base para «una reconsideración fundamental de la identidad humana». <sup>11</sup> Para ello describe la manera en que esa cultura «naciente» está afectando a nuestras ideas sobre la mente, el cuerpo, el yo y la máquina. <sup>12</sup> La profesora Turkle trata de establecer cómo afectan las tecnologías avanzadas de la información a la gente que las utiliza desde su ser gente corriente, de manera que su punto de partida son los planteamientos socialmente asumidos sobre la realidad, la vida, la identidad humana y las máquinas, y que parten básicamente de la separación intuitiva entre un mundo real y un mundo virtual que es el de la pantalla. Tal vez, entre lo más llamativo de sus investigaciones está el comprobar que rápidamente se ha ido haciendo borroso el antaño muy claro límite entre ambos mundos, a partir de la oscilación constante entre ellos y por la adopción de los modelos de referencia en la caracterización-identificación de la máquina, el cuerpo, la mente, la vida, la identidad, básicamente a partir de aquello con lo que tratamos (usamos). Una identidad que vemos que se establece precisamente en ese trato (acción).

<sup>11</sup> Turkle, Sherry, *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*, Simon & Schuster, New York 1995, p. 32.

<sup>12</sup> Turkle, S., *o. c.*, p. 10

El ámbito privilegiado en el que se pone de manifiesto cuanto acabamos de señalar es el de los juegos llamados de «dominio de multiusuarios» (MUDs), que se desarrollan partiendo de una descripción del *personaje por el que el jugador se define* (virtualmente) en el juego, desde la que se desarrollan las interacciones con los otros jugadores igualmente definidos; de tal manera en la sección que titula «oscilando en los MUDs» Turkle precisa: «los jugadores de los MUD son autores de los MUD, creadores tanto como consumidores del contenido de los medios. En esto, participar en un MUD tiene mucho en común con escribir guiones, la representación artística, el teatro callejero, el teatro improvisado —o incluso la comedia del arte. Pero los MUDs son también algo más. Conforme participan los jugadores se convierten en autores no sólo del texto sino de sí mismos, construyendo (*constructing*) nuevos yoes a través de la interacción social.»<sup>13</sup>

La pantalla es medio adecuado para manifestar el carácter oscilante de la acción por la puesta en escena de las áreas compartimentadas asignadas a cada aplicación, las «ventanas», que permiten situar la actividad en varios contextos al mismo tiempo. En este sentido la *identidad* del usuario en el ordenador es la suma de su *presencia distribuida*, y la vida real es sólo una ventana más.<sup>14</sup> En los MUDs «eres quien pretendes ser»: la realidad personal resuelta en pura virtualidad.<sup>15</sup> La vida en la pantalla nos muestra como seres *descentrados* que existen en muchos mundos y juegan muchos roles al mismo tiempo.<sup>16</sup> «Es en las pantallas del ordenador donde nos proyectamos nosotros mismos en nuestros propios dramas, dramas en los que somos el productor, el director y la estrella» (y el público espectador): Arlequín.<sup>17</sup>

Entre las manifestaciones más llamativas de la virtualización de la existencia humana gracias a la tecnología, por el uso sistemático de la técnica, se encuentra la ampliación generalizada de la etapa denomina-

13 Turkle, S., *o. c.*, pp. 11-12.

14 *o. c.*, pp. 12, 13.

15 *o. c.*, p. 12

16 *o. c.*, p. 14

17 *o. c.*, p. 26

da de «*moratoria*», que Turkle recoge del psicoanalista Erik H. Erikson.<sup>18</sup> *Moratoria* sería la situación psicosocial en que se encuentran los adolescentes, caracterizada por ser un tiempo de intensa interacción con la gente y con las ideas, de experimentación, en la que se dejan en suspenso las consecuencias de tales interacciones. La idea adolescente de la «segunda oportunidad» sistematizada.

El carácter universal de la virtualización lleva consigo la tendencia a extender la situación de *moratoria* a toda la vida humana; en principio al ámbito del ocio. La actitud ante las vacaciones y las actividades masivas de ocio (típicamente espectáculos) es una recuperación o una pervivencia fragmentaria de la *moratoria* juvenil. Pero si lo que identifica a esta situación es la *inhibición de responsabilidades*, entonces la dinámica abarca toda la actividad humana como una generalizada «tentación de la inocencia», en denominación de Bruckner: «Llamo inocencia a esa enfermedad del individualismo que consiste en tratar de escapar de las consecuencias de los propios actos, a ese intento de gozar de los beneficios de la libertad sin sufrir ninguno de sus inconvenientes. Se expande en dos direcciones, el *infantilismo* y la *victimización*, dos maneras de huir de la dificultad de ser, dos estrategias de la irresponsabilidad bienaventurada. En la primera, hay que comprender la inocencia como parodia de la despreocupación y de la ignorancia de los años de juventud; culmina en la figura del *inmaduro perpetuo*. En la segunda, es sinónimo de angelismo, significa la falta de culpabilidad, la incapacidad de cometer el mal y se encarna en la figura del *mártir autoproclamado*.»<sup>19</sup>

Infantilismo y victimización «son dos formas, una risible, la otra severa, de situarse al margen del mundo recusando cualquier responsabilidad... pues la victimización nunca es más que una forma dramatizada del infantilismo». <sup>20</sup> Ese es el vínculo que los une, el que se fundamentan ambos en la misma negación del deber: la culpa, la

18 *o. c.*, p. 203

19 Bruckner, Pascal, *La tentación de la inocencia*, Anagrama, Barcelona, 1996, pp. 14-15 (1ª ed., París, 1995).

20 Bruckner, Pascal, *o. c.*, pp. 109-110.

responsabilidad (el deber), es de los *otros*. Transferencia del sentimiento de culpa, o traslado de la imputación de culpa para hacer soportable el sentimiento. Por tanto ese traslado consiste en una expresión también del inexorable sentimiento que surge de la precariedad esencial humana.<sup>21</sup>

Bruckner rastrea la procedencia de esta actitud en la *fragilidad* que se adueña de la condición humana al perder «la seguridad de un lugar, de un orden, de una definición».<sup>22</sup> La pérdida de referencias que deriva de la liberación ilustrada de la tradición y de la autoridad. Esto que típicamente señala el nacimiento del individuo moderno lo marca también con las características de la libertad vacía (desesencialización-formalización), y de la igualdad en cuanto individuo, por tanto universal en intención, repetible, idéntico como tal: multitud.<sup>23</sup> El certificado literario de ese nacimiento lo encuentra en las *Confesiones* de Rousseau, donde éste pone de manifiesto su nacimiento como individuo vinculado a la aspiración de verdad y de singularidad dotadas de un alcance universal.<sup>24</sup> El resultado en Rousseau es el aislamiento y su autobiografía toma por eso el tono de un intento de rehabilitación, y esto significa de entrada reconocerse culpable, *expuesto* siempre a la reprobación.<sup>25</sup> Su tarea irá encaminada a preparar su *absolución*.

Como la dinámica real es la universalización, la diferencia hace presa en el sujeto mismo y pone al descubierto su división interna, que le hace inestable, imprevisible, oscilante, disperso, «exiliado de su propio ser».<sup>26</sup> El drama original para Rousseau es que en el preciso

21 Bruckner, Pascal, *o. c.*, p. 17.

22 Bruckner, Pascal, *o. c.*, p. 22.

23 La multitud como realidad surge en íntima hermandad complementaria con el individualismo, siameses ambos de la universalización-virtualización modernas. La multitud como fenómeno digno de atención cultural encuentra su expresión en el concepto de masa, de por sí maleable, sujeta y predispuesta a la manipulación, manejable, volcada a su uso por la técnica. Un esbozo del significado de las actitudes ante la multitud se puede encontrar en Pedro-José Herráiz, «Sobre gustos no hay nada escrito: el efecto 'Arlequín'», *o. c.*, pp. 154 y 155.

24 Bruckner, Pascal, *o. c.*, pp. 22, 23.

25 Bruckner, Pascal, *o. c.*, pp. 23, 24.

26 Bruckner, Pascal, *o. c.*, p. 26.

momento de nuestra manifestación inocente —tal cual— nunca somos aceptados, siempre tenemos que justificar lo que somos, preparar nuestra absolución en el juicio del público-espectador. La víctima nunca es culpable, el niño nunca es responsable. Veredicto: inocente (por definición).

La realidad ya no es algo dado, los hechos brutos *no dicen nada* (*no son nada*); la realidad lo es en cuanto expresión mediada, interpretación, justificación, racionalización; virtualizada por tanto, siempre sujeta a las múltiples posibilidades de los procesos mediados de expresión. Por eso es posible la infantilización y la victimización como procesos de expresión de Arlequín.

### CONVERSIONES EXPRESIVAS: LA TRANSPARENCIA

Comprender la existencia humana cual virtualización puesta en escena de procesos de expresión mediada da lugar a desplazamientos y distorsiones en los conceptos que han servido para caracterizar la situación relativa de la realidad y del humano, de éste y sus obras. Así ocurre con los conceptos de *transparencia* y *opacidad*. En el modelo racional-especular estos conceptos han servido para manifestar la adecuación o no de nuestros conocimientos y la realidad, la calidad del instrumento reflexivo, su configuración especular (especulativa). Pero justo cuando el modelo se amplía al máximo (se completa, se universaliza), comprobamos que se hace añicos; sin destruirse en cuanto modelo altera su configuración (mutación), se fragmenta (se multiplica). Esto es resultado de su virtualización.

La realidad virtualizada es acción humana y la adecuación es técnica; la reflexión especular ha devenido expresión refleja espectacular. En este contexto la transparencia y la opacidad se constituyen en características ya no antagónicas sino complementarias: para que brille la transparencia de la expresión, para que emerja la obra, la técnica se hace opaca: el arte como *conversión* del esfuerzo (técnica) en gracia. Así, en la presencia y el manejo (uso) los objetos (no especulativos, sino consumados, realizados en cuanto objetos) han de ser transparentes (la

etiqueta), mientras que la realización técnica cada vez se envuelve más en un halo de misterio (secretos industriales) hasta alcanzar el grado antaño reservado a las religiones. Usar un objeto tecnológico es un sacramento y se envuelve en una atmósfera ritual administrada tecnológicamente.<sup>27</sup>

El mundo de la tecnología informática es muy elocuente a la hora de proporcionar una imagen de lo que se ha dicho acerca de las conversiones entre la transparencia y la opacidad; no en vano es la tecnología emblemática del mundo virtualizado, y en sus desarrollos es plausible esperar ver más fácilmente los elementos que constituyen nuestra civilización hipermoderna y los que ésta pone en escena.

En su acepción convencional un objeto es transparente si permite ver la manera en que trabaja a través de su estructura física. En este sentido una máquina de vapor es transparente y una radio antigua de lámparas es más transparente que una actual de transistores. Por el contrario, la opacidad es la característica de aquello que es demasiado complejo para ser analizado por completo. En un principio el carácter formal-analítico de la ciencia de que se nutre la tecnología hizo que se entendieran indiscutiblemente unidos la transparencia y la eficiencia, de manera que lo opaco, además de indicar defecto de conocimiento señalaría correlativamente disfuncionalidad, gasto improductivo, «ruido», algo así como enfrentar orden y caos en sus sentidos menos actuales.

Con la llegada de los automatismos y su ascenso hasta la máquina cibernética ha cambiado el papel de la transparencia y correlativamente el de la opacidad. La acción de los mecanismos se fue haciendo cada vez más compleja y la utilización, por el contrario, necesitaba hacerse cada vez más simple al abrirse el campo de usuarios de la tecnología fuera de los límites del mundo de los expertos según avanzaba el proceso de especialización; y no sólo esto: aquí tiene mucho que ver el surgimiento del consumo según veremos. Esta situación es la que ha convertido en elemento tecnológico decisivo a los sistemas y las partes

27 Que un alto directivo de una gran empresa industrial se vaya a trabajar a otra de la competencia se considera «*casus belli*» y se presenta con los tintes de una apostasía.

de la máquina por las que el usuario toma contacto con ella: el interfaz, y especialmente su mediación más significativa: la pantalla.<sup>28</sup> A partir de aquí el sentido de la transparencia está enlazado con la complejidad, la opacidad, del soporte «técnico» (lógico, formal) del sistema: «En una cultura de la simulación, cuando la gente dice que algo es transparente, quiere decir que pueden ver fácilmente cómo hacerlo trabajar. No quieren decir necesariamente que sepan por qué trabaja, en los términos de algún proceso subyacente».<sup>29</sup>

En las nuevas condiciones la necesidad de transparencia se desliza hacia el uso, mientras que esto mismo hace más complejas las máquinas en su funcionamiento y, por lo tanto, éste pasa a ser opaco. La transparencia cae del lado de la expresión, la opacidad del de la técnica productiva, de manera que volvemos a encontrar bajo este otro aspecto la universalización de la vida como arte: expresión pura mediada por la técnica, el *gesto*. La conversión del esfuerzo en gracia significa hacer opaco el esfuerzo (técnico, formal) para que resplandezca (se transparente) la expresión, la gracia, la creación, el espectáculo.

La opacidad de los procesos, por otra parte, ha dejado de ser un problema hablando en términos operativos, basta constatar que *la expresión emerge* de ellos. Los teóricos del emergentismo en la vida y la inteligencia artificiales aducen que «nuestros cerebros son opacos a nosotros pero esto nunca les ha impedido funcionar perfectamente bien como mentes».<sup>30</sup>

En el mundo de la expresión consumada la opacidad, en cuanto base sobre la que se construye la expresión, desde la que ésta emerge,

28 Turkle ofrece un panorama de cómo se ha manifestado el proceso aludido en el campo de los ordenadores. En 1980, para la mayoría la transparencia se refería al funcionamiento interno del ordenador, análogamente a las máquinas tradicionales (mecánicas). A mediados de los 80 para los usuarios de Macintosh la transparencia, en cambio, se refería a la analogía entre sus intenciones y lo que aparece en el ordenador (en la pantalla): la posibilidad de «ver sus documentos y programas representados por iconos atractivos y de fácil interpretación». Turkle, Sherry, *o. c.*, ver especialmente p. 42.

29 *Ibidem*.

30 Turkle, Sherry, *o. c.*, p. 20

adquiere las connotaciones atrayentes del misterio. Turkle recoge de W. David Hillis el término de la «atrayerente inescrutabilidad» de los sistemas emergentes, que les proporciona un carácter *seductor* porque permite construir sin necesidad de tener conocimiento previo del resultado final.<sup>31</sup> Basta el «*boceto*» y la aplicación de las técnicas interpretativas para poner en marcha la función en la que se produce la transparencia total de la expresión: el espectáculo puro universal.

En el proceso de espectacularización de la existencia humana no es el aspecto menos importante, desde luego, la conversión que se produce de los esquemas espacio-temporales y que se manifiesta como objetivación de la conciencia, cosificación, *conversión de lo interior en exterior*, vacío y superficialización consecuente, que se interpreta a menudo como producción de una segunda naturaleza a partir de los principios de la racionalización universal, formalización, que arroja al contenido-conciencia hacia el lado de lo irracional.<sup>32</sup>

La expresión total, transparente, lleva consigo algo más que esa exposición productiva de un sujeto convertido, vuelto externo, vacío, anihilado como sujeto-conciencia. Lo decisivo en la transparencia de la expresión pura, de la totalización del espectáculo, es que éste *se consume en el acto*, que no queda resto, cuyo fin (consumación) totalizado es el consumo sin residuo, sin desperdicio (reciclaje).

El espectáculo se consume como *gasto*, no se resuelve en mera exposición por muy productiva que ésta sea. El ciclo de la producción

31 Turkle, Sherry, *o. c.*, p. 134.

32 En *Linterna mágica*, Eduardo Subirats analiza el proyecto de las «vanguardias artísticas» modernas precisamente como la producción sistemática (formalista) de una segunda naturaleza, de una civilización nueva, para lo que se hace preciso deconstruir el sistema racional-consciente por la liberación de lo inconsciente y la recombinación universal de los elementos disociados de la realidad. «Al igual que la vanguardia política del proletariado, las vanguardias artísticas postularon el abandono de la memoria, la liquidación de las formas de experiencia del pasado, la destrucción de sus símbolos y sus estilos, en nombre de un orden civilizatorio radicalmente nuevo... Bajo esta función destructiva, las vanguardias cumplieron una de las prerrogativas históricas del sujeto y la lógica revolucionaria: crear un grado cero de civilización.» (p. 25). Subirats interpreta como escisión y destrucción lo que es un proceso de fragmentación, deconstrucción y expresión. Cfr. *Linterna mágica. Vanguardia media y cultura tardomoderna*, Siruela, Madrid 1997.

se cierra, se consume, en el consumo, y se hace total cuando es un consumo sin resto, sin desperdicio, sin residuo: del consumo de «usar y tirar», transitorio, todavía no totalizado, al consumo del envase consumible, pasando por el reciclable.

## EL CONTINUO PRODUCCIÓN-CONSUMO COMO TÉCNICA DE LA EXPRESIÓN

La existencia humana espectacularizada se consume en su propia producción-expresión, se produce como consumo. La producción (formal de realidad) queda fusionada en un único proceso con el consumo: proceso de producción-consumo; porque la producción tiene sentido sólo *en* el consumo.<sup>33</sup> Así es que, técnica de producción y técnica de consumo resultan finalmente idénticas y ponen de manifiesto el carácter complementario relativo de ambos aspectos constitutivos de la condición humana en cuanto existencia, y en ello revelan su procedencia formal común.<sup>34</sup> No tiene nada de extraño, por tanto, que encontremos un modelo privilegiado para describir el continuo producción-consumo en la técnica de producción del arte como producción de (la) realidad (humana) según se manifiesta en las «vanguardias modernistas».

El proceso productivo de la existencia humana como espectáculo total tal como lo ve Subirats, consta de seis etapas que se han ido sucediendo de un modo prácticamente lineal, como corresponde por otra parte al hecho de que en realidad con todas sus connotaciones es un único proceso general de formalización. Comienza éste con la crisis de la representación, de aquí se llega a la autonomía de los signos, que da lugar a la producción de una realidad virtual; esto lleva consigo la suplantación de la experiencia, y tiene por consecuencia la producción de un sujeto nuevo —al menos el fin del sujeto tal como se entendió

33 No «a través del» consumo, es decir: no como algo distinto y gracias a lo cual se pone de manifiesto y se comprende su significado, sino como algo que se realiza en el proceso, que no existe previamente a éste ni tampoco fuera de él.

34 Baudrillard, Jean, *El espejo de la producción*, Gedisa Editorial, Barcelona, 1996 (1ª, México, 1983), (1ª ed. en francés, 1973), pp. 136-138.

tradicionalmente—, la consumación del sujeto moderno. Finalmente se llega a la constitución acabada, consumada, del mundo como espectáculo artístico (técnico, tecnológico) global.<sup>35</sup>

Es claro que aquí la clave está en cómo (técnica) se realiza la transformación de la representación en signos, cómo es ese primer paso de la formalización, la técnica de esa formalización. Otra vez la realización de la obra de arte nos aclara el lance. Subirats centra su consideración en *Violín y guitarra* de Juan Gris (1913).<sup>36</sup> Lo primero que pone de manifiesto es la «consistencia constructiva» de la obra, su carácter de realización técnica compositiva eficaz en el sentido de la producción de un objeto, que se manifiesta con las cualidades de la precariedad y de ser llamativo (es la primera condición del espectáculo). El carácter precario le viene de su ser difuso, borroso en cuanto a su significado; puerta abierta a la connotación, eso es su realidad producida: ser expresión pura. ¿Cómo se realiza esa difusión?: «se debe en primer lugar a la abstracción de los elementos que lo componen: planos, colores abstractos, líneas, fuerzas compositivas...»<sup>37</sup>: fragmentación. Este es el sentido de la *fragmentación*; no es destrucción, es desmontaje o deconstrucción desde el punto de vista de un todo previo. Es autonomía de los elementos compositivos y ejercicio de análisis, formalización, desde el punto de vista de la realización de la obra, que no existe previamente; aunque se realice a partir de un modelo éste no es la obra y el proceso de la obra comienza con el análisis.

El segundo paso consiste en someter los fragmentos al *juego compositivo* (síntesis sin modelo), construir el objeto de manera autónoma, es decir, en función de las relaciones de los fragmentos como elementos de un código, en función sólo de la plasticidad de esos elementos.

Queda todavía un tercer factor presente en la obra de Juan Gris: la *repetición*; la aplicación de un principio reiterativo o de seriación. La presencia, aunque sólo en expresión, de la producción serial, de la producción en serie, de la misma serie. Aunque la obra sea «única» expre-

35 Subirats, Eduardo, *o. c.*, p. 75.

36 Subirats, Eduardo, *o. c.*, p. 65.

37 Subirats, Eduardo, *o. c.*, p. 65.

sa en sí misma, lleva presente el estigma de la serie. Es este un principio, como señala Subirats, que «atravesó el cubismo de manera obsesiva, se convirtió y se elevó a concepto programático en el futurismo, se explotó a sus anchas en el constructivismo... para convertirse finalmente en rutina constructiva de la arquitectura y el urbanismo industriales.»<sup>38</sup>

Veamos ahora qué hay de *la técnica del consumo*. En principio, siguiendo a Baudrillard en el comienzo de su tematización del consumo, hay que entender que el consumo no es ni un modo nuevo de apropiación ni tampoco un mero proceso de satisfacción de necesidades más o menos extendido culturalmente, y producto social de un acelerado aumento del volumen y la disponibilidad de los bienes. El consumo «es una actividad de manipulación sistemática de signos».<sup>39</sup> Esto quiere decir que el consumo lleva consigo ciertamente el trato con objetos, pero «no son los objetos y los productos materiales los que constituyen el objeto de consumo», y sin embargo es en el consumo donde desembocan todos los elementos de la práctica actual en el dominio de la relación con los objetos.<sup>40</sup>

38 Subirats, Eduardo, *o. c.*, p. 66. Otra formulación referida expresamente al surrealismo: «La posición surrealista no sólo no suponía la supresión subversiva de la universalidad científico-técnica, como algunas veces parecieron sugerir algunos de sus portavoces, sino que más bien se apropiaba de su principio y lo asumía en el orden de la realidad psicológica de lo inconsciente o lo irracional. Racionalidad objetiva, tecnocientífica o social, e irracionalidad sistemática se transformaron en elementos complementarios. ...Semejante complementariedad entre el mundo racional de las ciencias y la técnica, y la constitución de una realidad «trascendental» del deseo o de lo irracional se retrotraen a aquella subversión del orden de la representación que históricamente distingue a las vanguardias. Su punto de partida fue la liberación de los elementos plásticos y las formas compositivas de su valor representativo, y su ulterior transformación en unidades puras, hábiles para la producción de una nueva realidad sintética. La «doble lectura» de las imágenes, común a Dalí y Magritte, y más tarde a la estética de los *spots* publicitarios, el doble carácter a la vez abstracto y programáticamente real común a la estética neoplasticista y suprematista, y más tarde al diseño industrial de la ciudad, se remontan por igual a esta revolución estética.» (pp. 230-231).

39 Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, *e. c.*, p. 224.

40 Baudrillard, Jean, *o. c.*, p. 223.

Los objetos, las necesidades y su satisfacción no son más que la condición previa del consumo y su vehículo: «Para que sea de consumo el objeto ha de convertirse en signo». <sup>41</sup> El requisito es que de objeto mediador como es en las relaciones humanas reales, en los hechos, en los gestos, se vuelva exterior, se haga autónomo a esa relación en la que media y a la que ahora pasa a significar. Entonces entra en el juego de las connotaciones, arbitrarias respecto a la relación concreta, sólo vagamente evocadoras. El objeto así ya no precisa ser coherente con esa relación, aunque sí cobra coherencia en una relación abstracta (analítica) y sistemática (formal) con todos los demás objetos-signo. Entonces es consumido: convertido en *objeto de expresión*.

¿Por qué esta resolución del objeto en signo? Porque sólo así se hace posible que adquiera universalidad; en función de que *el consumo como tal no tiene límites*, como corresponde a su ser técnico: consecuencia del mismo proceso formalizador de la racionalización *universal*. Si la técnica del consumo fuera la de la asimilación, el simple devorar, se llegaría al hartazgo, a la saturación del consumo, pues entraría en la dinámica natural del devorador y el devorado, del interior y el exterior, del sujeto y el objeto. El carácter compulsivo (repetitivo) del consumo no obedece a ninguna «fatalidad psicológica», ni social («constreñimiento de prestigio»); ni, claro está, a la satisfacción de necesidades. <sup>42</sup> El dinamismo del consumo procede de la exigencia decepcionada —por universal e indefinida (formal)— de totalidad, y esto es posible por la combinatoria abstracta y aleatoria de los signos, que no tiene límites. La técnica del consumo es también la de la expresión: «la totalidad virtual de todos los objetos-mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente». <sup>43</sup>

Abstracción-combinación-repetición: son las actividades procesuales del continuo producción-consumo. <sup>44</sup> Sólo así es posible el efecto de la

41 Baudrillard, Jean, *o. c.*, p. 224.

42 Baudrillard, Jean, *o. c.*, p. 228.

43 Baudrillard, Jean, *o. c.*, p. 224.

44 En *El espejo de la producción*, Baudrillard lo explica desde la producción entendida no como producción de bienes sino como producción sistemática, formal, de la realidad: «El consumo ya no posee valor propio de goce sino que queda colocado

*precesión del consumo* por el crédito.<sup>45</sup> El fenómeno del *crédito sistematizado* señala la culminación del sistema producción-consumo como continuo y universalizado. Consiste en vivir la realidad actual en función de la totalización virtual, que se completa con la póliza de seguro correspondiente.

No es lo mismo el crédito que el préstamo. Éste se refiere a la vicarización de la propiedad, no es virtualización. El crédito no señala a la propiedad, con precisión tampoco al uso de objetos o bienes, ni del dinero; se refiere primeramente a la condición de ser usuario virtual; exactamente, define al usuario posible, su ser creíble en cuanto consumidor, proporciona la cualidad de ser integrado en el sistema producción-consumo, que se produce connotativamente en dicho sistema en función del código; en definitiva, el crédito es cifra de la existencia humana como expresión.<sup>46</sup> El mismo sentido de la *responsabili-*

bajo la imposición de una finalidad absoluta, la de la producción. ...Con la elevación de la producción a la abstracción total (la producción por la producción), es decir, a la potencia de un código... el sistema consigue neutralizar no sólo el consumo sino la propia producción como campo de las contradicciones.» (Baudrillard, Jean, *El espejo de la producción*, e. c., p. 138). Previamente ha establecido el lugar del consumo como el «monopolio del código» (p. 136), que induce un cambio radical en el funcionamiento del signo: «el significado y el referente se anulan allí en provecho exclusivo del juego de significantes, de una formalización generalizada en la que el código ya no remite a ninguna «realidad» subjetiva u objetiva, sino a su propia lógica, ...El signo ya no designa nada en absoluto: alcanza su verdad estructural última, la de no remitir más que a otros signos. Toda realidad se torna entonces lugar de una manipulación semiúrgica, de una simulación estructural.» (p. 137)

45 «Hoy en día, los objetos se encuentran allí antes de haber sido ganados, son un anticipo de la suma de esfuerzos y de trabajo que representan, su consumo precede, por así decirlo, a su producción» (Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, e. c., p. 180). «Comprar a crédito equivale a la apropiación total de un objeto por una fracción de su valor real. Una inversión mínima por una ganancia maravillosa... esta anticipación del beneficio de las cosas, es el proceso mismo de la magia.» (p. 182)

46 En *El sistema de los objetos* Baudrillard lo presenta como una «ética nueva»: «el crédito es mucho más que una institución económica: es una dimensión fundamental de nuestra sociedad, una ética nueva.» (e. c., p.179). En *El espejo de la producción*, en cambio, toma más los tintes del espectáculo: «Por oposición al sistema de competencia, el consumo se instituye en el sistema monopolista como control, abolición de la demanda en su contingencia, socialización dirigida por el código (de la cual la publicidad, la moda, etcétera, no son sino sus aspectos espectaculares).» (Baudrillard, Jean, *El espejo de la producción*, e. c., p. 135). Podría añadir igualmente el crédito sistemático a esos aspectos espectaculares del consumo.

*dad* queda afectado de una torsión situacional (escénica, ecológica): «Vemos que el nuevo tipo de habitante que se propone como modelo es el «hombre de colocación»; no es ni propietario ni simplemente usuario, sino que es un informador activo del ambiente. Dispone del espacio como de una estructura de distribución; a través del control de este espacio. ...Lo que le importa no es ni la posesión, ni el disfrute, sino la responsabilidad, en el sentido propio de que es él quien arregla la posibilidad permanente de «respuestas». Su praxis es pura exterioridad.»<sup>47</sup> Es un sentido expresivo-comunicativo de la responsabilidad

### PUBLICIDAD, ESPECTÁCULO Y PERCEPCIÓN DISTRAÍDA

El espectáculo productivo o la (auto)producción espectacular (y en la medida de su colectividad, cómplice, especular) de la existencia humana exige virtualmente un público: exige *publicidad*. Las condiciones formales del espectáculo total requieren que el público sea virtualmente universal, y esto mismo hace de la publicidad la mediación universal en el proceso de la expresión. Es la portadora del código. Subirats lo pone de manifiesto diciendo que «es la mediadora entre la racionalidad económica y tecnológica, y las normas culturales y nuestra forma de ver, sentir y comprender el mundo», y que «en esta misma medida la publicidad define las formas de percepción, comprensión y expresión de la realidad.»<sup>48</sup>

Así es como la publicidad es discurso sobre los objetos de consumo y es ella misma «consumible como objeto cultural».<sup>49</sup> Esto es, un sistema fuertemente connotado por tanto, y admirablemente dispuesto para decirnos qué es lo que consumimos en los objetos-signos. Por eso, propiamente no es *la marca* lo que se publicita, sino algo más formal en el objeto: *la etiqueta*, que expresa lo que se consume en el objeto. La

47 Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, e. c., p. 26.

48 Subirats, Eduardo, o. c., p. 147.

49 Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, e. c., p. 186.

etiqueta de composición y uso es la marca-señal del objeto como objeto de consumo. *Es el código del continuo producción-consumo de la expresión.*

Lo primero que llama la atención al abordar el sistema de la publicidad es la unánime constatación de que «el discurso publicitario disuade tanto como persuade», dicho en términos de Baudrillard.<sup>50</sup> Aunque se la reconozca capaz de acelerar la difusión de los productos nuevos, no parece poseer un efecto notable sobre el nivel final de su consumo. Esto a pesar de que el mensaje ha sido minuciosamente elaborado en todos sus detalles y teniendo en cuenta cuidadosamente estudios previamente realizados en todas las áreas pertinentes, como la economía, la estadística, la psicología, la sociología, hasta el punto de que actualmente hay pocos lenguajes que se apoyen tanto en la investigación como el lenguaje publicitario, según corresponde, por otra parte, a su carácter de vehículo técnico de la producción del mundo humano como «segunda naturaleza».

A lo anterior hay que añadir el que no parece muy plausible pensar que las empresas de todo tipo y nivel se gasten grandes cantidades en una actividad que no sea productiva pero a la que, por otra parte, se reconoce precisamente el ser la técnica para dar a conocer, suscitar o acrecentar el deseo de adquirir (consumir) un producto o un servicio. Esta, al menos, es la función explícita del mensaje publicitario. Pero si nos fijamos en que el producto o el servicio, como objetos de consumo, no son otra cosa que signos en un sistema expresivo, es más fácil descubrir que la *función latente* del mensaje publicitario es la de poner de manifiesto el código de la significación, y esto repetido en cada objeto o servicio: universalizado. De tal modo, cada anuncio es la contribución de cada producto, de cada marca (su puesta en escena) al sistema general de los objetos-signo en el continuo producción-consumo. Con el mensaje publicitario cada marca hace su aportación a la función directa de la publicidad, imprescindible soporte de su función univer-

50 «... el discurso publicitario disuade tanto como persuade y parece ser que el consumidor es, si no un ser inmunizado, sí por lo menos un usuario muy libre del mensaje publicitario.» (Baudrillard, Jean, *o. c.*, p. 187)

sal: para poder poner en acción el código de la producción-consumo éste tiene que referirse en principio a un objeto producido.<sup>51</sup>

En la publicidad, pues, se pone en escena el código del sistema de signos que se expresa connotativamente como producción. Lo que produce la publicidad es la aparición del objeto como objeto de consumo, y esto consiste en aportarles el «calor» sin el que no serían lo que son.<sup>52</sup> Ese calor es la referencia a un consumidor o es calor para un consumidor: el objeto le solicita, le quiere, se le ofrece. Esta es, entonces, la base del código: la referencia al consumo, la procura del consumo, que determina al objeto y al consumidor, que los produce.

Así pues, en primer lugar la publicidad ha de determinar qué es lo que da origen a la dinámica del consumo, y eso no es otra instancia que *el deseo*. No está nada mal decir que el mensaje publicitario tiene como meta u objetivo, actuar sobre las necesidades y los deseos de los individuos; a condición de que por «individuos» no se entienda nada en especial salvo su diferencia numérica, de que se la considere una noción neutralizada esencialmente. Por eso requiere conocer de un modo preciso cuáles son aquellos deseos que mueven a obrar, y en particular a obrar en el sistema de producción-consumo.

Es indiscutible que la conducta respecto al objeto de consumo es de tipo *emocional*, entendiendo por ésta la que se caracteriza por que

51 «Si consumimos el producto en el producto, consumimos su sentido en la publicidad» (Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos, e. c.*, p. 205). Refiriéndose al «chisme», Baudrillard habla pseudofuncionalidad, pero incluso en la pseudofuncionalidad del chisme es preciso un mínimo de incidencia práctica real «necesario para servir de pretexto a la proyección imaginaria» (p. 133), mientras que «la verdadera funcionalidad del chisme pertenece al orden del inconsciente: de ahí proviene la fascinación que ejerce» (p. 134).

52 Baudrillard, Jean, *o. c.*, p. 193. El «calor» es el resorte expresivo del ambiente: «No se proponen a un determinado uso estricto (práctica grosera y arcaica), se entregan (los objetos de consumo), se exhiben, lo buscan a uno, lo rodean, le demuestran a uno que existen por la profusión de sus apariencias, por su efusión. El objeto lo tiene a uno presente, lo quiere. Y porque lo quieren, uno se siente que existe: queda uno «personalizado»... Si el objeto me quiere (y me quiere a través de la publicidad), estoy salvado. ...la inmensa firma productora no sólo de bienes sino de calor comunicativo que es la sociedad global de consumo.» (p. 194)

las causas que la producen adoptan la forma de motivos no manifiestos habitualmente inconscientes en el momento de la decisión de adquisición, a diferencia de otras acciones cuyas causas son inmediatamente cognoscibles y comunicables por adoptar la forma de razones «objetivas» conscientes.

Si los motivos de la elección para el consumo son inconscientes en su mayor parte, la técnica publicitaria ha de determinar cuáles son esos motivos, en principio ocultos (opacos), para poder efectuar la mediación, ponerlos en relación con el objeto, y que así éste resulte deseable. En esto consiste lo que se conoce como *labor de apelación*. Por otra parte, el análisis publicitario de la motivación parte de dos principios: que todo dinamismo psicológico procede de una causa determinada y, en segundo lugar, que esas causas suelen escapar a la con(s)ciencia del consumidor. Puesto que esas causas «internas» e inmanentes de la decisión son invariables y constantes se las llama tendencias o instintos; a ellas se dirige la apelación, y el resultado es que la publicidad continuamente pretende descubrir apelaciones eficaces para el deseo de saber, el afán de poder, la necesidad de dominio, el goce de la estimación pública, el ansia de felicidad y de seguridad, en que consisten esas tendencias.

El proceso por el que se produce la apelación que fusiona al consumidor con el objeto comienza por la excitación de la atención, a lo que sigue el interés, la aparición del deseo y, finalmente, la acción de consumo. Lo primero, pues, es llamar la atención del posible consumidor. Para ello la publicidad pone en juego los factores inconscientes que inciden en la percepción: el color —con el complejo de relaciones que genera—, la luz, la forma, la sustancia o el soporte físico, el olor o la asociación de la imagen con éste.

Pero la publicidad no sólo aprovecha eficazmente el conocimiento de las condiciones que determinan la atención, ella misma define esas condiciones, en cuanto medio de comunicación determina las formas de atención.<sup>53</sup> Si lo primero con que tiene que vérselas la publicidad es

53 Subirats, Eduardo, *o. c.*, pp. 147 y 155.

con la necesidad de llamar la atención es porque la condición inicial es la de su ausencia y la publicidad tiene que conquistar un lugar en el campo de la percepción para que su mensaje no pase desapercibido. Esa es también la primera condición del espectáculo: atraer la atención del espectador, y esta condición inicial del espectáculo se localiza en un escenario generalizado, masivo, universal, donde se escenifica la obra total bajo el código de la *percepción distraída*.

La distracción o la disipación constituye el modo específico y propio en que se produce la percepción como inicio de la técnica de vivir en el mundo de la técnica, al estar condicionada por la sucesión autónoma de los estímulos en una situación de movilidad del espectador, que no es dueño del movimiento, o más bien del reposo (inercia). La escena más sencilla que sirve para describir esto es la del transeúnte en medio del tráfico de una gran ciudad. Así lo recoge Subirats del escritor norteamericano Ralph Waldo Emerson: «Un hombre se sube a un tranvía, ... Bajo la velocidad de este medio técnico de comunicación (*sic*) la ciudad se transforma en una realidad nueva. ...La situación distante del observador y su paso veloz a través de la realidad urbana borra las características distintivas de los objetos. ...Los seres, completamente desprendidos de su relación con el observador, se convierten en apariencias virtuales, en existencias insustanciales.»<sup>54</sup>

Walter Benjamin también se refiere a la situación del «transeúnte en el tráfico de una gran urbe» cuando pone de manifiesto la correspondencia del cine con «las modificaciones del aparato perceptivo» que vive el transeúnte «a escala de existencia privada», «como a escala histórica cualquier ciudadano de un Estado contemporáneo».<sup>55</sup> El ser

54 Subirats, Eduardo, *o. c.*, p. 204. La referencia a Emerson procede de Ralph Waldo Emerson (1803-82), *Essays and Lectures*, Literary Classics of the United States, N.Y., 1983, p. 34). Subirats señala que la expresión utilizada por Emerson para calificar la situación de los seres anteriormente descrita es la de «*not substantial beings*»: seres sin sustancia, desustancializados.

55 Benjamin, Walter, «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica», en *Discursos Interrumpidos I*, Ed. Taurus, Madrid, 1973. Subirats considera por su parte que la percepción distraída es el modo característico de la percepción televisiva. Subirats, Eduardo, *o. c.*, p. 161.

distraído de la percepción procede de la sucesión autónoma de las escenas; eso exige su repetición, que se repitan indefinidamente, uniformemente; y tiene por efecto la «decadencia del aura», esto es: la pérdida de las correspondencias vitales, las reminiscencias, las analogías inspiradoras, la nostalgia, el olor evocador, la experiencia densa, todo lo que constituye el aura, las referencias vitales.<sup>56</sup>

La publicidad necesita llamar la atención a unos ojos «que han perdido la capacidad de mirar», pero que al mismo tiempo en ellos se reconoce la vida de la «fiera que atiende al peligro mientras mira en torno en busca de una presa» (objeto de consumo).<sup>57</sup> Repetición e intensificación son las características del código que se añaden a las de la fragmentación-deconstrucción, composición-producción autónoma. La cualidad de distraída de la percepción exige la repetición universal del mensaje, y la intensificación especular de la puesta en escena vital a través del mensaje publicitario.

Benjamin analiza las modificaciones en la percepción a partir de lo que podría denominarse la «precesión de la técnica sobre la producción», que es lo que efectivamente señala la aparición de la sociedad tecnológica, añadido a la aplicación sistemática de la técnica. Esto manifiesta cuando dice que «desde siempre ha venido siendo uno de los cometidos más importantes del arte (técnica) provocar una demanda cuando todavía no ha sonado la hora de su satisfacción plena.»<sup>58</sup>

56 Benjamin, Walter, «Sobre algunos temas en Baudelaire», en *Sobre el programa de la filosofía futura y otros ensayos*, Planeta-Agostini, Barcelona, 1986, pp. 115, 116. Benjamin está hablando de la proyección de las condiciones vitales humanas en el arte y esto lo identifica en el arte como la «decadencia del aura», que se manifiesta, a su vez, en la vida. Para una correlación con el concepto de Ortega de «deshumanización del arte» ver mi trabajo «Sobre gustos no hay nada escrito» (Herráiz Martínez, Pedro-José, «Sobre gustos no hay nada escrito. El efecto Arlequín», *Paideia*, 39 (1997), pp. 151-164). Por su parte, Vattimo recoge el concepto de «percepción distraída» y lo analiza como constitutivo de la época del «ocaso del arte», que es la del consumo del arte o del arte consumado (Vattimo, Gianni, *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura postmoderna*. Gedisa, Barcelona, 1987, (edición original, 1985), pp. 56, 57.

57 Benjamin, Walter, «Sobre algunos temas en Baudelaire», *e. c.*, pp. 121 y 122.

58 Benjamin, Walter, «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica», *e. c.*, p. 49.

En nota a continuación cita a André Breton y explica entonces las tres «líneas de evolución» que concurren en la producción, concretamente de la obra de arte. En primer lugar sitúa a la técnica; en segundo lugar, los efectos que se persiguen, a los que va a dar satisfacción plena la técnica; por último, las modificaciones sociales «con frecuencia nada aparentes» que determinan un cambio en la recepción que se hace proclive a las nuevas formas.<sup>59</sup>

Conviene hacer notar al respecto el paralelismo estrecho entre estas tres líneas de que habla Benjamin y los tres niveles que inciden en la producción del objeto de consumo de que habla Baudrillard en *El sistema de los objetos*. En un primer nivel se sitúa «lo que es esencial y estructural», que Baudrillard caracteriza como lo técnico-científico objetivo, y que en su ejemplo del molinillo de café incluiría el motor eléctrico, la energía, las leyes físicas de su producción y transformación. El segundo nivel está constituido por la función precisa del objeto (moler café), su diferenciación funcional. Finalmente, el nivel de la personalización, por el que el objeto se especifica de diversas formas en un juego de connotación formal, que es el de lo «inesencial» sistematizado en la producción.<sup>60</sup>

La relevancia relativa de estos tres niveles queda establecida cuando Baudrillard pone de manifiesto en primer lugar que respecto al objeto industrial (sistema de producción-consumo) lo inesencial ya no se deja al azar de la demanda y de la ejecución individuales; y especialmente cuando pone de manifiesto la estrecha analogía entre el análisis de los objetos y la semiología, pues lo que en los objetos es lo inesencial, la «diferencia marginal», es análogo a la noción semiológica de «campo de dispersión», constituido por las variedades de ejecución de una unidad lingüística en tanto que estas variedades no impliquen un cambio de sentido, no pasen al rango de variaciones pertinentes, son variaciones combinatorias. Esas variaciones insignificantes en el plano de la denotación son sin embargo significantes en el plano de la con-

59 *Ibidem*. Como inserto en un más amplio proceso de formalización, Benjamin refiere estas tres líneas de evolución a la producción de formas (artísticas).

60 Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, e. c., p. 7.

notación.<sup>61</sup> En el campo de los objetos, al menos, habrá que tener presente el hecho de que la diferencia marginal nunca es exactamente «marginal» puesto que el plano tecnológico es un esquema estructural evolutivo cuyo dinamismo se fija en las connotaciones, en la subjetividad diferencial del sistema cultural.<sup>62</sup>

Por otra parte, esa última línea, en principio ajena, exterior al producto, inesencial, es precisamente la que lo determina en su carácter de objeto de consumo, lo sitúa en el sistema de connotaciones expresivas, y es la línea de la percepción del espectáculo por parte del público. Esto es, que el ser actor-autor-productor del espectáculo lo es en público y como público del mismo, de manera que la percepción espectacular no se realiza como una inmersión contemplativa privada (personal) en la línea de la apropiación, sino como distracción colectiva, como consumo. Benjamin considera que el cine es el medio en el que se ponen completamente de manifiesto las características señaladas a la percepción en las condiciones actuales de la vida. Habiendo comenzado esa manifestación en corrientes artísticas como el dadaísmo, que es de la que habla en concreto, considera que es la estructura técnica del cine la que expresa esas condiciones de la percepción que él condensa en el *shock*.<sup>63</sup> Entiende éste en su sentido clínico, como cuando se dice que alguien se encuentra «en estado de *shock*», producido por la ruptura de la protección consciente frente a los estímulos.<sup>64</sup>

Este es el modelo que describe la experiencia en las condiciones de la vida en la época de su reproductibilidad técnica, que tenía como consecuencia, según se ha señalado, la disolución del aura, pues en el estado de *shock* no se está en situación de esperar respuesta a una mirada vaga y como pérdida del significado de las cosas, liquidada por completo la memoria, bloqueada, suspendida entre un interior inacce-

61 Baudrillard, Jean, *o. c.*, pp. 9-10, nota 3. Baudrillard se refiere a las consideraciones de Roland Barthes respecto a las variaciones combinatorias y su clasificación como hechos de lengua y no de habla por su carácter de «obligadas» en el sistema (Roland Barthes, *Communications*, num. 4, p. 128).

62 *Ibidem*.

63 Benjamin, Walter, «La obra de arte ...», *e. c.*, pp. 51, 52.

64 Benjamin, Walter, «Sobre algunos temas en Baudelaire», *e. c.*, p. 94.

sible y un exterior incomprensible, o uno y otro indistinguibles. Es la percepción del «público de las calles», en el doble sentido de que es la manera de percibir del público del espectáculo de las calles, y también la forma de percibir al público. En ambos casos ya sabemos que ese público es actor-autor-espectador.

### LA PERCEPCIÓN DISTRAÍDA Y EL MODELO TÁCTIL DE LA PERCEPCIÓN: OLFATO Y GUSTO

Para precisar la modalidad de la percepción en este contexto Benjamin ofrece la consideración de que «la arquitectura desde siempre viene ofreciendo el prototipo de obra de arte cuya recepción sucede en la disipación y por parte de una colectividad». <sup>65</sup> Esto es así porque «las edificaciones pueden ser recibidas de dos maneras: por el uso y por la contemplación, o mejor dicho: táctil y ópticamente», advirtiendo que «del lado táctil no existe correspondencia alguna con lo que del lado óptico es la contemplación». <sup>66</sup> Continúa Benjamin señalando: «la percepción táctil no sucede tanto por la vía de la atención como de la costumbre. En cuanto a la arquitectura, esta última determina en gran medida incluso la recepción óptica. La cual tiene lugar, de suyo, mucho menos en una atención tensa que en una advertencia ocasional». Benjamin entiende que las tareas que se le imponen al aparato perceptivo del hombre no pueden resolverse por la vía meramente óptica y entonces esa *recepción táctil* formada en la arquitectura tiene valor canónico. <sup>67</sup> Por esto es que la *percepción en la dispersión* se hace notar con insistencia creciente en todos los terrenos del arte y tiene en *el cine su instrumento de entrenamiento*. <sup>68</sup>

65 Benjamin, Walter, «La obra de arte...», *e. c.*, p. 53

66 Benjamin, Walter, *o. c.*, p. 54.

67 Benjamin, Walter, *o. c.*, p. 54.

68 *Ibidem*. En las secciones anteriores Benjamin ha estado señalando los *elementos técnicos* que hacen del cine ese espejo de las condiciones vitales del hombre. En primer lugar es determinante la *mediación mecánica*: no hay una presencia directa, el objeto sólo aparece como resultado de una mediación técnico-material, por un meca-

El cine corresponde a esa forma receptiva por su efecto de shock, que se produce por los cambios sucesivos de escenarios (escenas) y de enfoques, que interrumpen el curso de las asociaciones en el espectador: «ya no puedo pensar lo que quiero. Las imágenes movedizas sustituyen a mis pensamientos». <sup>69</sup> En esto reside el efecto de distracción del cine y que Benjamin entiende que le aporta una cualidad táctil que está presente en toda obra de arte considerada como un «proyector» que chocara (*shock*) con todo destinatario (instrumento de las vanguardias artístico-ideológicas como fuerza de choque).

En el orden de la producción de la percepción conviene resaltar que la recepción táctil (distráida, difusa) se produce por el *uso* —que la vincula a la costumbre—, antes que por la contemplación. Quiere esto decir que esa recepción es básicamente la de un ambiente o, quizás, un entorno que llegará a convertirse en ambiente según los cánones de Baudrillard: un entorno *convertido* en un sistema de signos técnicamente producido. <sup>70</sup> No olvidaremos la referencia del uso a la connotación y de ésta al público actor-receptor del sistema de signos. Ni perdamos de vista que junto a estas consideraciones el carácter táctil de la percepción distraída-disipada sujeta al uso —no a la elaboración conceptual-consciente (reflexiva)—, remite en primer plano hacia los *sentidos específicamente táctiles*: el *tacto* en su sentido explícito, por la piel, pero también el *gusto* y el *olfato*.

En su *Fenomenología de la percepción* Merleau-Ponty viene a incidir en estos mismos planteamientos. Cuando trata del «sentir» señala que,

nismo al que se someten separadamente tanto la actuación-producción (condiciones del mecanismo de grabación, de fijación) como el consumo (mecanismo de reproducción, pantalla) (p. 34). Actor y espectador convergen proyectados en la pantalla (de la cinta o de la sala). De esto resulta un efecto espejo en el que actor y espectador (el actor-espectador) se encuentran exiliados de su propia persona (p. 35). El otro elemento básico es el *montaje*, que reúne en torno a sí a la fragmentación en escenas, una acción desmenuzada, no unitaria (p. 37) que culmina en el montaje de la personalidad (p. 39), y a partir de aquí vienen los «efectos ópticos»: alternancia de planos, uso del retardo, de la ampliación, los cortes, fundidos, travesías (p. 48).

<sup>69</sup> Benjamin, Walter, *o. c.*, p. 51. Cita a Georges Duhamel, *Scènes de la vie future*, París, 1930, p. 52.

<sup>70</sup> Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos, e. c.*, p. 42.

considerada desde sí misma la percepción se da primero «como una re-creación o una re-constitución del mundo en cada momento»<sup>71</sup> De ahí que también «la sensación es, literalmente, una comunión».<sup>72</sup> Para Merleau-Ponty esto lleva consigo que la percepción «se da en una atmósfera de generalidad y se nos da como anónima».<sup>73</sup> Cuando explica esto nos evoca el concepto del ambiente, la desobjetivación y el «estupor» que hemos constatado en el modelo de la percepción distraída, así como la generalidad virtual («la sensación solamente puede ser anónima porque es parcial»)<sup>74</sup> En este sentido ambiental, ecológico, de la percepción es en el que afirma Merleau-Ponty que toda sensación es espacial por cuanto manifiesta al espacio como medio de coexistencia constituido por la sensación, y lo explicita precisamente como inversa de la interpretación trascendental clásica.<sup>75</sup> Inmediatamente a continuación, de modo que resulta ciertamente revelador, pasa a discutirlo en el contexto de las percepciones táctiles, como contestación a las afirmaciones que reducen a la visión la experiencia del espacio, y sostiene que «es imposible a priori tocar sin tocar en el espacio» porque a priori ninguna sensación es puntual, toda sensorialidad supone un cierto campo (ambiente).<sup>76</sup> De tal modo, este carácter ambiental-ecológico es lo que determina el «a priori», lo trascendental de la experiencia (su universalidad virtual). Habla de un «campo táctil semiespacial en el

71 Merleau-Ponty, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, E. Península, Barcelona, 1975 (edición original, 1945), p. 223.

72 Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, p. 228.

73 Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, p. 230. En el contexto de su crítica de un en-sí y un para-sí puros en la percepción.

74 Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, p. 231.

75 «Toda sensación es espacial, y nos hemos alineado a esta tesis, no porque la cualidad como objeto no pueda pensarse más que en el espacio, sino porque, como contacto primordial con el ser, como reanudación por parte del sujeto sensor de una forma de existencia indicada por lo sensible, como coexistencia del sensor y lo sensible, es ella misma constitutiva de un medio de coexistencia, eso es, de un espacio.» (Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, p. 236).

76 Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, pp. 237, 236, 232. Tal vez convenga resaltar que en estas mismas páginas Merleau-Ponty expresa que «El a priori es el hecho comprendido, explicitado y seguido en todas las consecuencias de su lógica tácita; el a posteriori es el hecho aislado e implícito.» (p. 236)

que las primeras percepciones visuales pueden insertarse», a partir del análisis de las experiencias de ciegos de nacimiento por cataratas que han recobrado la visión: los enfermos «ven primero los colores como nosotros sentimos un olor: nos baña, actúa sobre nosotros sin por ello llenar una forma determinada con una extensión determinada.»<sup>77</sup> En definitiva, «la verdadera visión se prepara a lo largo de una fase de transición y por una especie de *tacto por los ojos*», «tiene que seguir con los ojos los bordes de la figura como lo haría con la mano.»<sup>78</sup>

La dinámica del tacto es secuencial y ambiental, repetitiva en la caricia; es la misma dinámica que en el cine. Por otro lado, *donde la percepción táctil muestra más expresamente su origen «usual» es en el gusto y en el olfato*, donde se manifiesta efectivamente como *consumo*.

Complementariamente, en un nivel técnico olfato y gusto exigen una capacidad de análisis extrema, lo que requiere una intensificación de la experiencia en principio muy alejada de las condiciones de la percepción distraída. Sin embargo, lo *transitorio* de las experiencias olfativas y gustativas, su carácter efímero, fugaz incluso, altera la modalidad de esa intensidad de experiencia. Téngase en cuenta que, por más permanente que sea un olor, el receptor experto («nariz») tiene que sustraerse a él para aplicarle la técnica (hacerlo signo, elemento de composición).<sup>79</sup> En el caso del gusto sucede igual, no puede mantenerse indefinidamente el bocado en la boca sin que se vayan alterando constantemente las condiciones de sabor, hasta que se convierte en un conglomerado insípido, neutralizado.

77 Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, p. 237, 238. Cita *Raum und Gestaltsuffassung bei operierten Blindgeborenen vor und nach der Operation*, de Von Senden, p. 113. En la nota explica que «La adquisición de la vista implica una reorganización general de la existencia que afecta incluso al tacto. El centro del mundo se desplaza, el esquema táctil se olvida, el reconocimiento por medio del tacto es menos seguro, la corriente existencial pasa en adelante por la visión y es de este tacto debilitado que habla el enfermo.» (p. 238)

78 Merleau-Ponty, Maurice, *o. c.*, p. 238.

79 González, Rosa, *Historia del perfume*, E. Temas de Hoy S.A., Madrid, 1994, p. 72-73: «Oler, salir, anotar. Volver a entrar, salir de nuevo y anotar' las sensaciones y las percepciones. Por lo que cuenta Rosend Mateu, éste fue el método que siguió para crear el perfume de Carolina Herrera.»

La limitación temporal de las percepciones de olfato y gusto, por otro lado íntimamente relacionadas entre sí, determina que alcanzar la *intensidad perceptiva* efectiva dependa más evidentemente del *uso repetido* que se traduce en hábito, de modo que sin rechazar la condición impuesta por el nivel de agudeza o virtuosismo sensorial, aquí es muy patente el papel de la práctica, que se resuelve en la *repetición de experiencias*.

Así es como queda configurado el tipo: *Arlequín*, y con él la persona en el ámbito de producción-consumo. *Arlequín gourmet*, como el *Arlequín refinado* (formalizado) por el amor de la comedia de Marivaux, ya en el s. XVIII.

¿Cómo llega *Arlequín* a serlo? No, desde luego, por un virtuosismo «natural», por su especial disposición, por el dictamen de la crítica. *Arlequín* llega a serlo siéndolo: actuando, haciendo el (su) papel, usando la técnica correspondiente, practicándola en todos sus detalles crea el personaje. ¿Qué necesita *Arlequín* para ser-lo? ¿Sacar de sí (de qué sí) sus potencialidades expresivas? Nada de eso: no podría llenarse el vacío. ¿Dónde quedaría contenido? No, entrenar en la acción técnica hasta hacer-se un «cuerpo» expresivo, dominar la actividad connotativa hasta constituirse (comunicar-se en el lenguaje, no a través del lenguaje) en un continuo comunicación-comunión-consumo consumado; infatigablemente, pues en ello le va su ser que no es (aún). Entrenar para ser, y en el entrenamiento (actuación en escena) hacer-se, haciendo: *acción expresiva*. El entrenamiento (simulacro) es la acción, la cata es ya el consumo.

PEDRO-JOSÉ HERRÁIZ MARTÍNEZ  
Doctor en Filosofía  
Catedrático I.E.S. «Ornia»,  
La Bañeza (León)