

***Fight Club*: la pelea por la identidad**

ANTHONY LÓPEZ GET
Escuela de Lenguas Modernas
Universidad de Costa Rica

Resumen

El presente estudio analiza los procesos de construcción de identidad en las sociedades de consumo expuestos en el filme *Fight Club* de David Fincher. Partiendo de la propuesta de Habermas sobre la individuación por medio de la socialización, vemos cómo esta película explora los efectos que la cultura material ejerce sobre los sujetos en su búsqueda por una identidad validada por el resto de la sociedad, una sociedad de consumo que construye identidades ficticias, simulacros –haciendo eco de Baudrillard- que tienen su base en objetos, no en sujetos. La cultura material provee a los objetos de significados más allá de la mera utilidad real; se tornan símbolos de estatus, representaciones de un *yo* acorde con las expectativas colectivas. Fincher nos presenta a su personaje principal como un individuo cuya identidad ha sido desmantelada y suplantada por símbolos materiales, y que busca, por medio del caos generado por su *álter ego*, encontrar una identidad “real” fuera del simulacro de existencia que le ha sido impuesto.

Palabras claves: identidad, individuación, cultura material, sociedad de consumo, simulacro, cine estadounidense

Abstract

The present study analyzes the processes of construction of identity in consumerist societies, as exposed in David Fincher’s film *Fight Club*. Based on Habermas’ proposal on the individuation by means of socialization, we see how Fincher’s film explores the effects that the material culture exerts over the subjects in search of a fictitious identity, simulacra, echoing Baudrillard, based on objects, not subjects. The material culture provides objects with signification beyond their mere utility; they become symbols of status, representations of a *self* according to the collective expectations. Fincher presents the main character as an individual whose identity has been dismantled and substituted for material symbols, and who looks, by means of the mayhem generated by his alter-ego, to find a “real” identity outside the simulacrum of existence imposed on him.

Key words: identity, individuation, material culture, consumerist society, simulacrum, American films

There is therefore a cause for the imaginary transposition of the real conditions of existence: that cause is the existence of a small number of cynical men who base their domination and exploitation of the 'people' on a falsified representation of the world which they have imagined in order to enslave other minds by dominating their imaginations.

Louis Althusser, *Ideology and Ideological State Apparatuses*

WARNING

If you are reading this then this warning is for you. Every word you read of this useless fine print is another second off your life. Don't you have other things to do? Is your life so empty that you honestly can't think of a better way to spend these moments?

Or are you so impressed with authority that you give respect and credence to all who claim it? Do you read everything you're supposed to read? Do you think everything you're supposed to think? Buy what you're told you should want? Get out of your apartment. Meet a member of the opposite sex. Stop the excessive shopping and masturbation. Quit your job. Start a fight. Prove you're alive. If you don't claim your humanity you will become a statistic. You have been warned. Tyler

Fight Club

El filme de David Fincher, *Fight Club*, explora la desolación del individuo contemporáneo en una sociedad de consumo —en este caso la sociedad estadounidense—. La cinta narra la historia de una persona común, con un trabajo de oficina y que posee todas las comodidades que la vida moderna ofrece, pero se siente incompleta e infeliz. Al encontrar su individualidad limitada por los parámetros establecidos por la sociedad, el protagonista, quien hallaba en sus posesiones materiales su identidad, experimenta un sentimiento de infelicidad y depresión que resulta en un perpetuo estado de insomnio y frustración. En su deseo incontrolable por encontrar alternativas a su pobre existencia, el narrador busca consuelo en actividades poco convencionales: desde asistir a grupos de apoyo para personas con enfermedades graves o terminales, hasta la creación del propio club de la pelea. Los diferentes personajes se ven envueltos en una especie de club social (o antisocial) en el que encuentran la posibilidad, por medio del dolor, de escapar del simulacro de realidad que dicta lo que un individuo debe ser: básicamente un consumidor. El filme de Fincher explora la desesperación del individuo en su búsqueda por una identidad real más allá de lo que la sociedad de consumo le impone, que lleva al protagonista a crear un alter ego dispuesto a generar el caos —social e identitario— como única forma de escape del simulacro de la existencia.

En “Individuación por vía de socialización. Sobre la teoría de la subjetividad de George Herbert Mead”, Habermas explica cómo el individuo sólo puede lograr su individuación por medio de socialización: “A medida que en el proceso de socialización el sujeto va haciendo suyo lo que las personas de referencia esperan de él, para después generalizar por vía de abstracción, e integrar, expectativas múltiples e incluso contradictorias, surge un centro interior desde el que se regula a sí mismo

un comportamiento individualmente imputable” (191). Sin embargo, cuando esta socialización está mediada por intereses políticos, económicos y corporativos, esto que los otros “esperan” del individuo es una construcción ya dada, según la cual se deben reprimir los deseos propios para adaptarse y ser aceptado en sociedad, para formar parte del simulacro de individualidad en el que el sujeto adopta símbolos y costumbres que lo identifican como un ser social racional, representaciones que aluden a una identidad que no tiene referente en lo real. Baudrillard explica:

Hay una proliferación de mitos de origen y signos de realidad; de realidades, objetividad y autenticidad de segunda mano. Hay un escalamiento de lo verdadero, de la experiencia vivida; una resurrección de lo figurativo donde el objeto y la sustancia han desaparecido. Y hay una aterrada producción de lo real y lo referencial, sobre y paralelo al pánico de la producción material. (mi traducción)

La autenticidad del individuo, su identidad única e irreemplazable, es suplantada por una identidad falsa, un “mito” de la realidad fundamentado en significantes vacíos de origen comercial sin referente alguno en la realidad, “es más bien una cuestión de sustituir signos de lo real por lo real mismo” (Baudrillard, mi traducción). De forma similar, Althusser propone que:

... no son sus condiciones reales de existencia, su mundo real, que los “hombres” se representan a sí mismos en la ideología, pero sobre todo es su relación con esas condiciones de existencia la cual les es representada ahí. Es esta relación la que está en el centro de toda representación ideológica –imaginaria por ejemplo- del mundo real. (164, mi traducción)

Estas representaciones imaginarias del mundo real, estos simulacros de la existencia del individuo tienen como fin, según Althusser, la reproducción de las condiciones de producción de las que depende un sistema, en este caso capitalista (127). El sistema reproduce condiciones falsas de individuación para así asegurarse la inserción del individuo en el sistema de producción y consumo, las cuales sustentan las condiciones de producción del sistema mismo.

En una sociedad de consumo, el individuo debe aceptarse en su rol de consumidor de bienes y servicios –tal y como lo hacen los demás miembros del grupo social- ya que estos “representan” quién es y cuál es su posición dentro de la estructura social; o como lo expone Britto, “... en la sociedad de consumo, no es el ser el que determina el consumo sino el consumo el que determina el ser” (29). Esto se logra adquiriendo, en el sentido mercantil de la palabra, símbolos y costumbres representativos de ese estatus.

El sujeto crea su identidad a partir de la adquisición de objetos y de prácticas supuestamente simbólicas de dicha identidad. Best y Kellner comentan que:

Había una vez en la que quién usted era, lo que hacía, el tipo de persona que era –sus elecciones y compromisos morales, políticos y existenciales-

las que constituían la identidad individual. Pero hoy en día es cómo luce, su imagen, su estilo, y lo que aparenta lo que constituye la identidad. (259, mi traducción)

Actualmente, es la cultura material la que determina quiénes somos en el contexto social; los objetos que consumimos dejan de ser meros objetos funcionales para convertirse en significantes de una identidad ficticia. Woodward plantea que los objetos ya no cumplen solamente la función utilitaria para la cual fueron creados; su significante ya no se refiere a ellos mismos, sino que son investidos de un nuevo significado dentro del “universo cultural”, y son erigidos como símbolos de estatus, de nuestra posición en el estrato social y de nuestra identidad (67). De forma similar, Jameson menciona que:

A estos objetos debemos reservarles la etiqueta platónica de “simulacros”: la copia idéntica de la que jamás ha existido el original. Con bastante coherencia, la cultura del simulacro se ha materializado en una sociedad que ha generalizado el valor de cambio hasta el punto de desvanecer todo recuerdo del valor de uso... (45)

El valor de uso, es decir el valor de la función específica para la que un objeto fue creado – llámese mesa, automóvil, camisa, etc. – deja de tener importancia en tanto se le pueda otorgar una función mucho más valiosa: la de diferenciarnos como individuos. Woodward explica que:

... la sociedad de consumidores contemporáneos se basa en la materialización de la distinción: la codificación de la diferencia cultural y de estatus en los objetos mismos . . . La sociedad exige esta comunicación intersubjetiva de estatus, y los símbolos de estatus son usados por las personas para dividir el mundo en categorías de personas. (113-114, mi traducción)

En el mismo sentido, Daniel Bell propone que:

La cultura, para una sociedad, un grupo o una persona, es un proceso continuo de sustentación de una identidad mediante la coherencia lograda por un consistente punto de vista estético, una concepción moral del yo y un estilo de vida que exhibe esas concepciones en los objetos que adornan a nuestro hogar y a nosotros mismos, y en el gusto que expresa esos puntos de vista.

Por medio de los objetos establecemos la distinción. Esta es la forma en que los sujetos buscan sustentar su identidad única en relación con los demás, aun cuando todos los demás utilicen básicamente los mismos objetos.

No obstante, como lo plantea Marcuse en *El hombre unidimensional*:

... esta sociedad es irracional como totalidad. Su productividad destruye el libre desarrollo de las necesidades y facultades humanas, su paz se mantiene

mediante la constante amenaza de guerra, su crecimiento depende de la represión de las verdaderas posibilidades de pacificar la lucha por la existencia en el campo individual, nacional e internacional. (19-20)

La “racionalidad” en una sociedad de consumo se basa en reprimir al sujeto y dominarlo, suprimiendo su racionalidad y convirtiéndolo en un mero ente trabajador y consumista. Se nos presenta como una sociedad de libertades, de posibilidades, de placer y comodidad; no obstante, dichas libertades están diseñadas para sujetar al individuo a un esquema de producción cerrado y uniforme sin necesidad de una política abiertamente autoritaria. Marcuse explica que:

Una sociedad que parece cada día más capaz de satisfacer las necesidades de los individuos por medio de la forma en que está organizada, priva a la independencia de pensamiento, a la autonomía y al derecho de oposición política de su función crítica básica. Tal sociedad puede exigir justamente la aceptación de sus principios e instituciones, y reducir la oposición a la mera promoción y debate de políticas alternativas dentro del status quo. En ese respecto, parece de poca importancia que la creciente satisfacción de las necesidades se efectúe por un sistema autoritario o no-autoritario. (32)

Al ofrecer el sistema una vida de supuesto bienestar en la que, a cambio de su trabajo y sumisión, el sujeto puede ver satisfechas sus necesidades básicas y creadas, se suprime la individualidad real y el deseo de alcanzarla.

La libertad de pensamiento y comportamiento, según Marcuse, se ve reducida en tanto que “la vida administrada es la vida más cómoda e incluso la «buena vida»” (80), o como lo expone Lyon, “¿Quién podría rechazar el sueldo fijo, la lata de Coca-Cola y el teléfono?” (60). La “libertad” de escogencia y adquisición de bienes y servicios, por medio del trabajo remunerado, es la forma en que un individuo se realiza como tal, y proyecta en ellos su identidad como miembro del grupo social, aun cuando su identidad “real” no tenga relación con dichos significantes. Althusser explica que: “El individuo en cuestión se comporta en tal y tal forma, adopta tal o cual actitud práctica y, aún más, participa en ciertas prácticas regulares que son las del aparato ideológico del que dependen las ideas que él ha escogido, libremente y en plena consciencia, como sujeto” (167, mi traducción). Nuestra “libertad” de comportamiento, de escogencia, está sujeta desde el comienzo a la ideología y a las condiciones de producción del sistema y no a nuestras propias decisiones como individuos. De forma similar, Marcuse propone que:

La gente se reconoce en sus mercancías; encuentra su alma en su automóvil, en su aparato de alta fidelidad, su casa, su equipo de cocina. El mecanismo que une el individuo a su sociedad ha cambiado, y el control social se ha incrustado en las nuevas necesidades que ha producido. (39)

Este mecanismo de control, nos dice Marcuse, sujeta al individuo en un círculo de ganancias y gastos, y crea una serie de necesidades “falsas” –junto con las

necesidades “verdaderas”- en donde: “La mayor parte de las necesidades predominantes de descansar, divertirse, comportarse y consumir de acuerdo con los anuncios, de amar y odiar lo que otros odian y aman, pertenece a esta categoría de falsas necesidades” (35). En este sentido, la individuación de Habermas ocurre más por medio del consumo en sociedad que por la interacción real entre individuos, y es una individuación prefabricada y uniforme. De esta forma, el sistema de producción atrapa a los individuos en su red de producción y consumo, se apodera de todos los aspectos de su vida, incluso de su tiempo libre, y crea una falsa idea de igualdad entre los sujetos por medio de la adquisición de bienes. Marcuse explica que:

Los medios de transporte y comunicación de masas, los bienes de vivienda, alimentación y vestuario, el irresistible rendimiento de la industria de las diversiones y de la información, llevan consigo hábitos y actitudes prescritas, ciertas reacciones emocionales e intelectuales que vinculan de forma más o menos agradable los consumidores a los productores y, a través de éstos, a la totalidad. Los productos adoctrinan y manipulan; promueven una falsa conciencia inmune a su falsedad. Y a medida que estos productos útiles son asequibles a más individuos en más clases sociales, el adoctrinamiento que lleva a cabo deja de ser publicidad; se convierte en modo de vida. (42)

Los sujetos se ven envueltos en un esquema de producción y consumo que proyecta una falsa idea de igualdad entre los anteriormente diferenciados estratos sociales, al existir opciones similares de consumo para prácticamente todos los sectores productivos y clases sociales. Al respecto, Adorno y Horkheimer explican que:

Las distinciones enfáticas, como aquellas entre films de tipo a y b o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente. El hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su level determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo. (2)

La diferenciación existe, se delinea claramente; no obstante, se crea una idea de igualdad de acceso a productos, claro está, similares a los de las altas esferas, y que, de igual forma, nos identificarán como individuos en el estrato social al que pertenecemos. “La transformación cultural de la sociedad moderna”, nos dice Daniel Bell, “se debe, sobre todo, al ascenso del consumo masivo, o sea, a

la difusión de los que antaño eran considerados lujos a las clases media y baja de la sociedad.” Sin embargo, estas prácticas de individuación por medio del consumo son insuficientes para llenar el vacío de la identidad del individuo, resultando, según Marcuse, en “la euforia dentro de la infelicidad” (35). Ahora bien, un sujeto no puede optar por una vida alternativa fuera del sistema de consumo sin ser excluido, alienado del aparato social.

“... El amo no dice más: debes pensar como yo o morir. Dice: eres libre de no pensar como yo, tu vida, tus bienes, todo te será dejado, pero a partir de este momento eres un intruso entre nosotros”. Quien no se adapta resulta víctima de una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del aislado. Excluido de la industria, es fácil convencerlo de su insuficiencia. Mientras que en la producción material el mecanismo de la oferta y la demanda se halla ya en vías de disolución, continúa operando en la superestructura como control que beneficia a los amos. Los consumidores son los obreros y empleados, farmers y pequeños burgueses. La totalidad de las instituciones existentes los aprisiona de tal forma en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece. Y como los dominados han tomado siempre la moral que les venía de los señores con mucha más seriedad que estos últimos, así hoy las masas engañadas creen en el mito del éxito aun más que los afortunados. Las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza. (Adorno y Horkheimer 8)

El simulacro de libertad de elección se materializa en el exilio del disidente. Volviendo a Habermas, al ser el proceso de individuación un proceso social, el excluido no podrá buscar su individuación fuera del aparato social en tanto no se adapte a las reglas y se convierta en un sumiso y feliz consumidor. Adorno y Horkheimer explican como:

La pseudoindividualidad constituye la premisa del control y de la neutralización de lo trágico: sólo gracias al hecho de que los individuos no son en efecto tales, sino simples entrecruzamientos de las tendencias de lo universal, es posible reabsorberlos integralmente en lo universal. La cultura de masas revela así el carácter ficticio que la forma del individuo ha tenido siempre en la época burguesa, y su error consiste solamente en gloriarse de esta turbia armonía de universal y particular. El principio de la individualidad ha sido contradictorio desde el comienzo. Más bien no se ha llegado jamás a una verdadera individuación. La forma de clase de la autoconservación ha detenido a todos en el estadio de puros seres genéricos. (20)

En la universalización, en la uniformidad y en la penalización social del que no se adapte a dichos estándares, se sustenta el simulacro de identidad en las sociedades de consumo. Esta limitada opción de individuación puede llevar a los

sujetos a generar conflictos internos, tales como los que sufren los personajes del filme *Fight Club*, y a revelarse de una forma u otra en busca de su propia identidad.

La película presenta al protagonista y narrador, interpretado por Edward Norton, como un sujeto que entra en conflicto con su identidad “real” –lo que quiere ser- y su identidad creada –la del sujeto esclavizado por el consumo-. El primer punto por resaltar es la ausencia de un nombre para el protagonista. El filme nunca revela el nombre del personaje de Norton, no porque no sea importante, sino para exponer el conflicto de identidad por el que este individuo está atravesando. El único nombre con el que el narrador se identifica, de algún modo, es el de “Jack” – un personaje ficticio tomado de una serie de fascículos en los que los órganos y otras partes del cuerpo de “Jack”, tales como su bulbo raquídeo, su colon y su conducto biliar, explican en primera persona sus funciones –; sin embargo, nuestro héroe lo hace personificándose en algún sentimiento o proceso corporal de “Jack” para expresar lo que siente: “Soy el furioso conducto biliar de Jack”, “Soy el sudor frío de Jack”, “Soy la total falta de sorpresa de Jack”, “Soy la sonriente venganza de Jack”, “Soy la vida desperdiciada de Jack”, “Soy el ardiente sentido de rechazo de Jack”, “Soy el corazón partido de Jack” (mi traducción).

El protagonista recurre, tal y como se lo dicta la sociedad de consumo, a la adquisición de bienes materiales para definirse como individuo:

Como muchos otros, me había vuelto un esclavo del instinto de anidar de Ikea ... Sí veía algo ingenioso, como una mesita de café en forma de yin-yang, tenía que tenerla. El set de oficina personal de Klipsk. La bicicleta de ejercicios Hovetrekke. O el sofá Ohamshab con el patrón verde con rayas Strinne ... Ojeaba los catálogos y me preguntaba “¿Qué tipo de juego de mesa me define como persona?”. Solíamos ver pornografía, ahora vemos la colección Horchow. (mi traducción)

El protagonista busca su identidad en objetos que lo “definen como persona”, exponiendo el simulacro de la identidad del individuo; su vida son sus posesiones materiales, su identidad es reducida a los símbolos que la sociedad de consumo le dice que reflejan su identidad. Su apartamento y sus objetos son simulacros de una realidad que ya no existe: la posibilidad de tener una identidad “real”, propia, individuada del resto dentro del sistema. Su condominio, sus muebles, incluso su ropa reflejan su posición en la sociedad. “Lo tenía todo en esa maleta. Mis camisas Calvin Klein, mis zapatos DKNY, mis corbatas AX” (mi traducción), dice el narrador al perder su equipaje después de un vuelo. El uso de la palabra “todo” no es gratuito, al significar estos objetos de marcas reconocidas “todo” lo que él tiene para reconocerse como individuo. Al ver sus posesiones destruidas tras la explosión de su condominio, su identidad – o lo que él reconocía como tal – se tambalea: “Cuando comprás muebles, te decís a vos mismo, ya está. Este es el último sofá que voy a necesitar. Lo que sea que pase, ya tengo el problema del sofá resuelto. Lo tenía todo. Tenía un estéreo bastante decente. Un guardarropa cada vez más respetable. Estaba casi completo” (mi traducción). El sujeto se ve

completo a través de sus posesiones, simulacros de una vida de éxito, comodidad y estatus en los que su funcionalidad es únicamente esa, la de reflejar cómo queremos que los otros nos vean. Al encontrar su gabinete de condimentos destruido en plena calle, a la vista de los transeúntes, se dice: “Qué vergonzoso. Una casa llena de condimentos y sin comida”. Se avergüenza al ver su fachada, su simulacro de vida expuesto ante la mirada de los demás, de los que validan su individualidad.



Captura de pantalla 1 y 2: Los muebles y el condominio del protagonista son significantes de su identidad y de su funcionalidad como tales. Al verlos destruidos, su identidad, tal y como la conocía, se ve destruida también.

El conflicto identitario en el que se ve envuelto el narrador se refleja en su depresión, su infelicidad y su actitud ante la vida. Su insomnio es un efecto secundario del sentimiento de impotencia ante la imposibilidad de definirse como el individuo que realmente quiere ser y que lo lleva a descubrir el simulacro de la realidad: “Con insomnio, nada es real. Todo está muy lejano. Todo es una copia de una copia de una copia” (mi traducción). Por primera vez, en un estado de semiconsciencia, logra ver la realidad tal y como es, una copia de patrones y estilos de vida que en realidad no lo definen como individuo. El narrador busca desesperadamente, en medio del trajín de la vida moderna, alternativas de escape de su construcción de individuo:

Te despertás en el SeaTac. SFO. LAX. Despertás en el O’Hare. Dallas Fort Worth. BWI. Pacífico. Montaña. Central. Perdés una hora. Ganás una hora ... Esta es tu vida, y se acaba un minuto a la vez. Te despertás en el Air Harbor International. Si te despertás a una hora diferente en un lugar diferente, ¿te podés despertar como una persona diferente? (mi traducción)

Este personaje ve cómo su vida se acaba, “un minuto a la vez” entre un vuelo y otro, entre las horas en que realiza el trabajo que odia y desea despertar como

un individuo distinto. Y es aquí donde la muerte y el dolor vienen a simbolizar, no solo para el narrador sino también para otros personajes, la única forma de escape de su monótona existencia.

El narrador comenta: “Cada vez que el avión se ladeaba demasiado al despegar o aterrizar, rogaba por un choque o una colisión en pleno vuelo. Cualquiera cosa. El seguro de vida paga triple si te morís en un viaje de negocios” (mi traducción). Esta cita refleja cómo el narrador ve en la muerte su salvación; sin embargo, el comentario sobre el seguro de vida sugiere que, aun en esos términos, el aspecto monetario logra permear sus delirios de escape. Por otro lado, al referirse a Marla Singer, el único personaje femenino en el filme, el narrador comenta, “La filosofía de vida de Marla era que podía morir en cualquier momento. Lo trágico es que no ocurría” (mi traducción). Ambos personajes, frustrados por su existencia, incapaces de encontrar una razón para vivir en ellos mismos, encuentran refugio en el dolor de personas cercanas a la muerte. Empiezan a asistir a grupos de apoyo para personas con enfermedades físicas y emocionalmente dolorosas. El narrador explica su primera experiencia en estos grupos de apoyo: “Y entonces... algo ocurrió. Me dejé llevar. Es realmente bueno. Perdido en el olvido. Oscuro y silencioso y completo. Encontré la libertad. Perder toda fe era libertad ... Los bebés no duermen tan bien. Me volví adicto. Sí no decía nada, la gente siempre asumía lo peor. Lloraban más fuerte, entonces yo lloraba más fuerte” (mi traducción). El narrador se monta su propio simulacro al fingir estar enfermo de parásitos en la sangre o de cáncer en los testículos; sin embargo, este es su propio simulacro y no el que le es impuesto. Al llorar, se ve completo y libre y, resucitado en un ser nuevo, logra superar su insomnio: “Cada noche moría. Y cada noche nacía nuevamente. Resucitado ... Estas eran mis vacaciones” (mi traducción). Sin embargo, al ingresar Marla a los mismos grupos su catarsis se ve interrumpida. “Marla, la gran turista. Su mentira reflejaba mi mentira. Y de repente, no sentí nada. No podía llorar. Así que, de nuevo, no podía dormir” (mi traducción). Esto lleva al narrador a buscar una nueva válvula de escape de su infeliz existencia.

Tyler Durden es el alter ego sobre el cual el narrador proyecta su identidad reprimida. No solo en su apariencia física, sino también en su comportamiento y filosofía de vida, Tyler representa todo aquello que el narrador quiso ser: un individuo libre y completo. Tyler explica:

Estabas buscando una forma de cambiar tu vida. No podías hacer esto solo. Todas las formas en las que querías ser, ese soy yo. Me veo como vos querés verte, cojo como vos querés coger. Soy inteligente, capaz y, lo más importante, soy libre en todas las formas en que vos no lo sos ... La gente lo hace todo el tiempo. Se hablan a sí mismos. Se ven como quisieran ser. Ellos no tienen el coraje como vos de dejarse llevar. Naturalmente estás luchando contra ello, así que todavía, algunas veces seguís siendo vos ... Poco a poco, te estás dejando convertir en Tyler Durden. (mi traducción)

Tal y como lo menciona Tyler, toda persona recurre a estrategias similares de proyección de sus deseos en ideales ficticios al verse impedidos de hacerlo en el

mundo real. La filosofía de Tyler se ve reflejada en su diálogo con el narrador sobre la pérdida de sus posesiones materiales:

(Tyler) –¿Sabés que es un Duvet?

(Narrador) – ¿Un edredón?

(Tyler) – Es una sábana. Una simple sábana. ¿Por qué tipos como nosotros saben qué es un duvet? ¿Es acaso esencial para nuestra supervivencia en el sentido cazador-recolector de la palabra? No. ¿Qué somos entonces?

(Narrador) – No sé, somos, qué sé yo, consumidores...

(Tyler) – Exacto. Somos consumidores. Somos los subproductos de una obsesión con el estilo de vida. Asesinato, crimen, pobreza. Estas cosas no me preocupan. Lo que me preocupa son las revistas de celebridades, la televisión con 500 canales, el nombre de un tipo en mi ropa interior. Rogaine. Viagra. Olestra ... Así que a la mierda con tu sofá Strinne con rayas verdes. Yo digo nunca estés completo. Yo digo dejá de ser perfecto. Yo digo, evolucionemos. Dejemos que las fichas caigan donde sea ... Perdiste un montón de soluciones versátiles para la vida moderna ... Las cosas que poseés terminan poseyéndote. (mi traducción)

Desde la perspectiva de Tyler Durden, la sociedad de consumo nos convierte en esclavos de los objetos que adquirimos y nos “libra” de cualquier pensamiento sobre situaciones más significativas como la pobreza o el crimen. Tyler y el narrador discuten sobre cómo la sociedad, por medio de la familia en este caso, dicta los pasos que debemos seguir para consagrarnos como individuos aceptados.

Mi papá nunca fue a la universidad. Así que era realmente importante que yo fuera ... Me gradué. Lo llamo de larga distancia y le digo “Papá. ¿Y ahora qué?” Y dice “Consigue trabajo” ... Ahora tengo 25 años. Hago mi llamada anual. Le digo “Papá, ¿Y ahora qué?” Y me dice “No sé. Casate”. (mi traducción)

Cual receta para el éxito, un título universitario, un trabajo estable, una familia, son los pasos por seguir para convertirnos en individuos completos. En oposición, Tyler propone una existencia alternativa a la vida de comodidades, de consumo: “No sos tu trabajo. No sos el dinero que tenés en el banco. No sos el auto que manejas. No sos lo que tenés en la billetera. No sos tus putos Khakis. Sos la mierda cantante y danzante del mundo” (mi traducción). Propone que nuestra identidad no depende de los lineamientos que la sociedad de consumo nos impone, y lleva a la práctica dicha forma de vida al renunciar a las comodidades de la vida moderna y al buscar, por medio del dolor y el caos, la liberación del individuo.

La casa de Tyler no se parece en nada al condominio en el que el narrador vivía. Es una vieja casa abandonada llena de goteras y cayéndose de a poco. El narrador comenta: “Qué mierdero. Nada funciona. Encender una luz significa que otra luz se va a apagar en la casa. Cada vez que llovía teníamos que cortar la energía. Para el final del primer mes, ya no extrañaba la televisión” (mi traducción).



Captura de pantalla 3 y 4: imágenes de la residencia de Tyler.

El narrador encuentra en esta pocilga un lugar donde escapar del asedio de la vida moderna. La falta de un refrigerador funcional, de un televisor, dejan de ser eso, una falta, y se revelan como lo que son, meros bienes y servicios dispensables para la supervivencia del individuo.

Por otro lado, Tyler y el narrador descubren cómo, por medio del dolor, de los moretones, lograban sentirse vivos. En su primer encuentro, ambos descubren el potencial liberador que el dolor de una pelea les puede brindar. A través de las peleas, del dolor y de las cicatrices, los personajes que participan del Club de la pelea descubren, como lo dice Tyler, aspectos de ellos mismos más allá de su rutinaria vida. “Solía ser”, menciona el narrador, “que cuando volvía a casa enojado y deprimido, simplemente limpiaba mi condo. Pulía mis muebles escandinavos. Debía estar buscando un nuevo condo. Debía estar peleando con mi compañía de seguros. Debía estar molesto por mi linda y flamante mierda. Pero no lo estaba” (mi traducción). Ya sus posesiones no le conciernen, dejan de tener la importancia que tenían, dejan de definirlo como individuo: “No estabas vivo en ningún otro lugar como lo estabas ahí” (mi traducción). El personaje de Bob, parte del grupo de apoyo para personas con cáncer de testículos, sufre un cambio radical en el filme. Al inicio, el narrador lo describe como una persona triste y acabada:

Y así fue como conocí al grandulón. Sus ojos ya envueltos en lágrimas. Rodillas juntas. Esos torpes y pequeños pasos ... Yo [Bob] me metía cosas. ¿Esteroides, me entendés? Diabonal y Wisterol. Por Dios, eso lo usan en caballos de carreras. Y ahora estoy en bancarrota, divorciado. Mis dos hijos ni siquiera me devuelven las llamadas. (mi traducción).

Más adelante, cuando Bob se une al club, se presenta como una persona totalmente diferente: “Cómo estás Bob?”, y él responde “Mejor que en toda mi vida” (mi traducción)



Captura de pantalla 5 y 6: En estas imágenes vemos como el personaje de Bob, un ser socialmente marginado, físicamente mutilado (sus testículos, símbolo de su masculinidad, fueron removidos y a cambio desarrolló senos), renace en un individuo fuerte, viril, libre.

El narrador ya no erige su ropa de marca, o sus muebles escandinavos, como símbolos identitarios; ahora son las marcas de las peleas, su ropa manchada y desordenada las que determinan quién es: “Sí, estos son moretones de peleas. Sí, estoy cómodo con eso. Soy un iluminado” (mi traducción).



Captura de pantalla 7: El Narrador logra dejar el trabajo que odia y “convence” a su jefe mantenerlo en la nomina, con lo que logra financiar el club de la pelea. Sale de su oficina cubierto en sangre, con la nariz rota, y con su orgullo en alto.

Esta iluminación, esta liberación de las ataduras sociales, llevan a Tyler (el narrador) a crear el proyecto “Mayhem” (Caos), por medio del cual intenta liberar al resto de prisioneros de la sociedad de consumo y expone su visión acerca de la posición de la clase trabajadora dentro del sistema capitalista, del simulacro de la sociedad moderna,

Veo en el Club de la Pelea a los hombres más fuertes e inteligentes que han vivido. Veo todo este potencial. Y lo veo desperdiciado. Maldita sea, una generación entera bombeando gasolina. Sirviendo mesas. Esclavos con cuello blanco. La publicidad apunta al gusto por autos y ropa. Trabajamos en empleos que odiamos para comprar mierdas que no necesitamos. Somos los hijos del medio de la historia. Sin propósito ni lugar. No tenemos una Gran Guerra. Ni Gran Depresión. Nuestra gran guerra es una guerra espiritual. Nuestra gran depresión son nuestras vidas. Todos hemos sido criados por la televisión para creer que un día todos seremos millonarios y dioses de las películas y estrellas de rock. Pero no lo seremos. Poco a poco estamos comprendiendo los hechos. Y estamos muy puteados. (mi traducción)

Por medio del proyecto “Mayhem”, Tyler se propone liberar, aunque sea a la fuerza, a las personas atacando directa y violentamente a las corporaciones y a los grupos de poder. Tal y como lo expone el narrador: “Cuando la exploración espacial aumente, van a ser las corporaciones las que le pongan nombre a todo. La Esfera Estelar IBM. La Galaxia Microsoft. El Planeta Starbuck” (mi traducción), exponiendo así el control que las corporaciones ejercen sobre nuestras vidas. El grupo no solo destruye obras de arte corporativo y establecimientos de franquicias de cafés, sino que amenaza a las autoridades policiales para que no interfieran. Tyler amenaza a uno de estos altos oficiales diciéndole: “La gente que está buscando es la gente de la que usted depende. Nosotros cocinamos su comida. Recogemos su basura. Conectamos sus llamadas. Manejamos sus ambulancias. Lo cuidamos mientras duerme. No nos joda” (mi traducción). Esta afirmación empodera a las masas, exhortándolas a no tener miedo de la autoridad, al poseer los primeros el control sobre las actividades más cotidianas de las que dependen los grupos de poder. Finalmente, Tyler pretende destruir los edificios de distintas compañías de tarjetas de crédito para así borrar de sus bases de datos los registros de las deudas de los consumidores: “Por estas ventanas veremos el colapso de la historia financiera. Un paso más cerca del equilibrio económico” (mi traducción). Dicho equilibrio económico liberaría a los individuos de las ataduras del crédito, de las deudas y del consumo, y generaría el caos del sistema, o al menos esa es la intención. En el mundo de Tyler, la sociedad volvería a un estado precapitalista y preindustrial:

En el mundo que yo veo, acechamos alces por los húmedos bosques alrededor de las ruinas del Rockefeller Center. Vestiremos ropa de cuero que nos durará el resto de nuestras vidas. Escalaremos por las enredaderas que envuelven la Torre Sears. Y cuando veamos hacia abajo, veremos pequeñas figuras moliendo maíz, poniendo tiras de carne de venado en los carriles de descanso de una superautopista abandonada. (mi traducción)

Todo aquello que en nuestras sociedades de consumo simboliza el desarrollo a costa del individuo, se presenta en ruinas, sobre las cuales este, ya no el consumidor, sería libre de ser quien es.

Fight Club expone, con un humor negro brillante, el simulacro de identidad que vivimos en las sociedades de consumo contemporáneas. Hemos visto cómo la fachada identitaria, construida a partir de los objetos que consumimos, crea un vacío en el que los sujetos no logran, de manera efectiva, reconocerse como individuos completos. Los personajes del filme, sujetos “desviados” que representan el malestar de la vida moderna, encuentran en prácticas poco comunes, y hasta censurables por parte del resto de la sociedad conformista, su redención, al sentirse vivos, únicos y completos por primera vez. Es a partir del dolor, de estar cerca de la muerte, que los miembros del Club de la pelea sienten, despiertan del letargo de la vida de consumo, y logran encontrar una forma de vida alternativa fuera del sistema. A pesar de que el narrador termina eliminando a su álter ego, al considerar sus prácticas extremas, aprende a ver el mundo a través de un cristal distinto, como un nuevo individuo libre en la autocomprensión de su realidad y de su posición en la sociedad, más allá de sus posesiones materiales.

Bibliografía

- Adorno, Theodor y May Horkheimer. “La Industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas.” *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana, 1988. Print.
- Althusser, Louis. “Ideology and Ideological State Apparatuses.” *Lenin and Philosophy and other Essays*. Trans Ben Brewster. New York: Monthly Review Press, 1971. Print.
- Baudrillard, Jean. Simulacra and Simulation. Stanford University. 2 dic. 2009. 1994. Web.
- Bell, Daniel. *Las Contradicciones del Capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial, 1997. Print.
- Best, Steven and Kellner Douglas. *Postmodern Theory*. New York: Guilford Press. 1991. Print.
- Britto, Luis. *El Imperio Contracultural del Rock a la Postmodernidad*. Caracas: Nueva Sociedad, 1991. Print.
- Fight Club*. Dir. David Fincher. Fox 2000 Pictures, 1999. Film.
- Habermas, Jürgen. “Individuación por vía de socialización. Sobre la teoría de la subjetividad de George Herbert Mead.” *Pensamiento Postmetafísico*. España: Taurus, 1990. Print .188-239.
- Jameson, Frederic. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Trad. José Luis Pardo Tório. Barcelona: Ediciones Paidós, 1991. Print.
- Lyon, David. *Postmodernidad*. Madrid: Alianza Editorial, 2000. Print.
- Marcuse, Herbert. *El hombre unidimensional*. Trans. Antonio Elorza. Barcelona: Planeta De Agostini, 1995. Print.
- Woodward, Ian. *Understanding Material Culture*. Los Angeles: Sage Publications, 2007. Print.

