

NUEVOS AIRES

PRESENTACIÓN DEL LIBRO DE ANA WORTMAN (COMP.), *IMÁGENES PUBLICITARIAS / NUEVOS BURGUESES*, ED. PROMETEO, EN EL CICLO *Buenos Aires piensa*, CENTRO CULTURAL GRAL. SAN MARTÍN. BUENOS AIRES, 5 DE NOVIEMBRE DE 2004

EDUARDO RINESI

RESUMEN

El siguiente texto, leído a comienzos de noviembre de 2004 con motivo de la presentación del libro colectivo al que se refiere, propone una reflexión sobre la identidad de la ciudad y su relación con las imágenes que ella se forja acerca de sí misma, revisa algunos textos clásicos del ensayo social argentino sobre las clases medias urbanas y algunos, más cercanos a nosotros, sobre las transformaciones recientes en la estructura social de nuestro país, y subraya la importancia sociológica, política y cultural de los "nuevos ricos" argentinos.

PALABRAS CLAVES: IMÁGENES PUBLICITARIAS – NUEVOS BURGUESES – BUENOS AIRES

El ciclo "Buenos Aires piensa", en el marco del cual realizamos la presentación del libro compilado por Ana Wortman, ha tenido una amplia difusión a través de una imagen (ver anexo) que ilustra unos grandes carteles que todos hemos visto sin dudas por las calles, que compruebo que preside también este encuentro desde la puerta del Centro Cultural, el bonito programa impreso del ciclo desde su tapa y esta misma mesa redonda desde la pared que tenemos detrás nuestro, y que tal vez –no sé– haya sido comentada ya en el curso de estas mismas jornadas. En esa imagen se representa ingeniosamente a la ciudad con el dibujo estilizado de su perímetro coronando o rematando una serie de globitos como los que en el lenguaje gráfico de los *comics* sirven para indicar los pensamientos. Sólo que el dibujo de la ciudad no está *al comienzo* de la ristra de globitos (que es como suele identificarse, en esos *comics*, al que piensa, al sujeto que está pensando), sino –insisto– *al final* de ella (que es como suele identificarse en el lenguaje de los *comics* *aquello que es pensado* por el sujeto que piensa). En el texto de los carteles leemos "Buenos Aires piensa". En el dibujo de los carteles, sin embargo, no vemos que Buenos Aires esté pensando, sino que Buenos Aires *está siendo pensada*, en la medida en que su silueta constituye la forma a la que llega, en la que culmina y en la que se realiza la línea de pensamiento de alguien, a quien por cierto no vemos. ¿Cómo debemos entender esta –me parece entrever que intencionada– discordancia? ¿Habrá que entender que Buenos Aires piensa, pero que cuando lo hace descubre a través de ese pensamiento que ella misma no es otra cosa que el resultado del pensamiento de otro, como el soñador de "Las ruinas circulares" de Borges, que al final del cuento descubre que él mismo no es más que el resultado del sueño de otro, que mientras él soñaba y creaba mundos y sujetos a través de ese sueño otro (otro hombre, otro soñador, quizás el mismo Dios) había estado soñándolo? No me parece necesario llegar a esa conclusión, o por lo menos no me parece necesario hacerlo tan drásticamente. Lo que me parece que nos dice el doble texto de los carteles que anuncian este ciclo (el escrito, que dice que Buenos Aires piensa, el dibujado, que dice que Buenos Aires es pensada) es en realidad que Buenos Aires piensa exactamente *porque* es pensada, que "Buenos Aires" puede convertirse en un "sujeto" y como tal ponerse a pensar precisamente porque una cierta *imagen* de sí misma, una cierta *representación* de sí misma (o un cierto *conjunto* de imágenes y representaciones de sí misma), vienen a completar su propio ser, y a dar a Buenos Aires (que sin esas imágenes y representaciones no sería Buenos Aires, sino apenas un montón de calles y de adoquines y de toneladas de cemento) una identidad. Como nos han enseñado el psicoanálisis y las teorías de la ideología, las imágenes de un cierto sujeto –de un individuo, de una clase social o de una ciudad– (y no es por azar que insisto en esta palabrita, "imágenes": la misma anuncia desde el título el tema del libro que hoy presentamos) son *constitutivas* de ese sujeto. Hay sujeto, y no mero montón de órganos, mera colección de individuos o mero conjunto de construcciones de ladrillo u hormigón, porque hay una dimensión imaginaria, alegórica, alusiva, figurada, simbólica, ideológica, en la que ese sujeto se reconoce, con la que ese sujeto se identifica (en ese sentido es que suele decirse con razón que no existe identidad sino identificación, que no existe identidad sino como resultado de una identificación), y que a través de esa operación constituye a ese sujeto precisamente *como* sujeto.

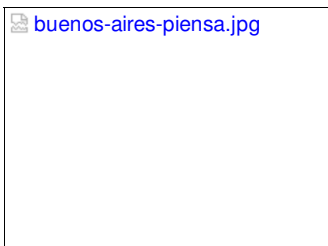
Y lo que ocurre con los individuos y con las ciudades ocurre también, decíamos hace un momento, con las clases sociales. Las clases se piensan y se representan a sí mismas, piensan y se representan su propio lugar en el mundo y en relación con las otras clases, a través de las *imágenes* que se forjan de sí mismas, de los discursos que producen y que consumen, de la ropa que usan, de las casas que habitan. Hace unos cuarenta años, dos notorios ensayistas argentinos (Juan José Sebreli en 1964, Arturo Jauretche en el 66), advirtieron, cada uno a su modo, la importancia de estudiar estas representaciones o autorrepresentaciones simbólicas a través de las cuales las clases sociales de Buenos Aires tomaban conciencia de sí mismas y forjaban su propia identidad, y sus libros, *Buenos Aires vida cotidiana y alienación* y *El medio pelo en la sociedad argentina*, se convirtieron en referencias insoslayables (que por cierto son recuperadas en uno de los artículos del libro que hoy presentamos) en los estudios sobre las clases medias argentinas, y sobre todo porteñas. Sobre todo porque ambos trabajos tenían una especial preocupación por cuestionar las hipótesis sobre las que se sostenía la mirada que sobre las clases medias tendía a dirigir la sociología académica, que ponía a esas clases medias, para decirlo rápidamente, del lado de los fenómenos de lo moderno, lo urbano y el avance de la historia y a depositar en ellas fuertes expectativas de transformación social. Jauretche cuestionaba estos supuestos a partir de una caracterización que ponía a las clases medias, más bien, del lado de la colonización pedagógica y de la consecuente incompreensión de la verdadera naturaleza de los problemas del país; Sebreli lo hacía mostrando a las clases medias como casi esencialmente falsificadoras e hipócritas. Pero más importante que las valoraciones que uno y otro de estos dos autores hacían sobre las clases medias urbanas era el modo en que uno y otro acentuaban que esas clases medias eran, ellas mismas, y como decíamos hace un momento, el resultado del conjunto de representaciones imaginarias o ideológicas que ellas se forjaban acerca de sí mismas. A diferencia de la burguesía y del proletariado, decía Sebreli, que tienen una función estructural que cumplir en el mundo de la manufactura (y que pueden tener o no tener, como diría el viejo Marx, "conciencia de clase": ser una "clase-para-sí" o una pobre y desgraciada "clase-en-sí", *saber* o *no saber* lo que de hecho son, pero que son lo que son en virtud de las funciones que cumplen en el terreno de la producción), la clase media, clase de la intermediación que siempre está contando el dinero de los otros, padece una especie de irrealidad constitutiva, de inexistencia ontológica, de no-ser esencial, y su subjetividad es el *puro* resultado de su identificación con la idea que se ha forjado de sí misma. Un poco absurdamente podríamos decir que la clase media es una "clase-para-sí" sin ser una "clase-en-sí". O, si quisiéramos, que la clase media es un sentimiento.

Sin embargo, y para no exagerar la nota, habría que decir que si la clase media es un sentimiento, es un sentimiento que "corresponde" –para usar una palabrita típicamente sociológica– a cierto conjunto de tareas y de funciones (a un conjunto de tareas y funciones, como decíamos recién, de intermediación social y cultural) que los miembros de esas clases sociales solían desempeñar en la Argentina anterior a la gran reestructuración de las cosas comenzada a mediados de la década del 70 y completada en los años postreros del milenio, y que si ese sentimiento no ha terminado de morir es por la simple razón de que nuestras representaciones ideológicas de las cosas tienden a desaparecer con menos rapidez que las circunstancias sociológicas que les dieron origen. Pero esas circunstancias sociológicas sí han sufrido una transformación fundamental en el último cuarto del siglo pasado, que fue un cuarto de siglo en el que el conjunto de la estructura social argentina, en realidad, se trastocó de manera radical. Muy temprano, cuando esta importante transformación recién había conocido su primer impulso durante los años de la dictadura militar, pero todavía no se había visto completada por el nuevo desarrollo que le daría el menemismo, Juan Villarreal resumía el sentido general del proceso indicando que la Argentina se estaba desplazando de una estructura social que había sido muy heterogénea "por arriba" (vale decir: que presentaba grandes diferencias entre los intereses y las posiciones de los distintos sectores de las clases propietarias) y muy homogénea "por abajo" (es decir, con una clase obrera unida, compacta y organizada) a una estructura social que, al contrario, se iba volviendo muy heterogénea (dividida, fragmentada) por abajo y fuertemente homogénea (bajo la hegemonía del sector de la burguesía asociado a la valorización financiera del capital) por arriba. Veinte años después, a la luz de una importante literatura que tiende a validar y a completar la tesis de Villarreal en aquel artículo pionero, y atendiendo en particular al tema del que se ocupa el libro de Ana y de su equipo de trabajo, podríamos quizás reformular aquella tesis sosteniendo que la Argentina se ha desplazado, en el curso de estas últimas décadas, de una estructura social heterogénea por arriba, homogénea por abajo, y *caracterizada por la fuerte presencia, entre esos dos extremos, de una importante "clase media" que actuaba como moderadora de los contrastes y como amortiguadora de los conflictos*, a una estructura social homogénea por arriba, heterogénea por abajo, y donde esa vieja clase media se ha fragmentado en mil pedazos, o (para usar un término empleado por Maristella Svampa en uno de sus libros) en mil "astillas", muchas de las cuales han seguido el previsible curso descendente que las condujo a la zona habitada por lo que los sociólogos suelen llamar los nuevos pobres, mientras algunas (menos, sin duda) saltaban venturosamente hacia arriba, en dirección al mundo feliz, bastante banal y

considerablemente cínico, de los nuevos ricos.

A este sector social (al imaginario, a las autorrepresentaciones, volvemos a decirlo, de este sector social) se refiere este libro, y lo hace, además de con amplio conocimiento de la bibliografía disponible, con sutileza, con imaginación y con espíritu crítico. Lo hace, además, no sólo formulando un análisis muy sagaz de los discursos publicitarios (y de las imágenes publicitarias) que sostienen las prácticas consumistas de los miembros de este grupo social, sino también *dándoles la palabra*, a través del recurso a la entrevista que utiliza la mayoría de los artículos, a los propios miembros de ese grupo social al que investiga. Del recorrido propuesto por los diferentes trabajos que constituyen este libro emerge con nitidez la importancia del movimiento y de la velocidad, de la juventud y del propio consumo, de los nuevos modos de vivir y de percibir la ciudad y sus espacios, de los nuevos modos de experimentarse el cuerpo y la corporalidad, de las representaciones dominantes de la identidad femenina, de las imágenes sobre lo nacional y lo supranacional en las nuevas condiciones del capitalismo globalizado y de las nuevas formas de vinculación con las tecnologías en general y con las tecnologías comunicativas en particular en el conjunto de las representaciones que dominan el imaginario de los nuevos burgueses argentinos. Estos nuevos burgueses argentinos, surgidos entonces en el mapa sociológico nacional de la mano del importante proceso de transformación de la estructura social argentina que comienza en los años 1975-76 y se profundiza y completa durante la década de los noventa, y cuya importancia sociológica, política y cultural es sin duda mucho mayor que la que permitiría conjeturar su no tan grande significación puramente cuantitativa, en la medida en que se trata de un grupo social que impone a los otros sus propios patrones de sociabilidad, sus pautas de consumo, sus criterios estéticos y sus formas de vivir, son pues minuciosamente radiografiados en las páginas de este libro cuidado y valioso, testimonio de los muy buenos trabajos con los que los profesores e investigadores de la universidad pública argentina pueden seguir y siguen aportando sus herramientas críticas a nuestra comprensión del mundo social. Celebro pues la aparición de este libro, celebro que lo estemos presentando, tan oportunamente, en estas jornadas en las que Buenos Aires piensa y se piensa (y piensa, como lo hace este libro, en sus propios modos de pensar y de pensarse), y le agradezco a Ana y a sus colegas, coautores de esta obra, su invitación a hablar hoy aquí ante ustedes y la ocasión que eso me ha dado de leer con cuidado este trabajo tan estimulante. Muchas gracias.

ANEXO



Eduardo Rinesi (Rosario, 1964) es Doctor en Filosofía por la Universidad de San Pablo, Brasil. Es Director del Instituto del Desarrollo Humano de la Universidad Nacional de General Sarmiento y profesor de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA y del Colegio Nacional de Buenos Aires. Su último libro es *Política y tragedia. Hamlet, entre Hobbes y Maquiavelo* (Colihue, 2003).