



Bernard Stiegler, “El deseo singular” Conversación con Jean-Christophe Planche

Les Cahiers du Channel, nº 17, febrero de 2005.

Traducción, presentación y notas de **Jean-Christophe Martin**
(Universitat Autònoma de Barcelona)
con la amable autorización de *Les Cahiers du Channel*.

1. Presentación

Bernard Stiegler (Francia, 1952), es doctor de la EHESS¹ (École des Hautes Etudes en Sciences Sociales); profesor asociado en la Universidad de Londres (Goldsmiths College²) y de la UTC³ (Université de Technologie de Compiègne), donde fundó en 1993 una unidad de investigaciones dedicada a los «Conocimientos, Organizaciones y Sistemas Técnicos», Costech⁴; de 1996 a 1999, fue director general adjunto del INA⁵ (Institut National de l'Audiovisuel); en 2002, fue nombrado director del IRCAM⁶ (Institut de Recherche et Coordination Acoustique/Musique), fundado por Pierre Boulez; también fue director del IRI⁷ (Institut de Recherche et d'Innovation du Centre Georges Pompidou) y director de programa en el CIPh⁸ (Collège international de philosophie).

La conversación que presentamos hoy, tuvo lugar en el año 2005, coincidiendo con la publicación o la elaboración de una serie de obras que piensan lo simbólico en término de miseria dentro de un contexto “hiperindustrial”, tal como lo indican los títulos (*De la misère symbolique 1. L'époque hyperindustrielle*, 2004, y *De la misère symbolique 2. La catastrophe du sensible*, 2005). El sentido de la expresión «miseria simbólica» corresponde a la primera pregunta que J.-C. Planche le hace a Bernard Stiegler.

2. Conversación con Jean-Christophe Planche

Según usted, el malestar que caracteriza nuestra época tiene su fuente en una miseria simbólica. ¿Qué sentido tiene esta expresión?

La situación en la que vivimos hoy en día es, a mi parecer, totalmente inédita. Una sociedad, cuyos individuos que la componen no tienen ya posibilidad de participar en ella, especialmente en un plano estético y simbólico, nunca existió en el pasado. Todos los ámbitos de la actividad humana, educación, cultura y salud, se están

¹ <http://www.ehess.fr/fr/>

² <http://www.gold.ac.uk/cultural-studies/staff/b-stiegler/>

³ <http://www.utc.fr/#>

⁴ <http://www.utc.fr/costech/v2/>

⁵ <http://www.ina.fr/> y <http://www.ina-sup.com/ressources/dossiers-de-laudiovisuel/numerisation-les-hommes-ont-besoin-de-savoirs-et-de-saveurs&xtmc=stiegler&xtrc=0>

⁶ <http://www.ircam.fr/>

⁷ <http://www.iri.centrepompidou.fr/>

⁸ <http://www.ciph.org/>

convirtiéndolo en bienes de consumo, del mismo modo que un detergente o un chicle. A la experiencia sensible del individuo, las industrias culturales le han sustituido un condicionamiento estético. Millones de personas están conectadas simultáneamente a los mismos programas de televisión, de radio o de video-juegos. A pesar de serlo de manera desigual, todas las categorías sociales están afectadas. Mi experiencia, mediante todas esas imágenes y sonidos que veo y escucho, tiende a asemejarse a la de mis vecinos. Las conciencias, pues, empiezan a parecerse, no tienen mucho que decirse, y se encuentran cada vez menos. Este formateado del consumidor y la fabricación artificial de sus deseos conducen a la negación misma de lo que constituye la existencia. Al privar a los seres humanos de su individualidad, la sociedad hiperindustrial engendra rebaños de seres enfermos de su propio ser. Esta miseria simbólica conduce al propio asqueo, dado que no es posible amar a los demás si uno no se ama a sí mismo. La vida en común se ha convertido en una imposibilidad.

¿Por qué estamos en esta situación?

Vivimos en un mundo capitalista que apareció en su forma moderna en el siglo XIX con el maquinismo industrial que tenía como principal objetivo por resolver el aumento de la productividad. Para conseguirlo, el capitalismo puso en marcha nuevos modos de producción que condujeron a dañar la noción de *savoir-faire*. El capitalismo consigue enormes ganancias de su productividad y construye una sociedad moderna contestando, a veces de manera muy positiva, a todo tipo de necesidades, como la alimentación, el bienestar o la salud. Sin embargo, en el siglo XX, tal como lo había analizado Marx, el capitalismo entra en superproducción: produce más que su capacidad de absorción, más de lo que necesita consumir. Este problema de superproducción ha sido en parte tapado por la primera guerra mundial, pero volverá a aparecer de prisa con la crisis económica de 1929. El problema del capitalismo en el siglo XIX era fabricar productores para servir a las máquinas, el del siglo XX es crear consumidores que absorban la producción. Los consumidores son entonces estandarizados, proletarizados, en el sentido en que, esta vez, se les va a hacer perder no sólo su *savoir-faire* sino su *savoir-vivre*. Para fomentar el deseo de consumir, los comportamientos de los consumidores son formateados y sus deseos fabricados artificialmente. La industria americana puso en marcha técnicas de marketing (imaginadas desde los años 1930 por Edward Bernays, un sobrino de Freud) hasta lo que hoy en día llamamos el capitalismo cultural, que ha llegado a un grado ultra-perfeccionado, descrito por Jeremy Rifkin en *La era del acceso*. Apoyándose en especial sobre los medios audiovisuales, se condiciona al consumidor cuales perros de Pávlov que babeaban con sólo oír el sonido de una campanita.

¿Por qué el capitalismo cultural está condenado a la autodestrucción?

En este sistema, la condición para captar la libido, que está en el origen de nuestros deseos, consiste en masificarla y desingularizarla. Sin embargo, la libido sólo puede funcionar a partir de la singularidad. Enamorarse de alguien, por ejemplo, es pensar que este alguien es absolutamente distinto a los demás. La estandarización de las conductas, la destrucción de los *saber-vivir* que sólo permiten cultivar esta singularidad, conducen a una pérdida de la individuación que, a su vez, es una pérdida de la sensación de existir. En mi libro *Aimer, s'aimer, nous aimer*⁹, analizo el caso de Richard Durn que asesinó a ocho miembros del consejo municipal de Nanterre: en su diario íntimo, confesaba que tenía la necesidad de hacer el mal para, al menos una vez en su vida, tener la sensación de existir... Para existir, necesitamos sentir que

⁹ *Amar, amarse, amarnos*, no traducido al castellano.

tenemos una singularidad distinta de la de nuestro vecino. Sin esta sensación, uno pierde la autoestima, y si carecemos de autoestima no existe la posibilidad de querer a los demás, y nos convertimos en sufrimiento. Si nuestras pulsiones —sea el instinto de vida o el instinto de muerte, por ejemplo— no están ordenadas, se transforman en puras fuerzas de destrucción.

Con la obligación de la hipermasificación de los comportamientos, el capitalismo cultural debe también hipermasificar los deseos, cuando el deseo es precisamente lo que es singular. La contradicción sobre la cual se basa este sistema lo condena a la autodestrucción. Varios ejemplos recientes dan fe de este fracaso: el consumo de masa ha bajado este año [2005] por primera vez por razones no económicas. Las marcas tienen cada vez menos éxito. Los publicistas se dan cuenta de que sus mensajes encuentran una indiferencia cada vez mayor. Más que señales positivas de una liberación, estos hechos traducen un gran desasosiego.

Sin embargo este sistema capitalista da la impresión de tomar en cuenta cada día mejor las características de cada individuo. ¿No vivimos dentro de una sociedad individualista?

Lo singular y lo particular son dos nociones muy distintas. Al servicio del marketing, las herramientas digitales consiguen caracterizar de manera cada vez más fina a los consumidores, lo que no es sino una manera aparente de tomar en consideración las singularidades. Nos dan la ilusión de ser únicos particularizándonos.

En Internet, por ejemplo, varias páginas comerciales empujan los lectores de un libro a comprar otros libros, leídos por otros lectores de este mismo libro. Esto conduce a encasillarnos en una categoría de gente a quien le ha gustado este libro. Sin embargo, el hecho de leer un libro no significa necesariamente que nos haya gustado, pero sobre todo a nadie le gusta un libro de la misma manera que a otra persona. Lo singular —el sentimiento amoroso, por ejemplo—, es por naturaleza incalculable, y esto lo aparta entonces del capitalismo. El mercado intenta convertirlo en calculable, creando un espejismo de singularidad que es la particularidad. Nos encierra dentro de unas expectativas que ya teníamos y nos cierra a lo inesperado que cada uno lleva dentro. Cada uno de nosotros es único. No sabemos quiénes somos e ignoramos lo que somos capaces de hacer: yo he atracado bancos; quizá hubiera podido matar... Llevamos en nosotros una fuerza afectiva, una libido, que no tiene que ser sólo del deseo amoroso, sino nuestra capacidad para sublimar nuestros deseos. Se manifiesta cuando uno se siente feliz al encontrarse con alguien, o en el gusto por las matemáticas... Estamos ligados a una imagen de la singularidad que cada cual ya lleva en sí mismo. Cuando nos unimos a alguien, encontramos en él un espejo del otro que llevamos dentro de nosotros mismos y que nos ayuda a revelarlo. Todos somos entonces portadores de una singularidad que intentamos encontrar en la singularidad del otro: se trata del narcisismo, en el buen sentido de la palabra. El capitalismo cultural quiere captar esta energía para desingularizarla, porque su enemigo es la singularidad. Necesita realizar economías de escala, producir productos industriales totalmente calculables y administrables. Entonces crea falsa singularidad, espejismos, como Saddam Hussein creaba falsos carros de combate de plástico para engañar al enemigo.

No creo que estemos viviendo en una sociedad individualista. El individualismo, considerado como el desarrollo de la persona, de su singularidad, es por otra parte positivo. Hoy en día, vivimos en una sociedad de rebaños, una sociedad gregaria. Hasta en mi medio cultural, sin embargo privilegiado, me encuentro con personas que ven las mismas exposiciones, leen los mismos libros. Se nos repite que tenemos que consumir espectáculos, teatro, libros. Que hablemos de productos culturales no

cambia nada el hecho de que se trata de comportamientos miméticos de personas que consumen sin sacar de ello ningún provecho singular.

¿Por qué el ser humano no puede satisfacerse de un sistema que se anuncia como enteramente al servicio de su bienestar?

Las industrias culturales sólo actúan calculando. Patrick Le Lay, presidente director general de TF1¹⁰ explicó que el papel de la televisión era *vender a Coca-Cola tiempo de cerebro humano disponible*. Apunté este tropiezo hace algunos años y no deja de extrañar que se pueda enunciar de manera tan explícita y cínica. Vendiendo nuestras conciencias a Coca-Cola, Le Lay práctica la trata de las almas. Nos destruye, porque vender quiere decir convertir en mercancía. La proletarización del consumidor le aparta de su existencia condenándolo a la subsistencia. ¿Cómo se alojará? ¿Cómo comerá? ¿Cómo podrá comprarse zapatos Nike para hacer como los demás? Subsiste como un cordero en el rebaño cuando se conforma a un modo de vida que ya no es un modo de existencia. La existencia dice que existe algo más allá de la subsistencia. Hice personalmente esta experiencia durante mis cinco años de cárcel. Me moría de frío en invierno, de calor en verano, comía mal, sólo tenía derecho a ducharme una vez a la semana, no tenía vida sexual...: mis condiciones de subsistencia eran entonces bastante difíciles, sin embargo no era desafortunado. Tuve la suerte de poder leer, estudiar filosofía, quiero decir de lanzarme a la existencia.

Lo simbólico es un alimento necesario para un hombre, porque remite a la consistencia, es decir a lo que contribuye a la construcción del ser. Lo bello no existe en un sentido estricto porque no se puede demostrar, no puede, como explica Kant, ser determinado por un juicio calculador. No se puede demostrar que una obra es bella, tampoco obligar a nadie a decidir que algo es bello. Lo bello no puede ser objeto de un cálculo pero participa de la construcción del ser: existe otro plano distinto a lo calculable. Vivimos en sociedades que tienden a destruir el acceso a este otro plano. En nuestras sociedades monoteístas, y durante 3000 años, llamamos a este otro plano Dios. En el siglo XIX, con el capitalismo, que no es otra cosa que una máquina de calcular, Dios ha muerto. Se creía en el progreso y entonces llegó el siglo XX con sus terribles tragedias. En el plano político, se invirtió en la fe, con militantes que llevaron esta fe muy lejos. Por una idea, se podía morir, arriesgarse a ser torturado, ir a un campo de concentración. Hoy en día, nadie está dispuesto a hacer lo mismo. ¿Quién cree en el progreso? Todavía existen progresos científicos y técnicos, pero la mayoría de la gente ve en ellos otra catástrofe, lo que les conduce a comportamientos terribles cuando adoptan comportamientos reaccionarios (cuando votan por Le Pen, por ejemplo). La fe en lo político ya no existe. Todo se ha desacreditado. Sin embargo, una sociedad que no cree en nada es una sociedad extraviada. Opino que hay que reconstituir la creencia. Hoy en día necesitamos reencontrarnos con la existencia. Cuando se educa a un niño, queremos también que crezca como persona. Lo que define la vida humana radica en el intento de convertir el deseo en sublimación. Somos seres de deseo (que pueden ser negativos): el propósito de una sociedad civilizada consiste en la regulación de las pulsiones que cada uno lleva consigo para traspasarlo en el ámbito de la elevación y no de la destrucción. Cada ser humano necesita elevarse y lo puede hacer de mil maneras distintas. Cuando los marroquíes apodan los trenes que unen Casablanca con Rabat, Aouita, por el nombre del atleta campeón de mediodía, homenajean a un símbolo de la elevación, de la superación. En nuestra sociedad de capitalismo hiperindustrializado, lo que se busca es rebajar, nivelar, para que todos y cada uno se conformen a los intereses de la producción capitalista. Esto conduce a lo que Claude Levi-Strauss, que pronto cumplirá cien

¹⁰ Televisión Francesa 1, canal privado de televisión.

años¹¹, declara: *Me dispongo a dejar un mundo que no me gusta*. La opinión de este antropólogo que se ha cruzado con las sociedades del mundo entero es terrorífica. Vivimos en una sociedad que no es amable ya que no se quiere a sí misma.

¿Cómo considera el porvenir de nuestras sociedades capitalistas?

Creo necesario inventar un nuevo modelo capitalista. Fui militante comunista con un compromiso personal importante y pensaba que existía una alternativa al capitalismo. Lo sigo pensando hoy en día pero me temo que falta mucho para que llegue. Por ahora, la cuestión es impedir que el capitalismo se destruya a sí mismo, es decir que nos destruya a nosotros, ya que está haciendo cualquier cosa. Se incita a las personas a no elevarse desingularizándolas, pero la caída puede ser fuente de enseñanza. Antes de levantarnos, necesitamos aprender a caer. Cada uno intenta acceder a lo mejor y todo el mundo puede tener acceso a lo mejor.

Todos tenemos una tendencia al consumismo, a la debilidad: sólo de vez en cuando podemos acceder a la consistencia. La mayoría de las veces, estamos por debajo de nosotros mismos, en un registro regresivo. Pero no estamos condenados al consumismo. Podemos salir de ello, nos lo debemos a nosotros mismos. Defiendo la idea, en *Mécréance et discrédit*¹², que esto implica que Europa invente y ponga en marcha una economía política e industrial del espíritu, original y audaz, única vía para romper con un modelo industrial profundamente decadente.

Bibliografía

Bibliografía en francés:

- *La technique et le temps 1. La faute d'Épiméthée*, Galilée, Paris, 1994.
- *La technique et le temps 2. La désorientation*, Galilée, Paris, 1996.
- *La technique et le temps 3. Le temps du cinéma et la question du mal-être*, Galilée, Paris, 2001.
- *Passer à l'acte*, Galilée, Paris, 2003.
- *Aimer, s'aimer, nous aimer*, Galilée, Paris, 2003.
- *De la misère symbolique 1. L'époque hyperindustrielle*, Galilée, Paris, 2004.
- *Mécréance et discrédit 1. La décadence des démocraties industrielles*, Galilée, Paris, 2004.
- *Philosopher par accident*, Galilée, Paris, 2004.
- *De la misère symbolique 2. La catastrophe du sensible*, Galilée, Paris, 2005.
- *Constituer l'Europe 1. Dans un monde sans vergogne*, Galilée, Paris, 2005.
- *Constituer l'Europe 2. Le motif européen*, Galilée, Paris, 2005.
- *Mécréance et discrédit 2. Les sociétés incontrôlables d'individus désaffectés*, Galilée, Paris, 2006.
- *Mécréance et discrédit 3. L'esprit perdu du capitalisme*, Galilée, Paris, 2006.
- *Des pieds et des mains*, Bayard, Paris, 2006.
- *Réenchanter le monde - La valeur esprit contre le populisme industriel*, éd. Flammarion, 2006.
- *La télécratie contre la démocratie - Lettre ouverte aux représentants politiques*, éd. Flammarion, Paris, 2006.

¹¹ Esta entrevista tuvo lugar en 2005. Nacido en 1908, Claude Levi-Strauss tenía entonces noventa y siete años. Murió el 30 de octubre de 2009.

¹² *Desconfianza y descrédito*, no traducido al castellano.

- *De la démocratie participative (avec Marc Crépon)*, éd. Mille et une Nuits, Paris, 2007.
- *Économie de l'hypermatériel et du psychopouvoir - Entretiens avec Philippe Petit et Vincent Bontems*, éd. Mille et une Nuits, Paris, 2008.
- *Prendre soin - De la jeunesse et des générations*, éd. Flammarion, Paris, 2008.
- *Pour en finir avec la mécroissance - Quelques propositions d'Ars Industrialis*, Christian Fauré, Bernard Stiegler, éd. Flammarion, Paris, 2009.
- *Pour une nouvelle critique de l'économie politique*, éd. Galilée, Paris, 2009.
- *Ce qui fait que la vie vaut la peine d'être vécue : de la pharmacologie*, éd. Flammarion, coll. Bibliothèque des savoirs, Paris, 2010.

Bibliografía en castellano:

- *Ecografías de la televisión: entrevistas filmadas / Jacques Derrida, Bernard Stiegler*, Eudeba, Buenos Aires, 1998.
- *La técnica y el tiempo I: El pecado de Epimeteo*, Argitaletxe Hiru, Hondarrabia, 2002, trad. de Beatriz Morales Bastos.
- *La técnica y el tiempo II: La desorientación*, Argitaletxe Hiru, Hondarrabia, 2002, trad. de Beatriz Morales Bastos.
- *La técnica y el tiempo III: El tiempo del cine y la cuestión del malestar*, Argitaletxe Hiru, Hondarrabia, 2004, trad. de Beatriz Morales Bastos.
- *Pasar al acto*, Argitaletxe Hiru, Hondarrabia, 2005, trad. de Beatriz Morales Bastos.

Bibliografía crítica

Artículos y tesis sobre o en parte sobre Bernard Stiegler, en castellano

- Sei, Mario, "Técnica, memoria e individuación: la perspectiva de Bernard Stiegler" in *Logos. Anales del Seminario de Metafísica*. Vol. 37 (2004): 337-363. Artículo disponible en línea:
<http://revistas.ucm.es/fsl/15756866/articulos/ASEM0404110337A.PDF>
- Pérez, Pelayo, "Qué, quién...Nosotros" in *Eikasía*. Revista de Filosofía, 2 (enero, 2006). Artículo disponible en línea: <http://revistadefilosofia.com/>
- Pérez, Pelayo, "La vergüenza de ser hombre" in *Eikasía*. Revista de Filosofía, 6 (septiembre, 2006). Artículo disponible en línea: <http://revistadefilosofia.com/>
- Fernández Vicente, Antonio: *Crítica de la tecnología de reencantamiento: La comunicación en la era digital*, tesis doctoral, Universidad de Murcia (2007). Disponible en línea:
http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UM/AVAILABLE/TDR-1019107-101203//
Fernandez Vicente.pdf

Recursos en Internet

- <http://mesetas.net/?q=stiegler-vida> Principalmente sobre *Lo que hace que la vida valga la pena de ser vivida (Ce qui fait que la vie vaut la peine d'être vécue: de la pharmacologie*, éd. Flammarion, coll. Bibliothèque des savoirs, Paris, 2010).
- « Bernard Stiegler, un filósofo interactivo », traducción por Beatriz Morales Bastos de un artículo de Michel Alberganti publicado por el periódico Le Monde (04-01-2006, disponible en:
<http://www.petit-prince-europe.org/Europamagna/BLOGUES/Articles/ArticleSaniStiegler!.htm>), <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=27447>
- Página de Ars Industrialis: <http://arsindustrialis.org/les-pages-de-bernard-stiegler>