

Turistas y vagabundos

Zygmunt Baumann*

En la actualidad, todos vivimos en movimiento.

Muchos cambiamos de lugar: nos mudamos de casa o viajamos entre lugares que no son nuestro hogar. Algunos no necesitamos viajar: podemos disparar, correr o revolotear por la Web, recibir y mezclar en la pantalla los mensajes que vienen de rincones opuestos del globo. Pero la mayoría estamos en movimiento aunque físicamente permanezcamos en reposo. Es el caso del que permanece sentado y recorre los canales de televisión satelital o por cable, entra y sale de espacios extranjeros con una velocidad muy superior a la de los *jets* supersónicos y los cohetes cósmicos, pero jamás permanece en un lugar el tiempo suficiente para ser algo más que un transeúnte, para sentirse *chez soi*.

En el mundo que habitamos, la distancia no parece ser demasiado importante. A veces, da la impresión de que sólo existe para ser cancelada; como si el espacio fuese una invitación constante al desdén, el rechazo y la negación. Dejó de ser un obstáculo desde que se necesita menos de un segundo para conquistarlo.

Ya no existen “fronteras naturales” ni lugares evidentes que uno deba ocupar. Donde quiera que nos encontremos en un momento dado, no es posible ignorar que podríamos estar en otra parte, de manera que hay cada vez menos razones para hallarnos en un lugar particular (y de ahí que a veces sentimos un ansia abrumadora de encontrar -de inventar- esa razón). El dicho ingenioso de Pascal se ha transformado en una profecía hecha realidad: vivimos en un círculo extraño cuyo centro está en todas partes y su circunferencia en ninguna (quién sabe si no sucederá al revés).

Todos somos viajeros, al menos en un sentido espiritual. O, como dice Michael Benedikt, “la importancia misma de la situación geográfica en todas las escalas está en tela de juicio. Nos volvemos nómadas... siempre conectados.” (Benedikt 1995:42) Pero

* En Baumann, Zygmunt. *La globalización: consecuencias humanas*. FCE, Buenos Aires, 1999, pp. 103-133.

también, nos guste o no, estamos en movimiento en un sentido distinto, más profundo, aunque no tomemos las rutas ni crucemos los canales.

La idea del “estado de reposo”, la inmovilidad, sólo tiene sentido en un mundo que permanece inmóvil o al que puede atribuirse ese estado; en un lugar con muros sólidos, caminos rígidos y carteles lo suficientemente firmes para oxidarse. Uno no puede “quedarse quieto” en la arena movediza. Tampoco puede hacerlo en nuestro mundo moderno tardío o posmoderno, cuyos puntos de referencia están montados sobre ruedas y tienen la irritante costumbre de desaparecer sin darnos tiempo de leer las instrucciones, digerirlas y aplicarlas. El profesor Ricardo Petrella, de la Universidad católica de Lovaina, lo resumió muy bien:

La globalización arrastra las economías a la producción de lo efímero, lo volátil (mediante una reducción masiva y generalizada del tiempo de vida útil de productos y servicios) y lo precario (trabajos temporarios, flexibles, de tiempo parcial). (Petrella:1997:17)

Para abrirse paso a través del matorral denso, oscuro, laberíntico de la competitividad global "desregulada" hacia el candelero de la atención pública, los bienes, servicios y señales deben despertar el deseo, y para ello deben seducir a los consumidores eventuales, superando a la competencia. Pero una vez logrado su objetivo, deben ceder rápidamente su lugar a otros objetos de deseo para no detener esa búsqueda global de ganancias y más ganancias llamada hoy "crecimiento económico". La industria actual está montada para producir atracciones y tentaciones. La naturaleza propia de las atracciones consiste en que tientan y seducen sólo en tanto nos hacen señas desde esa lejanía que llamamos futuro; por su parte, la tentación no sobrevive mucho tiempo a la rendición del tentado, así como el deseo jamás sobrevive a su satisfacción.

Esta carrera en pos de deseos nuevos, más que de su satisfacción, no tiene una meta evidente. El concepto mismo de "límite" requiere necesariamente dimensiones témporo-espaciales. La consecuencia de "quitarle demora al deseo" es que se le quita deseo a la demora. Una vez que, por principio, se puede allanar toda espera hasta volverla instantaneidad, de manera que una acumulación infinita de sucesos temporales cabe en el tiempo de una vida humana, y una vez que toda distancia parece estar en condiciones de ser comprimida de manera que ninguna escala espacial excede las ambiciones del explorador de sensaciones nuevas, ¿qué sentido puede tener la idea del "límite"? Y sin sentido, no hay manera de que se le acabe el impulso a la rueda mágica

de la tentación y el deseo. Las consecuencias, tanto para los encumbrados como para los humildes, son tremendas según lo explica Jeremy Seabrook:

No se puede "curar" la pobreza porque no es síntoma de capitalismo enfermo. Por el contrario, es señal de vigor y buena salud, de acicate para hacer mayores esfuerzos en pos de la acumulación... Hasta los más ricos del mundo se quejan de las cosas de las que deben prescindir... Hasta los más privilegiados están obligados a padecer el ansia de adquirir... (Seabrook 1988:15,19)

Ser consumidor en una sociedad de consumo

Nuestra sociedad es una sociedad de consumo.

Al emplear esta expresión nos referimos a algo más que la observación trivial de que todos los miembros de la sociedad consumen; todos los seres humanos, en realidad todos los seres vivos, "consumen" desde tiempo inmemoriales. Lo decimos en el sentido profundo y fundamental de que la sociedad de nuestros antecesores, los que sentaron sus bases en la etapa Industrial, era una "sociedad de producción". Esa forma más antigua de sociedad moderna utilizaba a sus miembros principalmente como productores y soldados; la formación que les daba, la "norma" que les mostraba y les instaba a seguir, obedecían al deber de cumplir esas dos funciones. Cada uno debía ser capaz de cumplirlas y hacerlo de buen grado. Pero en su actual etapa moderna tardía (Giddens), moderna segunda (Beck), sobremoderna (Balandier) o posmoderna, ya no necesita ejércitos industriales y militares de masas; en cambio debe comprometer a sus miembros como consumidores. La formación que brinda la sociedad contemporánea a sus miembros está dictada, ante todo, por el deber de cumplir la función de consumidor. La norma que les presenta es la de ser capaces de cumplirla y hacerlo de buen grado.

Desde luego que la diferencia entre vivir en nuestra sociedad y en su inmediata anterior no es tan drástica como la de abandonar una función y asumir otra. En ninguna etapa la sociedad moderna pudo prescindir de que sus miembros produjeran cosas para consumo...y desde luego, en ambas sociedades se consume. La diferencia entre las dos etapas de la modernidad es "sólo" de énfasis y prioridades, pero esa transición introdujo diferencias enormes en casi todos los aspectos de la sociedad, la cultura y la vida individual.

Esas distinciones son tan profundas y multiformes que justifican la referencia a una sociedad distinta y particular: una sociedad de consumo. En ésta, el consumidor difiere radicalmente del de todas las sociedades existentes hasta hoy. Si los filósofos, poetas y predicadores de la moral entre nuestros antepasados se preguntaban si uno trabaja para vivir o vive para trabajar, el interrogante sobre el cual se medita en la actualidad es si uno debe consumir para vivir o vive para consumir. Es decir, si somos capaces y sentimos la necesidad de separar los actos del vivir y consumir.

Lo ideal sería que los hábitos adquiridos cayeran sobre los hombros del nuevo tipo de consumidor, así como se esperaba que las pasiones vocacionales y adquisitivas de inspiración ética cayeran, según decía Max Weber repitiendo a Baxter, sobre los hombros del santo protestante "como una capa liviana de la que uno pudiera despojarse en cualquier momento". (Weber 1976:181).

Y en verdad, los hábitos se dejan de lado continuamente, todos los días a la primera oportunidad, sin darles la ocasión de consolidarse como los barrotes de acero de una jaula (salvo un metahábito, el "hábito de cambiar de hábitos"). Sería igualmente ideal que el consumidor no abrazara nada con firmeza, no aceptará ningún compromiso hasta que la muerte nos separe, no considerara necesidad alguna plenamente satisfecha ni deseo alguno consumado. Cada juramento de lealtad, cada compromiso, debería incluir la cláusula "hasta nuevo aviso". Sólo cuenta la volatilidad, la temporalidad intrínseca de todos los compromisos; ésta es más importante que el compromiso en sí, al que, por otra parte, no se le permite durar más que el tiempo necesario para consumir el objeto de deseo (mejor dicho, el tiempo suficiente para que se desvanezca la deseabilidad de ese objeto).

La plaga de la sociedad de consumo -y la gran preocupación de los mercaderes de bienes de consumo- es que para consumir se necesita tiempo. Existe una resonancia natural entre la carrera espectacular del "ahora" impulsada por la tecnología de compresión del tiempo, y la lógica de la economía orientada hacia el consumo. De acuerdo con esta última, la satisfacción del consumidor debe ser *instantánea*, dicho en un doble sentido. Es evidente que el bien consumido debe causar una satisfacción inmediata, sin requerir la adquisición previa de destrezas ni un trabajo preparatorio prolongado; pero la satisfacción debe terminar "en seguida", es decir, apenas pasa el tiempo necesario para el consumo. Y ese tiempo se debe reducir al mínimo indispensable.

Para lograr esa reducción necesaria del tiempo, conviene que los consumidores no puedan fijar su atención ni concentrar su deseo en un objeto durante mucho tiempo; que sean impacientes, impulsivos, inquietos; que su interés se despierte fácilmente y se pierda con la misma facilidad. La cultura de la sociedad de consumo no es de aprendizaje sino principalmente de olvido. Cuando se despoja el deseo de la demora y la demora del deseo, la capacidad de consumo se puede extender mucho más allá de los límites impuestos por las necesidades naturales o adquiridas del consumidor; asimismo la perdurabilidad física de los objetos de deseo deja de ser necesaria. Se invierte la relación tradicional entre la necesidad y la satisfacción: la promesa y la esperanza de satisfacción preceden a la necesidad que se ha de satisfacer, y siempre será más intensa y seductora que las necesidades persistentes.

Más aún la promesa es tanto más atractiva cuanto menos conocida sea la necesidad; es muy divertido vivir una experiencia cuya existencia se ignoraba, y el buen consumidor es un aventurero que ama la diversión. Al buen consumidor no lo atormenta la satisfacción de su deseo, sino que son los tormentos de deseos jamás experimentados ni sospechados los que vuelven tan tentadora la promesa.

La descripción más patética del tipo de consumidor gestado e incubado en la sociedad de consumo es la que realizó John Carroll, inspirado en la caricatura nietzscheana tan mordaz como profética, del "último hombre" (véase su libro de próxima aparición, *Ego and Soul: a Sociology of the Modern West in Search of Meaning* [El yo y el alma: una sociología del Occidente moderno en la búsqueda de un sentido]):

El genio de esta sociedad proclama: ¡Si te sientes mal, come! ... El reflejo consumista es melancólico, supone que el malestar toma la forma de una sensación de vacío frío, hueco, que necesita llenarse con cosas tibias, sabrosas, vitales. Desde luego que no se limita a la comida, como lo que hace que los Beatles se "sientan felices por dentro". El atracón es el camino de la salvación: ¡consume y te sentirás bien!

Existe también un desasosiego, una manía por el cambio constante, el movimiento, la diferencia: quedarse quieto es morir. El consumismo es el análogo social de la psicopatología de la depresión, con sus dobles síntomas contrastantes de exasperación e insomnio.

Para el consumidor de la sociedad de consumo, estar en marcha, buscar, no encontrar, o mejor, no encontrar aún, no es malestar sino promesa de felicidad; tal vez es la felicidad misma. Viajar es esperanza, llegar es una maldición. (Maurice Blanchot

observó que la respuesta es el infortunio de la pregunta; podríamos decir que la satisfacción es el infortunio del deseo.) La regla del juego consumista no es la avidez de obtener y poseer, ni la de acumular riqueza en el sentido material y tangible, sino la emoción de una sensación nueva e inédita. Los consumidores son, ante todo, acumuladores de *sensaciones*; son coleccionistas de *cosas* sólo en un sentido secundario, como subproducto de lo anterior.

Mark C. Taylor y Esa Saarinen lo expresaron sintéticamente "El deseo no desea satisfacción. Al contrario, el deseo desea deseo" (Taylor y Saarinen s/f:11) En todo Caso, tal es el deseo de un consumidor ideal. La perspectiva de que el deseo se extinga hasta desaparecer, de quedarse sin nada a la vista capaz de revivirlo o en un mundo donde no hay nada que desear, debe de ser el más siniestro de los horrores para el consumidor Ideal (y, desde luego, la peor pesadilla para los mercaderes de bienes de consumo).

Para aumentar la capacidad de consumo, jamás se debe dar descanso al consumidor. Hay que mantenerlo despierto y alerta, exponerlo constantemente a nuevas tentaciones para que permanezca en un estado de excitación perpetua; y más aún, de constante suspicacia y de insatisfacción permanente. El señuelo que le hace modificar su centro de atención debe confirmar sus sospechas y, a la vez, prometerle una cura para la insatisfacción: "¿Crees que ya viste todo? Todavía no has visto nada".

Se suele decir que el mercado de consumo seduce a sus clientes. Pero para ello necesita clientes que *quieran* que se les seduzca (así como el capataz de fábrica, para dar órdenes a sus trabajadores, necesita una cuadrilla con hábitos arraigados de disciplina y obediencia). En una sociedad de consumo que funciona bien, los consumidores buscan activamente que se les seduzca. Sus abuelos, los productores, vivían de un paso de la cinta transportadora al siguiente, siempre idéntico. Ellos, en cambio, van de atracción en atracción, de tentación en tentación, de husmear un artículo a buscar otro; de tragar un señuelo a lanzarse en pos de otro; y cada atracción, tentación, artículo y señuelo es nuevo, distinto, atrapa la atención mejor que el anterior.

Para el consumidor cabal y maduro, actuar de esa manera es una compulsión, una obligación. Pero esa la "obligación", esa presión interiorizada, esa imposibilidad de vivir la vida de otra manera, se le revela disfrazada de ejercicio del libre albedrío. Tal vez el mercado ya lo escogió como consumidor y le quitó la libertad de pasar por alto sus atracciones; pero en cada visita sucesiva al mercado, el consumidor tiene todas las razones para creer que él -acaso sólo él- es quien manda. Es juez y crítico, elige. Puede

negarle adhesión a cualquiera de las infinitas opciones exhibidas. Salvo a la opción de elegir entre ellas... pero ésta parece ser una opción.

Esa combinación entre el consumidor, siempre ávido de nuevas atracciones, rápidamente hastiado de las atracciones conocidas, y el mundo transformado en todas sus dimensiones -económicas, políticas, personales según el patrón del mercado de consumo y, como éste, dispuesto a cambiar sus atracciones con rapidez siempre creciente, es la que elimina todos los carteles indicadores. Sean éstos de acero, hormigón o hechos de pura autoridad, los puntos de referencia desaparecen de los mapas individuales del mundo y los itinerarios personales de vida. En la existencia del consumidor, viajar con esperanzas es mucho más placentero que arribar. La llegada tiene ese olor mohoso del final del camino, ese sabor amargo de la monotonía y el estancamiento que acabaría con todo aquel que el consumidor -el consumidor ideal- aprecia y considera el sentido mismo de la vida. Para gozar de lo mejor que este mundo es capaz de ofrecer se pueden hacer muchas cosas menos una: exclamar, como el Fausto de Goethe, "¡Momento que pasas, detente; eres tan bello!".

El consumidor es un viajero que no puede dejar de serlo.

Divididos en marcha

Una cosa que está fuera del alcance incluso de los más experimentados y lúcidos maestros del arte de la elección es la sociedad en la cual se nace; por eso, nos guste o no, todos estamos de viaje. Además, nadie nos ha preguntado sobre nuestras preferencias.

Arrojados a un mar vasto sin cartas de navegación y con todas las boyas hundidas y apenas visibles, nos quedan apenas dos opciones: podemos sentir júbilo ante la imponente vista de nuevos descubrimientos... o podemos temblar de miedo de ahogarnos. Una opción nada realista es buscar refugio en un puerto seguro; se puede afirmar, sin temor a equivocarse, que el refugio de hoy no tardará en convertirse en un moderno parque de diversiones o un populoso club náutico. Descartada la tercera opción, la elección entre las otras dos -o la aceptación de la que a uno le toque en suerte- dependerá en buena medida de la calidad del barco y las destrezas náuticas de los marineros. Cuanto más fuerte es la nave, menor es el temor a las mareas y tempestades. Sin embargo, no todos los barcos están en condiciones de navegar. Y cuanto mayor es la extensión de navegación libre, más se polariza la suerte de los marineros y mayor es el

abismo entre los polos. Una travesía placentera para un yate bien equipado puede ser una trampa peligrosa para un bote remendado. En última instancia, la diferencia entre ambos es la que existe entre la vida y la muerte.

Tal vez a todos les *asignen* el papel de consumidor; tal vez todos *quieran* ser consumidores y disfrutar de las oportunidades que brinda ese estilo de vida. Pero no todos *pueden* ser consumidores. No basta desear; para que el deseo sea realmente deseable, una auténtica fuente de placer, es necesario tener la esperanza razonable de acercarse al objeto deseado. Esta esperanza razonable para algunos, es fútil para muchos. Todos estamos condenados a elegir durante toda la vida, pero no todos tenemos los medios para hacerlo.

La posmoderna, de consumo, es una sociedad estratificada, como todas las que se conocen. Pero se puede distinguir una sociedad de otra por la escala de estratificación. La escala que ocupan "los de arriba" y "los de abajo" en la sociedad de consumo es la del *grado de movilidad*, de libertad para elegir el lugar que ocupan.

Una diferencia entre "los de arriba" y "los de abajo" es que los primeros pueden alejarse de los segundos, pero no a la inversa. En las ciudades contemporáneas se produce un *apartheid à rebours*: los que tienen medios suficientes abandonan los distritos sucios y sórdidos a los que están atados, a aquellos que carecen de esos medios. Ya sucedió en Washington D.C. y está a punto de ocurrir en Chicago, Cleveland y Baltimore. En Washington, el mercado inmobiliario no aplica la discriminación sin embargo, existe una frontera invisible a lo largo de la calle 16 en el oeste y el río Potomac en el noroeste, y aquellos que quedaron del otro lado harán bien en no franquearla. La mayoría de los adolescentes detrás de la frontera invisible, pero no por ello menos tangible, no conocen el centro de Washington con su esplendor, su ostentosa elegancia, sus placeres refinados. Ese centro no existe en sus vidas. No se puede conversar por encima de la frontera. Sus experiencias vitales son tan radicalmente distintas que no está claro sobre qué podrían hablar los residentes de uno y otro lado si se conocieran y se detuvieran a conversar. Como observó Ludwig Wittgenstein, "si los leones pudieran hablar, no los entenderíamos".

Hay otra diferencia: "los de arriba" tienen la satisfacción de andar por la vida a voluntad, de elegir sus destinos de acuerdo con los placeres que ofrecen. En cambio, a "los de abajo" les sucede que los echan una y otra vez del lugar que quisieran ocupar. (En 1975, la Alta Comisión de la ONU a cargo de los emigrantes por la fuerza -los

refugiados- tenía bajo su cuidado a dos millones de personas. En 1995, la cifra había trepado a 27 millones.) Si no se mueven, a veces les quitan el piso de bajo los pies, lo cual es otra forma de estar en movimiento. Si se lanzan a la ruta, en la mayoría de los casos su destino es elegido por otros; rara vez es agradable, y el placer no es uno de los criterios de elección. Tal vez ocupen un lugar muy desagradable que abandonarían con gusto, si no fuera porque no tienen dónde ir y difícilmente los recibirán de buen grado allí donde decidan instalar campamento.

Por todo el globo proliferan las visas de ingreso; no así el control de pasaportes. Este último es necesario acaso más que nunca, para aclarar la confusión que pudiera haber creado la abolición de la visa: separar a aquellos para cuya conveniencia y facilidad de traslado se abolió la visa, de quienes deberían quedarse en su lugar, ya que están excluidos de los viajes. La combinación actual de la anulación de visas de ingreso y el refuerzo de los controles de inmigración tiene un profundo significado simbólico; podría considerarse la metáfora de una nueva estratificación emergente. Pone al desnudo el hecho de que el "acceso a la movilidad global" se ha convertido en el más elevado de todos los factores de estratificación. También revela la dimensión global del privilegio y la privación, por locales que fuesen. Algunos gozamos de la libertad de movimiento *sans papiers*. A otros no se les permite quedarse en un lugar por la misma razón.

Todos pueden ser viajeros, de hecho o por premonición pero existe un abismo difícil de franquear entre las vivencias respectivas en lo alto y lo bajo de la escala de libertad. El término de moda "nómada", aplicado indiscriminadamente a todos los contemporáneos de la era posmoderna, es sumamente engañoso, ya que pasa por alto las profundas diferencias existentes entre las dos clases de vivencias y torna formal y superficial cualquier similitud entre ellas.

En realidad, entre los mundos sedimentados en ambos polos, en lo alto y en lo bajo de la jerarquía emergente de la movilidad, existen diferencias enormes; al mismo tiempo, crece la incomunicación entre ambos. Para el primer mundo, el de los globalmente móviles, el espacio ha perdido sus cualidades restrictivas y se atraviesa fácilmente en sus dos versiones, la "real" y la "virtual" Para el segundo, el de los "localmente sujetos", los que están impedidos de desplazarse y por ello deben soportar los cambios que sufra la localidad a la cual están atados, el espacio real se cierra a pasos agigantados. Esta clase de privación se vuelve aún más ingrata ante la exhibición ostentosa, a través de los medios de comunicación, de la conquista del espacio y la

"accesibilidad *virtual*" de las distancias que siguen siendo inalcanzables en la realidad no virtual.

La reducción del espacio entraña la abolición del paso del tiempo. Los habitantes del primer mundo viven en un presente perpetuo, atraviesan una sucesión de episodios higiénicamente aislados, tanto del pasado como del futuro. Están constantemente ocupados y siempre "escasos de tiempo", porque cada momento es inextensible, una experiencia idéntica a la del tiempo "colmado hasta el borde". Las personas atascadas en el mundo opuesto están aplastadas bajo el peso de un tiempo abundante, innecesario e inútil, en el cual no tienen nada que hacer. En su tiempo "no pasa nada". No lo "controlan", pero tampoco son controlados por él, a diferencia de sus antepasados, que marcaban sus entradas y salidas, sujetos al ritmo impersonal del tiempo fabril. Sólo pueden matar el tiempo a la vez que éste los mata lentamente.

Los residentes del primer mundo viven en el *tiempo*; el espacio no rige para ellos, ya que cualquier distancia se recorre instantáneamente. Es la experiencia de vida que Jean Baudrillard expresó en su imagen de "hiperrealidad" donde lo real y lo virtual son inseparables ya que ambos adquieren o pierden en la misma medida la "objetividad", la "externalidad" y el "poder punitivo" que para Emile Durkheim constituyen los síntomas de toda realidad. Por su parte, los residentes del segundo mundo viven en el *espacio*: pesado, resistente, intocable, que ata el tiempo y lo mantiene fuera de su control. Su tiempo es vacío; en él, "nunca pasa nada". Sólo el tiempo virtual de la televisión tiene una estructura, un "horario", el resto pasa monótono, va y viene, no exige nada y aparentemente no deja rastros. Sus sedimentos aparecen de improviso, sin ser anunciados ni invitados. Este tiempo inmaterial, liviano, efímero, carente de cualquier cosa que le dé sentido y por ende gravedad, no tiene el menor poder sobre ese espacio verdaderamente real donde están confinados los residentes del segundo mundo.

Para el habitante del primer mundo -ese mundo cada vez más cosmopolita y extraterritorial de los empresarios, los administradores de cultura y los intelectuales globales-, se desmantelan las fronteras nacionales tal como sucedió para las mercancías, el capital y las finanzas mundiales. Para el habitante del segundo, los muros de controles migratorios, leyes de residencia, políticas de "calles limpias" y "aniquilación del delito" se vuelven cada vez más altos; los fosos que los separan de los lugares deseados y la redención soñada se vuelven más anchos y los puentes, al primer intento de cruzarlos, resultan ser levadizos. Los primeros viajan a voluntad, se divierten mucho (sobre todo, si viajan en primera clase o en aviones privados), se les seduce o soborna

para que viajen, se les recibe con sonrisas y brazos abiertos. Los segundos lo hacen subrepticia y a veces ilegalmente; en ocasiones pagan más por la superpoblada tercera clase de un bote pestilente y derrengado que otros por los lujos dorados de la *business class*; se les recibe con el entrecejo fruncido, y si tienen mala suerte los detienen y deportan apenas llegan.

Pasar por el mundo *versus* el mundo que pasa

La polarización tiene enormes consecuencias psicológico-culturales.

Larry Elliott, en *The Guardian* del 10 de Noviembre de 1997, cita a Diane Coyle, autora de *The Weightless World*, quien se explaya sobre los placeres que le brinda el nuevo mundo feliz, electrónico, informático y flexible: "Para una persona como yo, una economista y periodista instruida, con buen sueldo y dotada de espíritu emprendedor, la nueva flexibilidad del mercado laboral británico ha significado oportunidades maravillosas". Pero unos párrafos más abajo, la misma autora reconoce que, "para las personas sin la debida preparación, recursos familiares o ahorros suficientes, la mayor flexibilidad se reduce a ser más explotado por el empleador... ". Coyle pide que la advertencia reciente de Lester Thurow y Robert Reich sobre los peligros crecientes del abismo social en Estados Unidos entre "una elite adinerada, encerrada en recintos vigilados" y una "mayoría desempleada empobrecida" no sea tomada a la ligera por los que se calientan al sol de la nueva flexibilidad laboral británica...

Agnes Heller recuerda un encuentro, durante un largo vuelo, con una mujer madura, empleada de una firma comercial internacional, que hablaba cinco idiomas y poseía tres apartamentos en distintos lugares.

Migra constantemente, de un lugar a otro; siempre está de viaje. Viaja sola, no como miembro de una comunidad, aunque muchos actúan como ella [...] Participa de un tipo de cultura que no es la de un lugar sino la de un tiempo. Es una cultura del *presente absoluto*.

Acompañémosla en sus viajes constantes entre Singapur, Hong Kong, Londres, Estocolmo, Nueva Hampshire, Tokio, Praga, etcétera. Se aloja en el mismo hotel Hilton, almuerza el mismo emparedado de atún o, si lo desea, pide comida china en París o francesa en Hong Kong. Usa el mismo tipo de fax, teléfono y ordenador, mira las mismas películas y discute la misma clase de problemas con la misma clase de personas.

Agnes Heller, que como muchos autores es una intelectual trotamundos, encuentra muchas afinidades con las vivencias de su anónima compañera de viaje. Y agrega *pro domo sua*: "Ni siquiera las universidades extranjeras son extranjeras. Después de una conferencia, uno espera las mismas preguntas en Singapur, Tokio, París o Manchester. No son lugares extranjeros, ni tampoco hogares". La compañera de viaje de Agnes Heller no tiene hogar, pero no se siente una persona sin hogar. Donde quiera que esté, se encuentra cómoda. "Por ejemplo, sabe dónde está el interruptor de la luz; conoce el menú; interpreta los gestos y las insinuaciones; comprende a los demás sin mayores explicaciones." (Heller 1995)

Jeremy Seabrook recuerda a otra mujer, Michelle, de un complejo de viviendas populares:

A los 15 años, su pelo era rojo un día, rubio al siguiente, luego negro como la pez, un día trenzado a la africana, al siguiente a la china, luego recortado a lo *garçon*... Sus labios eran sucesivamente escarlatas, violetas, negros. Su rostro era lívido, luego sonrosado como un melocotón, luego bronceado como metal fundido. Acosada por sueños de fuga, abandonó el hogar a los 16 años para vivir con su novio de 26...

A los 18 volvió, con dos hijos, a casa de su madre... Se sentó en el cuarto del que había huido tres años antes; desde las paredes la contemplaban las ajadas fotos de los astros populares de ayer. Dijo que se sentía como si tuviera 100 años. Había probado todo lo que la vida podía ofrecer. No quedaba nada. (Seabrook 1985:59).

La compañera de viaje de Heller vive en una casa imaginaria que no necesita; por eso, no le importa que sea imaginaria. La conocida de Seabrook protagoniza fugas imaginarias de un hogar que detesta por ser embrutecedoramente real. La virtualidad del espacio sirve a ambas, pero tanto los servicios como los resultados son radicalmente distintos. A la compañera de viaje de Heller le ayuda a disolver las restricciones de un hogar verdadero: a desmaterializar el espacio sin exponerla a las incomodidades y el estrés del desarraigo. Para la vecina de Seabrook pone de manifiesto el poder irresistible y aborrecido de un hogar transformado en cárcel: descompone el tiempo. La primera es una vivencia de libertad posmoderna. La segunda produce una exasperante sensación de esclavitud en los tiempos posmodernos.

La primera experiencia es un paradigma de las vivencias del *turista* (sea el viaje de negocios o de placer). Los turistas se convierten en viajeros y privilegian los sueños agrídulces de la nostalgia por el calor de hogar porque así lo desean; ya sea porque lo

consideran el plan de vida más razonable "dadas las circunstancias" o porque los seducen los placeres reales o imaginarios de un cosechador de sensaciones.

Sin embargo, no todos los viajeros se desplazan porque prefieren eso a quedarse quietos y quieren ir al lugar adonde se dirigen; muchos preferirían ir a otra parte o negarse a partir... si alguien les preguntara, pero nadie lo hace. Están en marcha porque "quedarse en casa" en un mundo hecho a la medida del turista parece humillante y sofocante; además, no parece una propuesta factible en el largo plazo. Están en movimiento porque fueron empujados desde atrás, después de haber sido desarraigados de un lugar que no ofrece perspectivas, por una fuerza de seducción o propulsión tan poderosa, y con frecuencia tan misteriosa, que no admite resistencia. Para ellos, su suerte es cualquier cosa menos una expresión de libertad. Éstos son los *vagabundos*; oscuras lunas errantes que reflejan el resplandor de los soles turistas y siguen, sumisas, la órbita del planeta; mutantes de la evolución posmoderna, monstruosos marginados de la nueva especie feliz. Los vagabundos son los desechos de un mundo que se ha consagrado a los servicios turísticos.

Los turistas se desplazan o permanecen en un lugar según sus deseos. Abandonan un lugar cuando nuevas oportunidades desconocidas los llaman desde otra parte. Los vagabundos saben que no se quedarán mucho tiempo en un lugar por más que lo deseen, ya que no son bienvenidos en ninguna parte. Los turistas se desplazan porque el mundo a su alcance (global) es irresistiblemente *atractivo*; los vagabundos lo hacen porque el mundo a su alcance (local) es insoportablemente *inhóspito*. Los turistas viajan porque *quieren*; los vagabundos, porque *no tienen otra elección soportable*. Se podría decir que los vagabundos son turistas involuntarios, si tal concepto no fuera una contradicción en los términos. Por más que la estrategia turística sea una necesidad en un mundo caracterizado por muros que se desplazan y vías móviles, la carne y la sangre del turista son la libertad de elección. Despojado de ésta, su vida pierde toda atracción, poesía e incluso viabilidad.

La aclamada "globalización" está estructurada para satisfacer los sueños y deseos de los turistas. Su efecto secundario -un efecto *colateral*, pero inevitable- es la transformación de muchos más en vagabundos. Éstos son viajeros a los que se les niega el derecho de transformarse en turistas. No se les permite quedarse quietos (no hay lugar que garantice su permanencia, el fin de la movilidad indeseable) ni buscar un lugar mejor.

Emancipado del espacio, el capital ya no necesita una mano de obra itinerante (mientras que su vanguardia más emancipada, basada en la más avanzada tecnología, prácticamente no necesita mano de obra alguna, sea móvil o inmóvil). Y así, la presión para derribar las últimas barreras al movimiento libre del dinero, y de las mercancías y la información que sirven para ganarlo, va de la mano con la presión para abrir nuevos fosos y erigir nuevos muros (llamados indistintamente leyes de "inmigración" o de "nacionalidad") para impedir el desplazamiento de aquellos que, en consecuencia, se ven espiritual o físicamente desarraigados.¹ *Luz verde para los turistas, luz roja para los vagabundos*. La localización forzada vela por la selectividad natural de las consecuencias de la globalización. La polarización del mundo y su población, fenómenos conocidos y que causan preocupación creciente, no son un "palo en la rueda" externo, foráneo, perturbador del proceso de globalización, sino su consecuencia.

No hay turistas sin vagabundos, y aquéllos no pueden desplazarse en libertad sin sujetar a éstos...

Para bien o para mal... Unidos

El vagabundo es el *otro yo del turista*. También es su rendido admirador, tanto más por cuanto no tiene conocimientos sobre los inconvenientes de la vida del turista, reales pero poco difundidos. Si se le pregunta al vagabundo qué clase de vida quisiera llevar en caso de poder elegir libremente, la respuesta será un retrato bastante exacto del placer del turista "tal como se ve por televisión". Los vagabundos no tienen otras imágenes de la buena vida, utopías alternativas ni programa político propios. Su única aspiración es que se les permita ser turistas como nosotros... En un mundo desasosegado, el turismo es la única forma humana, aceptable, de desasosiego.

Tanto el turista como el vagabundo son consumidores, y en la época moderna tardía o posmoderna éstos son buscadores de sensaciones o coleccionistas de experiencias; su relación con el mundo es ante todo *estética*: lo perciben como alimento de la sensibilidad, una matriz de vivencias posibles (en el sentido de *Erlebnisse*, un estado vivido por uno, a diferencia de *Erfahrungen*, cosas que le suceden a uno, una distinción fecunda que hace el idioma alemán; desgraciadamente, no así el inglés), y trazan el mapa de acuerdo con esas vivencias. Ambos se ven afectados -atraídos o

¹ Recuérdese la confesión del entonces secretario de Estado, respecto de que el argumento decisivo a favor de la participación norteamericana en la guerra de Bosnia fue el de salvar a la Europa más rica de la marea de refugiados.

rechazados- por las sensaciones prometidas. Ambos "saborean" el mundo, así como el asistente asiduo a los museos disfruta su *tête-à-tête* con la obra de arte. Esta actitud ante el mundo los une, los vuelve semejantes. A su vez, esta similitud permite al vagabundo sentir afinidad con el turista -o, al menos, con la imagen que tiene de éste- y le hace desear su estilo de vida. Por su parte, el turista se esfuerza por olvidar esa afinidad... pero descubre, consternado, que no puede reprimirla del todo.

Jeremy Seabrook recuerda a sus lectores (Seabrook 1988: 163, 164, 168-169.) que el secreto de la sociedad actual reside en el "desarrollo de una sensación subjetiva de insuficiencia artificialmente creada", ya que "nada podría ser más amenazador" para sus principios fundacionales "que el hecho de que la gente se declarase satisfecha con lo que posee". Así, sus posesiones son relativizadas, denigradas, empequeñecidas por las exhibiciones llamativas y demasiado visibles de las extravagantes aventuras de los sectores pudientes: "Los ricos se tornan objetos de adoración universal".

En otros tiempos, el rico exhibido como héroe para la adoración general y patrón de emulación universal era el "*self-made man*", el hombre que al triunfar por su propio esfuerzo constituía el ejemplo vivo de los efectos benéficos de la adhesión estricta y tenaz a la ética del trabajo y la razón. Esto ya no es así. El objeto de adoración es la riqueza misma, la que asegura un tren de vida extravagante y rumboso. Lo único que importa es *lo que uno puede hacer*, no *lo que se debe hacer* ni *lo que se ha hecho*. Lo que se adora en la persona del rico es su capacidad de elegir el contenido de su vida, los lugares de residencia transitoria, las parejas con las cuales las comparte... y la posibilidad de cambiar todo a voluntad y sin esfuerzo; el hecho de que jamás parece llegar a un punto sin retorno, que no se advierte límite alguno para sus reencarnaciones, que su futuro se ve siempre más gratificante y seductor que el pasado; finalmente, que lo único que parece importarle es la gama de perspectivas que te brinda su riqueza. Se diría que su norte es la estética del consumo; su grandeza percibida, su derecho a la admiración universal, no se basan en la sumisión a la ética del trabajo o al precepto severo, abstermio de la razón, sino en la exhibición de un gusto estético extravagante, incluso frívolo; no en el mero éxito financiero sino en el refinamiento.

"Los pobres no habitan una cultura separada de la de los ricos -dice Seabrook-; deben vivir en el mismo mundo creado para beneficio de aquellos que poseen el dinero. El crecimiento económico agrava su pobreza, así como la recesión y la falta de crecimiento la intensifican". En efecto, la recesión significa mayor pobreza y menores recursos; pero el crecimiento trae consigo una exhibición aún más frenética, de las

maravillas del consumo, y de ese modo augura una brecha aún más profunda entre lo deseable y lo realista.

Se ha convertido al turista y el vagabundo en consumidores, pero el segundo es un consumidor *defectuoso*. Los vagabundos difícilmente podrán costearse las elaboradas elecciones en las que se supone que sobresalen los consumidores; su potencial para el consumo es tan limitado como sus recursos. Este defecto es la causa de su precaria posición social. Rompen la norma y socavan el orden. Son aguafiestas por su mera presencia, no aceitan las ruedas de la sociedad de consumo, no aportan nada a la prosperidad de la economía transformada en industria turística. Son inútiles en el único sentido concebible de la palabra "utilidad" en una sociedad de consumidores o turistas. Por ser indeseados, son candidatos naturales a la marginación, a convertirse en chivos expiatorios. Pero su crimen no es otro que el de querer ser como los turistas... a la vez que carecen de los medios para realizar sus deseos como los demás turistas.

Pero si los turistas los consideran seres desagradables, despreciables, repugnantes y rechazan su presencia no deseada, los motivos para ello son más profundos que el tan meneado "coste público" de mantener con vida a los vagabundos. Los turistas abominan de los vagabundos más o menos por la misma razón que éstos consideran a aquéllos sus gurúes e ídolos: en la sociedad de los viajeros, en la sociedad viajera, turismo y vagancia son las dos caras de la misma moneda. Repitémoslo: el vagabundo es el *otro yo* del turista. La línea divisoria entre ellos es tenue y no siempre nítida; es fácil cruzarla sin darse cuenta... Esa abominable semejanza impide descubrir exactamente en qué punto el retrato se convierte en caricatura; el ejemplar sano de la especie, en mutante y monstruo.

Entre los turistas hay algunos "viajeros permanentes", siempre en marcha, siempre confiados en que van en la dirección correcta y hacen bien al estar en marcha; a estos felices rara vez les perturba la idea de que sus travesuras podrían caer en el vagabundeo. Y hay vagabundos sin remedio que hace rato arrojaron la toalla y abandonaron toda esperanza de elevarse al nivel de los turistas. Pero entre los dos extremos se encuentra una gran parte, probablemente la mayor parte de la sociedad de consumidores-viajeros, que nunca tienen plena certeza acerca de dónde están parados en un momento dado ni, menos aún, de si conservarán su situación actual al día siguiente. El camino está sembrado de cáscaras de banana, abundan las piedras con las cuales se puede tropezar. Después de todo, la mayoría de los trabajos temporarios, las acciones pueden cotizarse en baja tanto como en alza, las destrezas que uno posee se

devalúan constantemente y las desplazan otras nuevas y mejores, los bienes atesorados se vuelven obsoletos en poco tiempo, vecindarios distinguidos se tornan pretenciosos y vulgares, las sociedades existen hasta nuevo aviso, los valores dignos de aprecio y los fines en los que vale la pena invertir van y vienen... Así como ningún seguro de vida protege de la muerte al beneficiario, ninguna póliza protege al turista de perder su estilo de vida y caer en el del vagabundo.

Así el vagabundo es la pesadilla del turista; el "demonio interior" que éste debe exorcizar diariamente. La visión del vagabundo es aterradora para el turista: no le teme *por lo que es* sino porque *puede convertirse en él*. Al barrerlo bajo la alfombra -al desterrar al mendigo y al sin techo de la calle, al encerrarlo en un gueto lejano e "infranqueable", al exigir su exilio o encarcelamiento- el turista trata desesperadamente, aunque en última instancia en vano, de deportar sus propios miedos. Un mundo sin vagabundos será aquel en el cual Gregorio Samsa jamás sufrirá la metamorfosis en insecto, el turista jamás despertará para descubrir que se ha convertido en vagabundo. *El mundo sin vagabundos es la utopía de la sociedad de los turistas*. En ella, la política -por ejemplo, la obsesión por "la ley y el orden", la criminalización de la pobreza, los ataques recurrentes a los programas de bienestar social- se explica en gran medida como un esfuerzo tenaz, constante, para elevar la realidad social, contra todos los obstáculos, al nivel de esa utopía.

Claro que hay un inconveniente: la vida del turista no sería ni la mitad de placentera si no existiera el vagabundo para mostrarle cómo sería la alternativa, la única realista dentro de la sociedad de los viajeros. La vida del turista no es un lecho de rosas, y las rosas que crecen en ella poseen espinas desagradables en los tallos. Se deben sufrir muchas adversidades para disfrutar de las libertades del turista: la imposibilidad de detenerse, la incertidumbre unida a cada elección, riesgos de cada decisión son los percances más duros, pero no los únicos. De allí que el turista tenga varios motivos de queja. La tentación de buscar una vía distinta, no turística, a la felicidad nunca está lejos. No se la puede eliminar sino sólo apartarla, y no por mucho tiempo. El factor que hace soportable la vida del turista, convierte sus adversidades en molestias menores y permite apartar un poco la tentación de cambiar es, precisamente, la visión aterradora del vagabundo.

De manera que, paradójicamente, la vida del turista es tanto más soportable, incluso placentera, por cuanto se ve acosada por la alternativa uniformemente aterradora de la existencia vagabunda. En un sentido igualmente paradójico, interesa a los turistas

que esa alternativa sea terrible y abominable a más no poder. Cuanto menos apetecible es la suerte del vagabundo, más sabrosas son las peregrinaciones del turista. Cuanto peor es la suerte del vagabundo, más agradable es la sensación de ser turista. Si no hubiera vagabundos, los turistas tendrían que inventarlos... El mundo de los viajeros los necesita a ambos, y los necesita unidos: atados por un nudo gordiano que aparentemente nadie sabe desatar, y nadie tiene (ni busca) una espada para cortarlo.

Y así seguimos en marcha, turistas y vagabundos; los semituristas-semivagabundos que somos la mayoría de los miembros de nuestra sociedad de consumidores-viajeros. Nuestras suertes están entrelazadas hasta un grado que los intereses turísticos, mientras duren, no querrán reconocer.

Pero los dos destinos y experiencias de vida gestados por la suerte común dan lugar a dos percepciones drásticamente distintas del mundo, de sus males y de la manera de curarlos: distintas, pero similares en sus defectos, en su tendencia a pasar por alto tanto la red de dependencia mutua que subyace a cada una de ellas como su misma oposición.

Por un lado, una ideología empieza a tomar forma en los discursos, de los voceros globales, que incluyen según Johnathan Friedman, a "los intelectuales vinculados a los medios de comunicación; la *intelligentsia* de los medios; en cierto sentido, todos los que pueden costearse una identidad cosmopolita";² mejor dicho, los postulados tácitos que vuelven creíble una ideología mediante el sencillo expediente de negarse a cuestionarla: la clase de postulados que Pierre Bourdieu llamó recientemente *doxa*: "una prueba no debatida e indebatible" (Bourdieu 1997:19).

Por otro lado, están las acciones de los locales y los localizados a la fuerza, más precisamente, aquellos que intentan con creciente éxito recoger en sus velas políticas los vientos de ira que soplan desde los sectores de los *glebae adscripti*. El choque resultante no sirve para reparar el cisma sino todo lo contrario, aleja a la imaginación política de la suerte que ambos bandos deploran... aunque ostensiblemente por razones opuestas.

Friedman se burla del lenguaje de la cháchara cosmopolita: los términos de moda como "interidad", "dis-juntura", "tras-cendencia", que supuestamente sirven para algo más que expresar las vivencias de los que han soltado las amarras, los "ya emancipados", y

² Ésta y otras posteriores citas de Jonathan Friedman provienen de Friedman (1997:70-89).

también expresarían las de los aún no emancipados si no fuera por la desagradable y desalentadora tendencia a la "fronteridad" y la "esencialización". En este léxico, el privilegio y sus inseguridades aparecen como la "naturaleza humana" común o el "futuro de todos nosotros". Sin embargo, se pregunta Friedman,

¿Para quién es una realidad semejante trans migración cultural? En la obra de los saltadores de fronteras poscoloniales, siempre es el poeta, el artista, el intelectual, quien justifica el desplazamiento y lo objetiva en la palabra escrita. ¿Pero quién lee la poesía y qué otras clases de identificación se producen en los estratos más bajos de la realidad social? [...] En pocas palabras, los teóricos de los híbridos y la hibridación son producto de un grupo que autoidentifica y/o identifica el mundo en esos términos, no como resultado de una concepción etnográfica sino como acto de autodefinición... La esfera elitista global, culturalmente híbrida, está ocupada por individuos que comparten una experiencia del mundo muy diferente, vinculada a la política internacional, los centros académicos, los medios de comunicación y las artes.

La hibridación cultural de los globales puede ser una experiencia creadora y emancipadora, pero la reducción a la impotencia cultural de los locales rara vez lo es; resulta comprensible, aunque lamentable, que los primeros tiendan a confundir ambas y, por consiguiente, a presentar su propia variedad de "falsa conciencia" como prueba del deterioro mental de los segundos.

Pero para éstos -los locales por imposición más que por decisión propia- la desregulación, la disipación de las redes comunitarias y la individualización forzada del destino auguran una suerte muy distinta y sugieren estrategias diferentes. Citemos una vez más a Friedman:

La lógica desarrollada en los barrios de clase baja probablemente será muy distinta de la que aparece entre los instruidos viajeros mundiales de las industrias culturales... El gueto urbano, pobre, étnicamente mixto, es una arena que en lo inmediato no fomenta la construcción de nuevas identidades explícitamente híbridas. En períodos de estabilidad y/o expansión global, los problemas de supervivencia están estrechamente relacionados con el territorio y la creación de espacios vitales seguros. Tienden a prevalecer la identidad de clase y de gueto...

Dos mundos, dos percepciones del mundo, dos estrategias.

Y la paradoja: esta realidad *posmoderna* del mundo consumista regulado/desregulado, globalizador/localizador, encuentra apenas un reflejo pálido, unilateral, groseramente deformado en esta narrativa *posmoderna*. La hibridación y derrota de los esencialismos proclamada por el elogio posmoderno del mundo "globalizador" distan de transmitir la complejidad y las agudas contradicciones que desgarran al mundo. El posmodernismo, una de las muchas descripciones posibles de la realidad posmoderna, no hace más que expresar las vivencias de casta de los globales: la categoría vociferante, altamente audible e influyente, pero más bien estrecha, de los extraterritoriales y trotamundos. No explica ni expresa otras vivencias que también integran la escena posmoderna.

El destacado antropólogo polaco Wojciech J. Burszta reflexiona sobre los resultados de esta interrupción potencialmente desastrosa de las comunicaciones:

Las antiguas periferias evidentemente siguen su propio camino, se burlan de lo que dicen los posmodernos sobre ellas. Y éstos son más bien impotentes frente a las realidades del activismo islámico, la fealdad de los barrios marginales en México DF o incluso el negro acucillado frente a una casa vacía en el South Bronx. Son márgenes enormes, y no se sabe qué hacer con ellos... Bajo la delgada película de los símbolos, rótulos y servicios globales, hierve la caldera de lo desconocido, que no nos interesa gran cosa y sobre la cual tenemos poco para decir. (Wojciech 1996:74-75).

En esta cita, el término "periferias" se entiende en un sentido genérico: son esos espacios infinitamente numerosos que han sido afectados de manera profunda por los "símbolos, rótulos y servicios globales"... aunque no en la forma que anticipaban los exegetas de la globalización. Las "periferias" se extienden en torno de los enclaves pequeños, extraterritoriales en lo espiritual, pero físicamente muy fortificados, de la elite "globalizada".

La paradoja mencionada anteriormente conduce a otra: la era de la "comprensión espacio/tiempo", la transferencia desinhibida de la información y la comunicación instantánea, es también la de una ruptura casi total de la comunicación entre las élites cultas y el *populus*. Aquéllas ("los modernistas sin modernismo", según la feliz frase de Friedman: es decir, sin un proyecto universalizador) no tiene nada que decir a éste; nada que repercuta en su mente como eco de su propia experiencia y sus perspectivas de vida.

Referencias bibliográficas

Benedikt, Michael

- 1995 "On cyberspace and Virtual Reality", en *Man and Information Technology*, Real Academia Sueca de Ciencias de la Ingeniería, Estocolmo.

Bourdieu, Pierre

- 1997 "L'Architecte de l'euro passe aux aveux", en *Le monde diplomatique*, septiembre.

Friedman, Jonathan

- 1997 "Global crises, the struggle for cultural identity and intellectual porkbarrelling: cosmopolitans versus locals, ethnics and nationals in an era of de-hegemonisation", en Pina Werbner y Tariq Modood (comps.) *Debating Cultural Hybridity*, Zed Books, Londres.

Heller, Agnes

- 1995 "Where are we at home?" en *Thesis Eleven* 41.

Petrella, Ricardo

- 1996 "Une machine infernale", en *Le Monde Diplomatique*, junio.

Seabrook, Jeremy

- 1985 *Landscapes of Poverty*, Blackwell, Oxford.
1988 *The Race for Riches: The Human Cost of Wealth*, Marshall Pickering, Basingstoke.

Taylor, Mark C. y Saarinen, Esa

- s. f. *Imagologies: Media Philosophy*, Routledge, Telerotics 11, Londres.

Weber, Max

- 1976 *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, trad. al inglés de Talcott Parsons, George Allen & Unwin, Londres.

Wojciech J. Burszta

- 1996 *Czytanie kultury*, Łódź.