

Y la postmodernidad habita entre nosotros...

Posted on 1 de julio de 1997 by Fernando J. García Selgas

Si se quiere pensar el presente, la actualidad, no hay que acudir a juegos malabares analíticos o empiristas, ni al constreñimiento disciplinario de los estudios académicos, sino a trabajos como el de F. Jameson, transdisciplinares y dispuestos a cruzar las pasiones y alcanzar las rectificaciones que requiere tal tarea. La continua reescritura y el replanteamiento de sus primeras ideas sobre la postmodernidad han tenido ocupado a Jameson una década completa (1981-1991), tiempo en el que ha pasado de concebirla como el estilo propio del consumismo a apreciarla como la lógica cultural del capitalismo tardío o multinacional: la postmodernidad, nos dirá, es la cara cultural de la moneda dominante, cuya cara estructural es la red global de comunicación del capital. Para alcanzar esta conclusión ha necesitado reconocer que la postmodernidad resulta inevitable, central e inabarcable en cualquier estudio de nuestra realidad social y asimilar, como propia, la periodificación del capitalismo propuesta por Mandel. En este marco es situada en simultaneidad con la fase del capitalismo tardío, mostrando el paralelismo entre el populismo estético que le es propio y la desestructuración del trabajo asalariado que aquél produce.

Los trabajos recogidos en esta obra muestran el final de esta evolución de su pensamiento. Constituyen un estudio del espacio sociocultural de la postmodernidad que nos envuelve: quieren conceptualizarlo, tomar posición en él, analizarlo formal e históricamente. Más allá de las interesantísimas disquisiciones y propuestas explicativas sobre la hegemonía actual de la televisión, la arquitectura, el mercado o los movimientos sociales, pretende transmitirnos una doble conclusión final: que la postmodernidad habita entre (y en) nosotros y que su característica materialización de la cultura rehabilita la capacidad analítico-política del materialismo histórico.

De hecho, a la hora de señalar sus motivos para la realización de este estudio –que para él ha supuesto un «despertar de los canónicos sueños dogmáticos»–, el mismo Jameson resalta la experiencia de los nuevos tipos de producción artística y el malestar ante las dificultades para aplicar los esquemas económicos de la tradición marxista, en especial el concepto de modo de producción. La imbricación de esta obra en un proyecto más amplio obliga a añadir un tercer motivo, ya operante en obras anteriores: la necesidad de asumir el potencial conformador de la realidad social que tienen las narrativas y los códigos culturales. Son tres motivos y objetivos que se entrecruzan y animan sus argumentaciones.

La propuesta de Jameson es que la ruptura radical con la modernidad precedente y el posible origen de la postmodernidad han de explicarse a partir de los procesos básicos o estructurales propios del capitalismo tardío. Se adentra así en un exquisito análisis crítico del mercado, al que retrata como «el Leviatán con piel de oveja» y del que asegura que su universal aceptación se debe a su simbiosis con el mundo de los *media*. Esta relación ha pasado de metafórica a histórico-material. La consecuencia es que, una vez convertida la imagen (el contenido de los *media*) en la forma final de la mercancía reificada, se produce su mundialización, su circulación global.

La experiencia de un mundo cultural ahistórico, dominado por la espacialidad, el *collage* y la indiferenciación de las informaciones que pueblan los *media*, lleva a Jameson al análisis de la lógica específica de la producción cultural, ideológica y representacional. Destacados los rasgos de la cultura postmoderna (superficialidad, fragmentación y esquizofrenia), concluye que, nos guste o no, hoy es tan imposible política e intelectualmente aclamarla como desaprobala. Es aquello en lo que estamos. De su lógica son parte y resultado unas formas narrativas que despersonifican, afirman una pluralidad de espacios y psiques desconectados, niegan la posibilidad de totalización o abstracción y nos ubican en un nominalismo desolador y paralizante.

Tal es el retrato analítico. Ante este cuadro de la realidad social postmoderna, Jameson no sólo defiende una específica política cultural (ajustar nuestros esquemas perceptuales y producir los medios conceptuales necesarios para cartografiar esa gran red global de comunicaciones en la que estamos atrapados), sino que además propone que, dada la actual semiotización de la realidad en su conjunto, una de las principales batallas políticas se libra en el ámbito cultural, espacio donde se juega, por ejemplo, la legitimación de conceptos y realidades tan cruciales como mercado o planificación. Sólo a quien no comparta esta idea podrá parecerle que la complejidad y riqueza de sus análisis es un estéril juego de artificios académicos. No lo es, sino un intento serio, tenso y lleno de matices de dar cuenta de la realidad que nos viene al encuentro. Es posible discrepar de su apresurado encaje del marxismo y la postmodernidad, pero aun tras ello no podremos dejar de tomar el trabajo de Jameson como un hito fundamental para pensar ambos y, de esta manera, pensar nuestro mundo.

Autor: FREDERIC JAMESON

Edición: Trotta, Madrid, 1996

Páginas: 340 págs.

Título: Teoría de la postmodernidad