

EL SUSPIRO DE LA CRIATURA SOFOCADA: CAPITALISMO, EXOTISMO Y DESCONTENTO CIVILIZATORIO

THE SIGH OF THE SUFFOCATED CREATURE: CAPITALISM, EXOTICISM AND CIVILIZATIONAL DISCONTENT

CARLOS GONZÁLEZ ABURTO

Sociólogo, Universidad de Concepción

Magíster en Investigación Social y Desarrollo, Universidad de Concepción

Magister (c) en Pensamiento Contemporáneo, Universidad Diego Portales, c.gonzalez.aburto@gmail.com

RESUMEN

Este ensayo defiende la hipótesis de que existe un fuerte cariz exotista en varios lugares y momentos del consumo contemporáneo. Se rastrea el origen de esta fijación por lo exótico en Michel de Montaigne y Jean-Jacques Rousseau, para proponer luego que su fundamento es un descontento de occidente para con occidente mismo. Lo exótico emerge como posibilidad de crítica de lo propio, motivado tanto por sentimientos políticos críticos como por mero tedio existencial, ambos exacerbados hoy por la creciente complejidad de la civilización contemporánea. Se arguye que estaríamos en una etapa llamada “capitalismo cultural”, que incentiva y canaliza la disconformidad política y existencial a través del consumo de mercancías y experiencias “críticas”, varios de los cuales apelan al exotismo como parte de su promoción. Lo indígena y lo foráneo, en tanto lo exótico, encuentran un lugar en el marketing del descontento y la inconformidad.

Palabras clave: Exótico, crítica, descontento, consumo, capitalismo, civilización, occidente.

ABSTRACT

This essay proposes that there is a strong exoticism located in several places and moments in today's consumer culture. The origin of this fixation with the exotic is traced in Michel de Montaigne and Jean-Jacques Rousseau, and it is proposed that its foundation is an inconformity projected from the West towards the West itself. The exotic emerges as a possibility of criticism of the self, motivated by both critical political feelings and mere existential tedium, both exacerbated today by the increasing complexity of contemporary civilization. It is argued that we are in a stage that can be called “cultural capitalism”, which encourages and channels political and existential discontent through the consumption of “critical” goods and experiences, several of which appeal to exoticism as part of its promotion. The indigenous and the foreign –the exotic– find a place of existence in the marketing of discontent and inconformity.

Keywords: Exoticism, criticism, discontent, consumption, capitalism, civilization, the West.

Recibido: 03.06.16. Revisado: 30.06.16. Aceptado: 11.08.16.

INTRODUCCIÓN

Existe una larga tradición que define al Otro desde las propias carencias, desde la propia inconformidad consigo mismo: el Otro aparece escenificando al yo reconciliado, las contradicciones resueltas, las respuestas encontradas. No pocas veces aquel alter ego es asignado portador de una cualidad o virtud extraviada, su identidad resaltando un momento traumático de pérdida o, al menos, la naturaleza caída de quien proyecta la mirada. Llegados los españoles a América, no sólo se encontró al bárbaro caníbal, sino también se encontró, tras siglos de ausencia, al ser humano en pleno pacto edénico. El escritor venezolano Carlos Rangel tiene razón: “los ojos de Europa se han fijado en nosotros, pero no para descubrir verdades científicas, sino para encontrar puntos de apoyo a prejuicios, mitos y frustraciones enteramente europeos” (2011, p. 17). Junto con la violencia de la conquista vino también el elogio de la inocencia primordial reencontrada.

Sin embargo, como sentencia Tzvetan Todorov, “el conocimiento es incompatible con el exotismo, pero el desconocimiento es, a su vez, irreconciliable con el elogio a otros” (2009, p. 306). Esta contradicción entre elogio y desconocimiento existe, precisamente, en donde la proyección antónima ocupa el lugar del saber: si se está caído, se asume la posibilidad de la existencia de la virtud en lo foráneo, a la espera de ser reencontrado; si, por la historia y desarrollo de nuestra subjetividad específica, hemos perdido contacto con algo de inestimable valor, entonces sea posible, en la existencia del Otro, avistar y palpar aquella virtud alienada.

A este ensayo le concierne lo exótico, dentro de lo cual puede ubicarse lo indígena y también lo foráneo, no como correcta descripción antropológica, sino como mito que ha encontrado un lugar como parte del

tejido simbólico del Chile contemporáneo (aunque también intuyo que es extrapolable a las lógicas culturales capitalistas mundiales). La presencia de este mito es fantasmagórica, espectral: aparece repentinamente en distintos momentos y lugares culturales, aunque típicamente se encuentra en sectores críticos de la modernidad y la razón instrumental, hoy integrados sin muchos problemas al consumo masivo y al variopinto de subjetividades urbanas, surgidos sobre todo en la última década. Lo encontramos junto a medicinas alternativas, conservacionismos ecológicos, activismos políticos de diverso calibre, en fin, lo exótico ahí donde se diluye en una aglomeración diversa de inconformes con la herencia del *cogito* cartesiano y la modernidad en general.

Se entiende esta forma de ver lo exótico –indígena y foráneo– no en tanto mirada científica, historiográfica o antropológica, sino en cómo ha devenido en un fenómeno estético, en cómo ha encontrado un lugar en la configuración de identidades contemporáneas. En tal sentido, recojo las palabras con las que Edward Said describía su orientalismo, que “aborda principalmente no la correspondencia entre orientalismo y Oriente, sino la coherencia interna del orientalismo y sus ideas sobre Oriente” (2010, p. 25). Aquí no me preocupo de si las imágenes o productos encontrados corresponden a una auténtica expresión de alguna cultura, sino la consistencia de esta imagen de lo exótico con un espíritu epocal: el desarrollo de un capitalismo de consumo individualizado, narcisista, que mercantiliza la crítica y el descontento mismo.

Para explicar el fenómeno recién descrito, comenzaré este ensayo revisando brevemente dos escritos clásicos de autores franceses, el ensayo “De los caníbales” de Michel de Montaigne y el “Discurso sobre el origen de la desigualdad entre los hombres” de Jean-Jacques Rousseau, entre cuyas ideas pueden encontrarse algunos principios que

ayudan a dilucidar la relación entre el exotismo y la crítica que, de acuerdo a mi hipótesis, han pasado a conformar parte del mercado de consumo contemporáneo.

MICHEL DE MONTAIGNE

En su célebre ensayo “De los caníbales”, Michel de Montaigne alude extensamente a cierta cultura de devoradores de hombres, a partir del testimonio de un conocido que “ha vivido largo tiempo conmigo”, y “que había estado diez o doce años en ese otro mundo que se ha descubierto en nuestra época, en el lugar donde tomó tierra Villaignon y que llamó Francia Antártica” (2011, p. 153). De este escrito no sólo puede rescatarse cierto espíritu relativista del francés, quien es capaz de invertir el uso típico de bárbaro y dirigirlo hacia su propia cultura, sino también, a partir de este mismo gesto, ofrecer oblicuamente una visión crítica de su sociedad, demostrando, siempre con ironía y humor, cierta desazón para con los frutos civilizatorios de su época. Para el ensayista francés, la invocación de los caníbales sirve como un punto arquimediano para exponer el descontento con el mundo propio.

Dice Montaigne: “aquella gente es salvaje en el sentido en que salvajes llamamos a las frutas que la naturaleza espontáneamente ha producido, mientras que en verdad las realmente salvajes son las que hemos desviado, con artificio, de lo común” (2011, pp. 155-156). Esta noción básica, la de una simplicidad natural contrastada frente a lo artificioso, aquello engendrado en rebeldía contra la ley natural, constituye uno de los cimientos de la construcción del exotismo, y particularmente del mito del buen o noble salvaje. Para los seguidores de esta visión, lo que a ojos modernos aparece como una falta de refinamiento, intelectual, moral y tecnológico, en realidad revela

una conexión profunda e inmediata, donde es la naturaleza quien rige, con su propia sabiduría, el destino humano. El intento por distanciarse, el divorcio de este vínculo primordial, constituye tanto un error estratégico como una falta teológica, y sus frutos entregan, en el mejor de los casos, un triste sucedáneo de aquel mundo virginal, destinado ahora a un entierro histórico profundo e irreversible: “no es razonable”, alega Montaigne, “que el arte aventaje a nuestra grande y pujante madre naturaleza. Tanto hemos recargado la belleza y riqueza de sus obras con nuestras invenciones, que las hemos ahogado del todo” (2011, p. 156).

En algunos párrafos del ensayo no sólo hay una valoración de antiguos vínculos naturales, sino, más profundamente, se asoma una definición particular de la naturaleza misma: las mismas frutas antes mencionadas “tienen más vivas y vigorosas sus auténticas y útiles virtudes y propiedades, que nosotros hemos desvirtuado para acomodar a nuestro gusto corrompido” (2011, p. 156); los caníbales “no discuten la posesión de tierras nuevas, ya que gozan de una natural fecundidad que les provee, sin esfuerzo ni trabajo, de todo lo necesario; y ello en tal abundancia que no necesitan ensanchar sus límites. Se hallan aún en la fase feliz de no desear nada que no sea lo que les piden sus naturales necesidades, y consideran superfluo lo restante” (2011, p. 160). La naturaleza de Montaigne es una madre benevolente, generosa, mesurada: si se aceptan sus designios la vida buena está asegurada, la escasez una ficción, el trabajo arduo una contradicción. Los bárbaros se dejan guiar por la simpleza de los preceptos innatos, los dictados mínimos puestos en ellos por el universo: “páreceme que las naciones a que me refiero son aún bárbaras porque han recibido poco amaneramiento del espíritu humano y se hallan muy próximas a su candidez original. Todavía obedecen a las leyes naturales, muy poco bastar-

deadas por las nuestras, y tal es su pureza que mucho deploro que semejantes naciones no fueran conocidas antes para que pudiesen ser mejor juzgadas” (2011, p. 156).

Más adelante escribe Montaigne: “yo diría a Platón que en esa nación nueva no hay especie alguna de tráfico, ni conocimiento de las letras, ni ciencias de los números, ni magistrados, ni superioridad política, ni servidumbre, ni riqueza, ni pobreza, ni contratos, ni sucesiones, ni partijas, ni otras ocupaciones que las descansadas, ni respeto de parentela, ni vestidos, ni agricultura, ni metales, ni vino, ni grano. Las palabras que expresan la mentira, la traición, el disimulo, la avaricia, la envidia, la difamación y el perdón son desconocidas. ¡Qué lejos de esta perfección hallaría la República que concibió! Porque allí hay *virii a diis recentes* (hombres recién salidos de manos de los dioses); y *Hos natura modos primum dedit* (tales fueron las primeras leyes de la naturaleza)” (2011, pp. 156-157). La complejidad del mundo civilizado es síntoma de una persistente incapacidad de resolver decisivamente los problemas humanos: extraviarse de la naturaleza como solución únicamente lleva a un creciente embrollo sin concilio final. Arrancamos del origen hacia un laberinto, los artificios humanos extendiéndose e cercándonos como enredaderas, construyendo e incomodando.

Ahora también, como sugiere Todorov, este párrafo es una definición negativa (2009, p. 306): más que una descripción detallada de otra sociedad o forma de vida, se trata de una negación de la propia, una enumeración de cualidades sazonada con pesadumbre y cierto hastío. Todorov habla así de exotismo, la admiración exacerbada por lo extranjero, “simétricamente opuesto” al nacionalismo, la unidimensional valoración de lo propio. Entre sus diversas encarnaciones posibles, el otro puede emerger aquí como la falta o complemento perdido, vale decir, definido (y admirado) desde la

particular carencia. El autor búlgaro-francés señala que una forma típica de exotismo lo encuentra acompañado de un primitivismo: la idea que no se está ante un otro culturalmente inconmensurable, sino uno que encarna la antigua vida propia, portando aún una virtud innata perdida hace siglos.

La transparente virtud y simpleza del caníbal contrasta no tan sólo con la corrupción de la complejidad civilizatoria, sino que buena parte de la actitud que guía a Montaigne es la denuncia de cierta hipocresía europea, rápida en espantarse y condenar costumbres salvajes en culturas ajenas, al mismo tiempo que hace caso omiso de costumbres brutales e inhumanas que tienen sede en la propia: “podemos, pues, llamar bárbaros a aquellos pueblos respecto a la razón, pero no respecto a nosotros, que los superamos en toda suerte de barbarie” (2011, p. 160). Montaigne dice que le parece más horroroso torturar un cuerpo vivo que preparar y comer un cadáver, y que la guerra entre bárbaros nunca acaba con matanzas innecesarias y saqueos oportunistas, sino que bastan a los vencedores la gloria y el honor del triunfo. Si ha de aceptarse la existencia de bárbaros, uno escucha decir a Montaigne, resulta más probable encontrarnos de paseo por nuestro país que en alguna tierra foránea.

Queda claro, entonces, la forma en que el exotismo primitivista puede ser canal para criticar el propio mundo, pero sigue siendo, en última instancia, una ficción: sin duda que tiene una fructífera alianza con el anti-conformismo y la denuncia de la hipocresía enquistada, pero siempre persistirá en su núcleo una mentira que, pese a su utilidad, puede ser probada falsa, poniendo en riesgo la crítica misma. No es lo mismo considerar al Otro un bárbaro sádico que un benevolente salvaje, sobre todo si se sopesan las consecuencias históricas que han tenido cada una de estas creencias, pero ambos no pueden conciliarse con el conocimiento.

JEAN-JACQUES ROUSSEAU

El mito del buen salvaje, uno de los grandes ejemplos de exotismo, es asociado tradicionalmente con el filósofo francés Jean-Jacques Rousseau, quien no fue ni el primero en erigir un mito de tales características, ni tampoco utilizó jamás los términos “buen salvaje” o “noble salvaje”. Lo que sí hizo fue crear una imagen antropológica del hombre natural, puramente especulativa, con la finalidad de oponerse a otros filósofos, en especial a Thomas Hobbes, cuyas visiones de los hombres en un “estado de naturaleza” los pintaban como seres desconfiados, violentos y egoístas, para justificar luego, sobre esta caracterización, un orden político autoritario. Para Rousseau, estas ficciones “hablaban del hombre salvaje, y describían al hombre civil” (1979, p. 89), vale decir, más que describir algún estado natural anterior, simplemente se imaginaban al hombre actual puesto en un momento histórico sin Estado. No habría mayores cambios físicos, intelectuales o morales en estos sujetos: sólo variaría la presencia de un Leviatán político para controlarlos. Rousseau entonces pasa a describir lo que, en su visión, constituiría un verdadero hombre previo a la civilización, enarbolando así, al mismo tiempo, una crítica romántica a ciertos fundamentos políticos de la Ilustración temprana.

Escribe así el filósofo francés: “errantes en los bosques, sin industria, sin palabras, sin domicilio, sin guerras y sin relaciones, sin necesidad alguna de sus semejantes, así como sin ningún deseo de perjudicarlos, quizás hasta sin reconocer nunca a ninguno individualmente; sujeto a pocas pasiones y bastándose a sí mismo, sólo tenía los sentimientos y las luces propias a su estado, sólo sentía más sus verdaderas necesidades, sólo miraba aquello que le interesaba ver, y su inteligencia no progresaba más que su vanidad” (1979, p. 126). Tal como en Montaigne, en el hombre salvaje predominan

la simpleza y la naturalidad. No existe lo engorroso ni lo artificial. Ellingson (2001) sugiere que esta sencilla existencia del salvaje es, precisamente, porque no puede ser “noble”: sin los avances civilizatorios y conceptuales que permiten separar lo noble de lo innoble, sin el cansador peso de la complejidad institucional y la complicada ética moderna, no tenía que sobrellevar “los efectos prácticos de la exaltación y degradación socioeconómica y moral” (p. 82) que despiertan las sociedades y culturas consolidadas. El salvaje está más allá de los animales, puede decidir si actuar sobre sus instintos, pero aún se encuentra lejos de la corrupción del hombre civilizado.

Sería, entonces, con el desarrollo de las sociedades en donde esta simplicidad primigenia se ve dramáticamente alterada. A esto se llega gracias a ciertos problemas prácticos menores: árboles altos cuyos frutos resultan difíciles de alcanzar, la defensa contra animales feroces, el enfrentarse a las estaciones más crudas, en fin, situaciones que empujan al salvaje a utilizar sus facultades intelectuales y respaldarse en sus semejantes. Se desarrollan seguidamente la vivienda, la agricultura, la familia; aparecen los lazos afectivos, la división del trabajo y eventualmente la propiedad. Si bien es cierto en el estado natural existían diferencias físicas mínimas entre los hombres, es en el desarrollo de las sociedades donde emergen las diferencias entre ricos y pobres, hombres y mujeres, señores y esclavos: “la desigualdad, siendo casi nula en el estado de naturaleza, debe su fuerza y su acrecentamiento al desarrollo de nuestras facultades y a los progresos del espíritu humano y se hace al cabo legítima por la institución de la propiedad y de las leyes” (1979, p. 172).

Luego, en un pasaje notable, Rousseau compara su hombre en el estado de naturaleza con el hombre de sociedad civilizada, donde obviamente el segundo se lleva la peor parte: “yo quisiera que se me explica-

ra cuál puede ser el género de miseria de un ser libre cuyo corazón disfruta de paz y tranquilidad y cuyo cuerpo goza de salud. Yo preguntaría cuál de las dos, la vida civilizada o la natural, está más sujeta a hacerse insoportable a los que gozan de ella. No vemos casi a nuestro alrededor más que gentes que se lamentan de su existencia, y aun muchas que se privan de ella (...) Júzguese, pues, con menos orgullo, de qué lado está la verdadera miseria” (1979, pp. 115-116). El paso del ser humano desde el estado de naturaleza hacia la sociedad es semejante a la de una domesticación de alguna bestia solitaria, digna y feroz: al comienzo autosuficiente, sin necesidad de otros, lejos del exceso intelectual y de la vanidad, conforme con su lugar en la naturaleza, “el salvaje vive en sí mismo” (1979, p. 171), pasa luego a “vivir fuera de sí” (1979, p. 171), fundamentando su existencia en el reconocimiento ajeno.

Hay que recordar que el hombre en estado de naturaleza rousseauiano es abiertamente una ficción antropológica que busca rebelarse ante el pesimismo y la organización racional de la Ilustración temprana. El salvaje de Rousseau logra condensar la desazón que produce la jerarquía del iluminismo temprano, y su gesta romántica aspira a desafiar, como se mencionó anteriormente, a las desalentadoras razones esgrimidas por Thomas Hobbes y otros que fundan prescripciones autoritarias: el ser humano atrapado en un estado de guerra, llevando una vida “solitaria, pobre, brutal y breve”. El ejercicio rousseauiano es un desafío a la necesidad lógica que funda la cesión del uso de la fuerza a un único Leviatán. Rousseau levanta al salvaje como parte de su inconformidad contra las razones esgrimidas como políticamente necesarias, arguyendo que “ninguna jerarquía deriva de la naturaleza, (y) la política puede ser cambiada por la voluntad humana, para el beneficio humano” (Paglia, 1991, p. 231).

Para los motivos de este ensayo, entonces, me interesa rescatar de Montaigne el exotismo primitivista; de Rousseau, quiero resaltar su marcado carácter crítico con el orden de las cosas y las razones que lo fundamentan. Creo que ambas miradas se conjugan en el exotismo contemporáneo: expresa por sobre todo un descontento con occidente desde occidente, contraponiendo a la institucionalidad presente, artificiosa, laberíntica e injusta, un orden simple, natural y ventajoso. Es una imagen que permite proyectarnos fuera de nuestro predicamento actual, una especie de escapismo que asegura la resolución de los problemas políticos y sociales vigentes o, más aún, de la perenne carga y constricción de la civilización. Puede ser motor para la crítica y el cambio, pero en sí misma no constituye más que una fantasía o un espejismo. Si para Marx la religión era el “suspiro de la criatura oprimida”, el exotismo es el “suspiro de la criatura sofocada”.

CRÍTICA Y CONSUMO

La fantasía exotista, la proyección de disconformidad con el propio mundo sobre lo foráneo o lo originario, se deja entrever en diversos momentos de la vida actual. Dada la aceleradísima expansión de la variedad e intensidad del consumo en las últimas dos décadas chilenas, no sorprende que la inquietud o sofocación que empuja hacia el exotismo haya terminado por ser canalizada y potenciada por las fuerzas del mercado: una exacerbación de la complejidad civilizatoria (o del avance modernizador) generaría un incremento en los niveles de incomodidad y desazón, lo que generaría a su vez nuevos medios, en la forma de productos y experiencias específicas, diseñados para apaciguar o aliviar dicha turbación. Estas mercancías enfatizan una veta crítica, vale decir, se distinguen deliberadamente

a través de un *ethos* crítico semejante al de Montaigne y Rousseau: criticar es, en ciertos momentos, consumir, o más bien, la crítica con el orden tiene un espacio en el consumo mismo.

Slavoj Žižek ha llamado la atención sobre esta alianza entre crítica y consumo, encarnado en lo que puede llamarse “capitalismo cultural”. Dice Žižek que en este nuevo escenario “compramos bienes primariamente no por su utilidad ni por su estatus de símbolos; los compramos para obtener la experiencia de ellos, los consumimos para que nuestra vida se vuelva placentera y significativa” (2009, p. 52). La vieja crítica del consumo como alienante, como una especie de distracción de los problemas sociales, incluso como una idiotización de masas, ya no es del todo sostenible. Esto porque el consumo “ya no es el tiempo de la alienación, de la imitación de modelos impuestos por la sociedad (...), sino para la auténtica realización del Yo, del juego sensual de la experiencia, y de la preocupación por los demás, a través del involucrarse en la caridad o el ecologismo” (2009, p. 53). El ejemplo que expone el pensador esloveno es del café Starbucks, que asegura que su producto está fabricado en contextos ecológicamente conscientes y donde se paga un precio justo a los trabajadores: uno no sólo compra café, sino que paga la entrada a una “ética del café”. El capitalismo parece haber aprendido algo de la crítica marxista de la ideología: la mercancía conlleva en sí las relaciones sociales que le dieron a luz, y ahora por un leve aumento en el precio, puedes participar de un proceso productivo ético, haciendo gala de cierta reflexividad política en la compra. Esta fértil alianza contemporánea entre crítica y consumo abre entonces una inesperada puerta para la proliferación del exotismo, en tanto crítica y disconformidad con el propio presente.

Pero antes es importante entender que no siempre se apela a lo exótico por moti-

vos de rebelión y crítica política: el malestar producido por la complejidad civilizacional, sobre todo por su capacidad de conferir estabilidad, también produce familiaridad, seguridad y luego tedio. Vale decir, la incomodidad no sólo es por razones de injusticia institucional (Rousseau) o hipocresía percibida (Montaigne), sino que también responde una cuestión existencial: el cobijo de la civilización termina exasperando. Después de todo, la civilización es, dice Camille Paglia, una empresa apolínea: “Apolo es ley, historia, tradición, la dignidad y la seguridad de la costumbre y la forma (...) Apolo construye los límites que llevan a la convención, el control y la opresión” (1991, p. 96). Así, sea producto del mero aburrimiento o de la injusticia política, el ansia o arranque hacia lo foráneo o lo originario persiste, seduce y perturba. En el fondo, no sólo hay un anhelo político detrás de la huida hacia lo exótico, sino que también obedece a una intranquilidad existencial, la exploración de lo extraño como aventura y disrupción de lo cotidiano.

Žižek también observa este desasosiego existencial en la base de la subjetividad contemporánea. Para el filósofo, en el existencialismo clásico “la ansiedad de experimentar la propia libertad radical, la falta de una determinación sustancial propia, era un momento de autenticidad, durante el cual la integración del sujeto en lo fijo de su universo ideológico era destrozada. Pero lo que el existencialismo no pudo envisionar fue (...) la forma en que, al no reprimir la falta de una identidad fijada, la ideología hegemónica moviliza (hoy) directamente esa carencia para sostener el proceso ilimitado de la re-creación de sí consumista” (2009, pp. 64-65). La reprobación del orden actual, la denuncia de su hipocresía, la insatisfacción con el propio yo, pueden engarzarse todos sin problemas, según Žižek, en esta curiosa etapa histórica del capitalismo.

El sociólogo y ensayista francés Gilles

Lipovetsky ofrece una asertiva descripción del nuevo consumidor contemporáneo, que “ya no está sólo deseoso de bienestar material: aparece como demandante exponencial de confort psíquico, de armonía interior y plenitud subjetiva y de ello dan fe el florecimiento de las técnicas derivadas del Desarrollo Personal y el éxito de las doctrinas orientales, las nuevas espiritualidades, las guías de la felicidad y la sabiduría (...) Actualmente asistimos a la expansión del mercado del alma y su transformación, del equilibrio y la autoestima, mientras proliferan las farmacopeas de la felicidad” (2011, p. 11). Este “mercado del alma”, bálsamo para la criatura sofocada, está profundamente guiado por la mirada de Montaigne, buscando respuestas y soluciones ancestrales distintos a los fríos artificios de la razón y la ciencia. Se trata de una economía, en fin, orientada desde la demanda, pero ya no de productos eficientes o útiles, sino en la medida en que reflejan un anhelo de individualidad y de realización estética y biográfica. Así, el malestar no es tan sólo una inquietud resultante de la complejidad civilizatoria, de la tediosa monotonía o el disenso con el orden, sino que esta energía crítica puede ser reinvertida para potenciar la propia individualidad: el malestar civilizatorio pasa a ser productor de identidad. La inconformidad hoy es demandada si se aspira a ser un sujeto auténtico.

EXOTISMO Y CONSUMO

Retornemos ahora al exotismo. Puede intuirse que, en buena parte, la importancia de los productos que portan un sello exotista, llamados y fabricados para resolver estas inquietudes políticas y existenciales, no es tanto su fidelidad a ciertos principios de una cultura del Otro, sino más bien en la encarnación de una alternativa aparente a la cultura hegemónica, embrollada y llena de

vicios. En tanto ésta es su principal virtud, la autenticidad es relegada a un segundo plano: el meollo de este fenómeno no reside en la precisa descripción antropológica o histórica (aunque ciertamente goza de este tipo de fundamentos y puede realizarse la genealogía cultural correspondiente): lo exótico no está en el producto mismo, sino en el gesto que lo ofrece, la presentación en vitrina de una potencial experiencia que puede blandirse contra la indolencia y en favor del descontento, contra el orden de cosas y sus vicisitudes. En diseño se habla del *packaging*, el envase que recubre, protege, informa y vende lo contenido: el exotismo existe en este nivel, llamando la atención del ojo inconforme.

Quizás el ejemplo emblemático de los productos exotistas sea el de las medicinas alternativas, que se yerguen como crítica contra la impersonalidad, la mercantilización, el elitismo y la inaccesibilidad de la versión moderna. Al igual que los caníbales de Montaigne, esta medicina se define en oposición a la viciada versión alopática: no es invasiva, no es indiferente, es holística y natural, contiene profundidad ancestral, se opone a las grandes farmacéuticas, etc. Esta misma carencia de contenido específico o positivo permite asociar, tanto en las repisas como en los discursos, a todo un abanico de alternativas que, en otro caso, poco y nada tendrían en común: medicinas en sus versiones orientales, campesinas, hindúes, homeopáticas, etc. Shiva convive aquí, sin problemas y con sorprendente liviandad, junto a Buda y Caicai Vilú.

El exotismo ha guiado también cierto espíritu académico y de búsqueda intelectual. Puede encontrarse aquí, por ejemplo, la noción de modernidades alternativas, descrita por Fredric Jameson en el siguiente párrafo: “A esta altura todo el mundo conoce la fórmula: esto significa que puede haber una modernidad para todos que sea diferente del modelo anglosajón conven-

cional o hegemónico. Todo lo que nos disguste de este, incluida la posición subordinada en que nos deja, puede borrarse con la idea *tranquilizante* y “cultural” de que podemos configurar nuestra modernidad de otro modo, razón por la cual es posible la existencia de un tipo latinoamericano, un tipo indio, un tipo africano y así sucesivamente” (2004, p. 21, cursiva propia). Jameson duda de este ejercicio precisamente porque, para él, no hay un “afuera” del actual capitalismo de consumo hacia el cual proyectarse: como buen marxista, para él las luchas deben darse dentro de este sistema, no imaginándose alternativas existentes en otras partes del globo que escaparían de la lógica moderna occidental. Se entiende, sin embargo, el gesto básico ya explorado: el descontento con la civilización moderna conduce las miradas hacia afuera en busca de lugares en donde aún podría residir una alternativa no corrupta, “apaciguando” la ansiedad de la criatura sofocada, o en palabras de Jameson, tranquilizándonos con la idea de un afuera que aún no se corrompe. Así, en esta búsqueda de alternativas terminan aglomerándose indistintamente un conjunto de elementos culturales de diverso origen —estéticas, técnicas, sabidurías, políticas, etc.— que sólo tienen en común su (aparente) oposición a la modernidad occidental: diferencias culturales profundas quedan anuladas o pospuestas en su oposición común.

Esta síntesis negativa permite, por ejemplo, la existencia de negocios esotéricos, naturales, alternativos, etc., que han pasado a conformar parte de la fauna comercial de los centros urbanos. Su ética, que se presenta como alternativa económica y política, en realidad resulta conformista, en la medida en que comercializa este “suspiro de la criatura sofocada”. Alain Badiou, en su ensayo *Ética*, describe asertivamente el espíritu que caracteriza a cierta moral actual, y que se relaciona directamente tanto con lo

que pretendo aquí describir, como también con el espíritu de lo escrito por Montaigne. Dice Badiou: “La ética contemporánea provoca un gran barullo sobre las diferencias ‘culturales’. Su concepción del ‘otro’ apunta esencialmente a este tipo de diferencias. La coexistencia tranquila de las ‘comunidades’ culturales, religiosas, nacionales, etc., el rechazo de la ‘exclusión’, es su gran ideal (...) El cimiento objetivo [o histórico] de la ética contemporánea es el culturalismo, la fascinación verdaderamente turística por la multiplicidad de los hábitos, de las costumbres, de las creencias. (...) Lo esencial de la ‘objetividad’ ética se sostiene en una sociología vulgar heredera directa del asombro colonial ante los salvajes” (2004, pp. 52-53).

Badiou identifica una ética exotista que forma parte del actual paisaje capitalista, aunque bien podría argumentarse, creo, que el capitalismo siempre ha portado, de alguna u otra manera, esta connotación. Esto incluye no tan solo una dimensión política, típicamente asociada a la inclusión de minorías étnicas, nacionales e inmigrantes en diversos espacios de poder institucional y producción cultural, el valor de la multiplicidad y de “otros” conocimientos, sino también una económica, propia del estado actual de la cultura globalizada: la apertura de nuevos espacios de consumo para nuevos y diversos estilos de vida, estéticas, identidades, etc. La exploración y multiplicación de nuevas experiencias y sabores foráneos, distintos y extravagantes, que en algún momento hizo furor entre las elites europeas coloniales, hoy está al alcance de todos gracias a la explosión y expansión del consumo masificado.

Pero hay, sin embargo, una diferencia notoria: si en algún momento fue necesario atravesar océanos y montañas para encontrarse con un misterioso y seductor otro, el mercado del consumo se deshace de la necesidad del viaje para entrar en contacto con lo exótico y sus secretos. El viaje siempre

ha sido requisito del encuentro con el otro, sea un desplazamiento geográfico propio o de un tercero: Montaigne basa su ensayo en el testimonio de un conocido, y aunque Rousseau y Thomas Hobbes señalen que sus hombres naturales son ficciones o ejercicios teórico-antropológicos, ambos filósofos escudriñan diarios y testimonios de viajeros buscando cierto sustento empírico para sus ideas. Podría argüirse que ahora el movimiento es hacia el otro lado, llevado hacia los consumidores, una conversión de viajeros y curiosos a compradores exigentes, algo fastidiados con lo propio, pero sería ignorar que la producción de estos objetos no necesariamente implica grandes transportaciones. Importa, por supuesto, la escenificación de la fantasía exótica, las imágenes del envasado que recubren un contenido de lo más pedestre u ordinario: unas hierbas, una piedra, un incienso, alguna figurilla.

El fenómeno del exotismo consumista destaca así, por sobre todo, la forma en que la crítica y el desajuste con el propio mundo encuentran un lugar en el mercado. El exotismo forma parte de esta rebeldía, ayuda a proyectar la mirada hacia afuera, complementa la crítica, movilizándolo no tan solo ánimos inquietos y exploraciones de lo indígena y lo foráneo, sino estimulando la participación en el gran comercio. Lo atractivo de los productos exotistas será primariamente su oposición a lo hegemónico, al occidente tecnologizado, capitalista y superfluo; y ahí precisamente su encanto, porque el exotismo constituye en sí mismo una estética superficial, mercantil e instrumental, una respuesta de fascinación por lo distinto provocada por la desazón moderna y occidental, y el escape fantasioso hacia el afuera, hacia el Otro que no ha caído en los errores y excesos deshumanizantes de la modernidad, sino que más bien ha sido su víctima. El consumo exotista alberga secretamente la aspiración de redimir los excesos violentos de occidente, superando

la exclusión cultural y redimiendo la naturaleza caída de los partícipes del capitalismo moderno.

CONCLUSIONES

El descontento con la propia civilización, la crítica al capitalismo y la hegemonía cultural occidental, se han incorporado al mercado y son, incluso, incentivados por el circuito mercantil del consumo. El exotismo está a la venta, motivado por un cultivo y exacerbación de la insatisfacción con el mismo capitalismo contemporáneo y la hegemonía cultural occidental, que luego rentabiliza sobre el malestar y la dislocación subjetiva que él mismo genera. El exotismo juega un papel importante en este sentido, porque ayuda a proyectar la inconformidad con la propia posición y la propia cultura hacia afuera, hacia otras filosofías, medicinas, políticas y modernidades, como lo hicieron en algún momento Montaigne y Rousseau. A estas culturas fantásticas se accede luego mediante productos que no se definen en tanto su pertenencia histórica a determinada cultura, sino primaria y fundamentalmente como opuesto al modelo convencional que se critica, de un origen distinto, quedando incluso indistintamente agrupadas una misma maraña de elementos y artefactos de culturas disímiles.

Queda la tarea de explorar en profundidad la naturaleza de la crítica en este nuevo escenario, sus limitaciones y posibilidades. También, por cierto, debe sopesarse el verdadero alcance de la inclusión cultural a través de la expansión del consumo, habiendo sólo explorado aquí el fenómeno del exotismo. Por último, queda pendiente un análisis de la moralidad implícita promovida por el consumo, tal como la revisada en este ensayo: una que promueve la disconformidad con lo propio y la exploración —algo superficial— del Otro.

BIBLIOGRAFÍA

- BADIOU, A. (2004), *Ética*. México D.F., México: Herder.
- ELLINGSON, T. (2001), *The myth of the noble savage*. Los Angeles, EE.UU.: University of California Press.
- JAMESON, F. (2004), *Una modernidad singular*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.
- LIPOVETSKY, G. (2011), *La felicidad paradójica*. Barcelona, España: Anagrama.
- MONTAIGNE, M. DE (2011), “De los cánibales”. En: *Ensayos completos* (pp. 153-163). México D.F., México: Editorial Porrúa.
- PAGLIA, C. (1991), *Sexual Personae. Art and decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*. New Haven, EE.UU.: Vintage Books.
- RANGEL, C. (1976), *Del buen salvaje al buen revolucionario*. Caracas, Venezuela: Monteávila Editores.
- ROUSSEAU, J.-J. (1979), “Discurso sobre el origen de la desigualdad entre los hombres”. En: *Discursos* (pp. 57-205), Valparaíso, Chile: Ed. Edeval.
- SAID, E. (2010), *Orientalismo*. Barcelona, España: Debolsillo.
- TODOROV, T. (2009). *Nosotros y los otros*. Ciudad de México, México: Siglo XXI Editores.
- ZIZEK, S. (2009), *First as tragedy, then as farce*. London: Verso.