

EL FUMADOR

comentaris, preguntes.
sira pizà.

*sobre el cercle de fum.

L'anell de fum és un cercle, que implica una divisió de territoris; **un a dins i un a fora**. Dins el cercle estàn els treballs **legitimats** per una sèrie d'**agents** i fora hi són els que no ho estàn (encara). L'anell és de fum, però, així que els seus límits son difosos, el que vol dir que el que està fora, segons com es miri o en un moment donat, pot estar dins, i viceversa.

Però què fa que una cosa sigui legitimada per uns agents, o què legitima a la vegada a aquests agents en un sistema? Ho entredrem com una producció de signes, de significats que s'otorgen, i passen a formar part d'un **sistema de signes** que funciona per **diferència**.

Segons Baudrillard (Crítica de la economia política del signo) "*La definición es independiente de los objetos mismos y únicamente función de la lógica de las significaciones (...)*".

Segons Salas (Salas, Ramón, Hipertexto), per entendre el concepte de diferència hem de situar el de la identitat: "*La **identidad** pertenece al orden del '**ser**' (+atributo), mientras que '**estar**' designa lo **accidental** (lo que se puede predicar de dos sujetos a la vez, o en momentos distintos). La identidad hace referencia a lo que nos diferencia, aquello que no podemos dejar de ser, y lo que el otro no puede llegar a ser (varón, negro,...), y se sustenta en una diferencia substancial respecto a algo otro.*"

És a dir, de manera inversa, que és en l'espai de la diferència on se signifiquen els signes, on s'esdevé la identitat.

La lògica de la diferenciació és la base de l'**ordre de la moda**, que d'altra banda imposa un **present de renovació perpetua**, que es veu reflexat en les maneres de fer i projectar-se. Aquesta forma del **temps social** és ara el **futur (incert)**.

Segons Lipovetsky (La era del vacío, Los tiempos hipermodernos), en la postmodernitat existia un esperit de carpe diem, d'"ara i aquí", de despreocupació relaxada respecte del passat i del futur. En l'actualitat, la noció de **progrés** s'ha tornat ambivalent; és una promesa de millora a la vegada que una amenaça. La consciència és doncs projectiva de manera individual i preocupada (retrocedeix l'hedonisme i creix la sensació de responsabilitat), cap a un futur a construir sense garanties.

Aquesta incertesa es barreja amb una necessitat de renovació constant que imposa la lògica de la moda (d'èxtasi de la moda, de rejuveniment emocional, d'urgència), del que no resulta un present absolut, sino un '*porvenir puro*'.

Segons Baudrillard, la moda és una "*coacción de innovación de signos, esta producción continua de sentidos aparentemente arbitraria (...) constituyen de hecho la esencia de lo sociológico. Los procesos lógicos de la moda deben ser **ampliados a la dimensión de toda la "cultura"**, a toda la producción social de signos de valores y de relaciones.*"

*sobre l'existència d'un comú denominador, d'un "neo-conceptualisme català", dins del cercle.

En aquest ordre de la moda, no existeix la **ideologia** com a tal, sino **desubstancialitzada**. No hi ha programes que responguin a uns ideals:

Segons Lipovetsky, amb la democratització de la societat i la cultura de la **igualtat** es promou el **dret** de cada individu a disposar de sí mateix, a exercir la llibertat, a crear **sense mestres**, a estar en canvi constant (modernitat), etc. Aquest individu en renovació perpetua per definició és per tant flexible en els seus principis, rols i estatuts, i està exposat a la sobreinformació, que provoca una obsolescència accelerada, que resulta en un individu sense resistència, **buit i reciclable**; la seva realització passa doncs per la desubstancialització. Hi ha un predomini d'allò individual per sobre d'allò universal, del psicològic per sobre de l'ideològic, de la comunicació per sobre de la politització, i de la diversitat per sobre de la homogeneïtat.

En aquest context, les **reivindicacions de grup** tenen més a veure amb l'ideal d'autonomia individual, amb lluitar per la possibilitat **d'exercir la llibertat**, que amb un contingut discursiu, ideològic; a més d'una necessitat paral·lela de reconeixement que passa per les identitats comunitàries.

Entendriem que aquest sentit conviuria amb la possible existència d'un programa com el "neo-conceptualisme català"; en l'ordre de la moda, de l'espectacle, que és **inclusiu, integrador** (no exclusiu com ho era la modernitat, que només acceptava la innovació) de tot, incloent allò passat, en format **retro**.

Diu Lipovetsky que "*Las lógicas del presente armonizan con la inflación de la memoria*": el passat és revisitat en un frenesí patrimonial commemoratiu (turisme de la memòria), però no és pres com a valor estructurador, sino que (també desubstancialitzat del seu component ideològic) és adaptat com a valor estètic o lúdic – de **màrqueting** – i per tant susceptible d'entrar a la lògica de la moda.

* sobre els termes de l'èxit que comporta l'existència d'un cercle.

Un dels efectes més extesos de la **incertesa** és que no sabem què hi ha al final del camí de l'èxit, i aparentment no fem el camí per arribar a un lloc concret – reconeixement, consolidació d'un estatus social, beneficis econòmics, que comportarien una sèrie de concessions – , sino per fer-lo (per el plaer / el sofriment / l'aprenentatge que implica fer-lo, en una apologia del procés com a reacció contrària a l'apologia del fi – objectius / beneficis – per sobre dels mitjans, típica del capitalisme). Aquí cobra sentit la metàfora de l'anell de fum, perquè el camí és una línia recta, però l'anell és un cercle viciós, del que no hi ha un final i del que l'entrada i la sortida és difosa.

En el context que hem traçat, conviuen dues nocions sobre l'èxit (d'una carrera):

Primer, la que obté legitimitat a través dels agents legítims establerts; i segon, la que està relacionada amb la noció d'emprenedor', que té a veure amb el subjecte auto-construït, derivat d'un procés de personificació, narcicisme i desubstancialització.

Aquesta noció està relacionada amb l'ideal del **productor** com a **artesà**.

El productor deriva del concepte de producció com a unió de la fabricació i la visibilitat – presentació del procés a la comunitat del que parla Rancière a *El reparto de lo sensible* – i té a veure amb el repartiment conflictiu de les ocupacions de l'home en un espai comú. L'artesà seria el paradigma de l'autonomia del subjecte que posseeix la seva força de treball i el seu treball (els seus mitjans). En una idea de línia històrica de "progrés alliberador", s'ordenaria primer l'esclavitud, després el treball assalariat, i després l'artesà. Segons Baudrillard, però, l'ideal de productor "lliure" és en realitat una "**inversió de la gestió productiva en autogestió**". El que vol dir que només és així segons una concepció de l'individu en termes de valor (econòmic); valor de canvi, capital, força de treball posseïda. Aquest subjecte té la obligació de pensar-se en

aquests termes, de produir-se, gestionar-se – el seu temps, de treball i no treball – de manera productiva; està inserit en la mateixa lògica.

D'altra banda, l'èxit com a reconeixement social, extern (del mercat) i el seu reflex, el no-èxit, conviuen (o es veuen amparats) per la noció d'”**èxit intern**”, que se situa en la lògica de l'individualisme de la societat igualitària de la que hem parlat.

Segons Baudrillard, el consum – que passa per la democratització – és la forma secularitzada de la igualtat dels homes davant de Déu, i ho són com a productors-consumidors, que és la pròpia condició d'aquest sistema.

Aquest èxit intern té forma de **narrativa de l'autorealització**: Eva Illouz (Intimididades congeladas) parla de capitalisme emocional; el subjecte econòmic del que parlava Baudrillard passa a ser emocional per una sèrie de factors, entre els quals la normalització del **llenguatge psicològic** a l'esfera laboral, que traslladen la vida privada al domini públic, i situen a l'individu (les seves aspiracions, la necessitat de comunicació, la seva subjectivitat, les seves relacions...) com a nucli organitzador del capital. A més, la influència de l'ideal psicologista de la salut, de la realització de les pulsions, personal, del cos i la ment, de la formació, fan que la finalitat de l'individu esdevingui **si mateix**. Si la finalitat és la recerca d'un mateix, la realització d'aquest objectiu és **independent, no condicionada** a res extern, social, institucional (estatus laboral, expectatives socials, familiars,...), més que al Jo. Això permet l'individualisme moral (d'opcions, opinions, religió, valors, etc.) i dels drets. El paradigma és no necessitar de res extern per sentir-se realitzat, feliç, aconseguir l'èxit.

*respecte el fumador.

El fumador com a rebel, com aquell que es resisteix a seguir una prescripció, encara que sigui en detriment propi. És tossut i propi, no segueix el que sembla ser una tendència imperant, guanyadora.

En l'extrem d'aquesta visió estaria la idealització de la **perifèria** com a **valor intrínsec** (relacionat amb la identitat, quan és realment una condició temporal o accidental si ho considerem com un tema de legitimitat – de la mateixa manera que també ho és el **centralitat, o visibilitat**).

Per entendre la posició d'aquest fumador, hem de preguntar: és **auto-desterrat?** no és dins del cercle perquè no vol o perquè no pot? És a dir, intenta entrar-hi, ha abandonat ja el seu propòsit, o al contrari, mai ha volgut dialogar amb agents legitimadors? o encara més, els reconeix com a tal? Les respostes ens situarien davant de problemes ben diferents.

El tenir o no tenir èxit, o el no-èxit, és un **terme ambigu**, que té a veure amb el **lapsus temporal** entre un esdeveniment i la seva recepció, apreciació reflexionada en la distància; i amb la seva potencialitat com a valor positiu alhora que negatiu.

Bordieu (Las reglas del arte) diu al respecte: (el no-èxit) ”*puede ser percibido ora como elegido, ora como padecido, y puesto que los indicios de reconocimiento (...) siempre son inciertos y ambiguos (...) : por lo tanto el fracaso siempre puede buscar algún tipo de justificación en unas instituciones que son fruto de toda una labor histórica, como la noción de “artista maldito” que confiere una existencia reconocida al desfase real o presumible entre el éxito temporal y el valor artístico, y, más extensamente, el hecho de que los agentes o las instancias que son designados o se designan para juzgar y*

consagrar estén a su vez luchando por la consagración, por lo tanto sean siempre relativizables y discutibles (...).”

* respecte l'emergència, considerada segons aquests termes.

De la mateixa manera que abans, hauriem de problematitzar el terme emergència com un tret identitari. El pas de l'emergència com a estat a l'emergència com a signe (valor de canvi, capital) és una operació pròpia de moltes polítiques culturals – que operen en en l'espectacle de Debord o en l'economia política del signe de la que parla Baudrillard (en el pas del valor d'ús al valor de canvi i de la mercaderia al signe): *“todo, hasta la producción artística, intelectual, científica, hasta la innovación y la trasgresión está inmediatamente producido en ella como signo y como valor de cambio (valor relacional de signo).”*

Quan l'emergència es pren com a essència – identitat – de manera voluntària – programàtica – o induïda per uns agents, entra a la lògica del màrqueting. Així, l'emergència, en el sentit de encara no-èxit, no funciona sempre com un valor negatiu. Bourdieu parla d'una inversió dels termes (que no sempre aplica) “èxit” i “legitimitat” en dos camps que diferencia com:

El subcamp de producció restringida (emergència) és aquell que té més autonomia, i els productors són els que tenen com a únics clients als altres productors, que també són els seus competidors, en una lògica de “qui perd guanya”.* És el camp autolegitimat.

En el subcamp de gran producció (consolidació-famosos) hi ha menys autonomia, són els productors reconeguts per al públic, que tenen èxit, fan cas a una demanda externa, i tenen beneficis econòmics i polítics. És el camp desacreditat.

*per acabar.

Per últim, si l'artista és fumador quan “és propi, és a dir quan posseeix una convicció cap a allò personal del seu treball malgrat sembli que el context en el que treballa aposti per unes altres maneres de fer”, com és l'artista no-fumador? És el que no té recança a adaptar el seu treball a la moda? El que sempre guanya?

“...de la misma manera que el jugador (atleta) que no puede abstenerse de perder y lo hace también para preservar la posibilidad misma de combatir (un jugador que ganara siempre sería una infracción a la ley del intercambio). Salvar la regla del juego es un imperativo más fundamental que ganar, y cada participante obedece implícitamente a esta estructura del intercambio, función colectiva e inconsciente.”

Baudrillard.

*EXCURS

*respecte a la convocatòria i la seva infranquejabilitat:

St. Andreu Contemporani proposa una convocatòria amb un to eminentment local, de la mateixa manera que ho fan altres centres producció de Barcelona i rodalies: són programes que donen més suport als artistes que treballen en el context que a fora. Responen a polítiques culturals de la descentralització i la potenciació de la perifèria com a centralitat múltiple – tal com va apuntar la Regidora a la vostra presentació– . La seva base només es construeix des de la creença de que la cultura és capital, i per tant és inversió, en aquest cas, en la pròpia singularitat com a marca, identitat col·lectiva, etc. (les seves expressions van des de creure en el que tenim aquí, invertir en valor local, potenciar capital cultural propi, etc.) Per altra banda, St. Andreu Contemporani té una voluntat expressa de posar en circulació els treballs dels artistes més enllà de l'exposició, generant activitats relacionals, de diàleg, crítica, etc. exteses en el temps. Tindria sentit d'acord amb les intencions del programa, incloure a artistes que no poden participar de tot el procés?

*bibliografia:

BAUDRILLARD, Jean: Crítica de la economía política del signo. Siglo XXI de España Editores, S.A., Madrid, 2010.

BAUDRILLARD, Jean: El espejo de la producción. Gedisa, Barcelona, 1980.

BOURDIEU, Pierre: Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario”. Anagrama, Barcelona, 1995.

ILLOUZ, Eva: Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo. Katz Editores, Buenos Aires, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles: La era del vacío. Anagrama, Colección Compactos, Barcelona, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles: Los tiempos hipermodernos. Anagrama, Colección Argumentos, Barcelona, 2006.

RANCIÈRE, Jaques: El reparto de lo sensible. Estética y política. Ed. LOM, Santiago de Chile, 2009.