

Mediación, política e ideología en el siglo XXI

El reencantamiento del mundo

identificación e interpasividad en los procesos comunicacionales

La comunicación, por el puente de los medios de comunicación, se está convirtiendo (¿se habrá convertido ya?) en el nuevo lazo social desde las categorías de la identificación y la interpasividad. Así, los aparatos mediáticos están en el centro de los grandes debates de estos tiempos, pero también en el imaginario por la lucha del poder. En ese sentido, los medios de comunicación ponen en juego el porvenir de unos cuantos espectros que pensábamos olvidados.

■ Héctor Bujanda

“Es a esto lo que apunta la noción (...) del sujeto descentrado: mis más profundos sentimientos pueden ser exteriorizados radicalmente; puedo, literalmente, reír y llorar a través del otro”

Slavoj Žižek

EL FANTASMA DEL UNO

Hay fantasmas que se niegan a morir. O mejor dicho, hay fantasmas que no cesan de estar, que siguen asediando a los vivos por todos los rincones y armarios de la casa. Hay fantasmas que se resisten a cualquier duelo, a cualquier fiesta en su nombre, a cualquier conjura. Son fantasmas que no descansan, que no se agotan, que no envejecen. Terco e impenitentes, se parecen a aquel cadáver en plena putrefacción que deja perplejo a un personaje de Dostoievski, porque a diferencia de los otros muertos locuaces que hay en el cementerio, este cadáver apenas logra articular una palabra enigmática, un vocablo que no tiene traducción: *Bobok*.

Hay quienes consideran, y no por terquedad ni por superstición, que el más temible espectro político que ha tenido la modernidad le ha dado por reaparecer, se

aloja en continentes desiguales y pobres como Latinoamérica, aterrando a los más seguros y a los más poderosos. Se trata del fantasma que identifica Marx (1818-1893) en las primeras líneas de su célebre Manifiesto: “Un fantasma recorre Europa, el fantasma del comunismo”. Mucho se ha dicho del comienzo del *Manifiesto Comunista*, pero me interesa en particular la lectura que hiciera Jacques Derrida del fantasma, como el anuncio de algo inminente, como la aparición de algo que nunca llega a cristalizar o a institucionalizarse definitivamente: *la comunidad de los iguales*. Decía el filósofo francés en los años más devaluados del *Manifiesto Comunista*, en los 90, cuando se celebraba a todo pulmón el fin del socialismo, que la lógica del fantasma en Marx habla de una dimensión de lo por venir que nunca termina de llegar, es decir, que el fantasma del *Manifiesto* es un llamado mesiánico, una promesa que no tiene fundamento científico. Y en su profunda negatividad, en esa fuerza intangible de la promesa que flota entre los vivos, radica el poder que tiene para convocar y para advenir, dos valores fundamentales de la política, encarnados en la idea de la pasión y la gesta.

“Lo que sucede entre dos, entre todos los ‘dos’ que se quiera, como entre vida y muerte, siempre precisa, para mantenerse, de la *intervención* de algún fantasma. Entonces, habría que saber de espíritus. Incluso y sobretodo si eso, lo espectral, *no es*. Incluso, y sobre todo si eso, que no es sustancia ni esencia ni existencia, *no está nunca presente como tal*. El tiempo del ‘aprender a vivir’, un tiempo sin presente rector, vendría a ser esto, y el exordio nos arrastra a ello: aprender a vivir *con* los fantasmas, en la entrevista, la compañía o el aprendizaje, en el comercio sin comercio con y de los fantasmas. A vivir de otra manera. Y mejor. No mejor: más justamente. Pero *con* ellos. No hay *ser-con* el otro, no hay *socius* sin este *con-ahí* que hace al *ser-con* en general más enigmático que nunca. Y ese *ser-con* los espectros sería también, no solamente pero sí también, una política de la memoria, de la herencia y de las generaciones”. [Derrida, 2003:12]

Ser-con el otro obliga a vivir con los fantasmas, nos dice Derrida, y eso define una política de la memoria, de la herencia y de las generaciones que debe trascender la trillada polarización que existe a la hora de afirmar la lógica moderna: la Historia *la hacen los vencedores*, o bien *los yup-pies y empresarios exitosos*. La lectura

“

La vigencia extraordinaria del *Manifiesto* se encuentra en la manera de tipificar la lógica del capitalismo: para reproducirse necesita trascender las fronteras.

Es decir, la única frontera del capitalismo es el capital mismo. Marx anticipaba el escenario único del mercado global. El *Manifiesto* dibuja de manera precisa la forma de evolucionar de la sociedad estructurada por el capital

”

derrideana es sumamente productiva, está hecha como revisión necesaria e impostergable de los tantos sucesores de Marx que, cuando trataron de responder al desafío de darle vida al *fantasma comunista*, lo terminaron convirtiendo en un calcificado y monológico *Espíritu totalitario*.

El espectro que Derrida recupera en Marx no establece nada a priori. *Es un fantasma sin atributos*. Un vacío que cada época trata de llenar como puede, para *alcanzar la justicia* largamente esperada, o para *saldar* deudas infinitas. El fantasma en Derrida, podemos decir, se parece un poco al muerto de Dostoievski: un cuerpo tirado en el cementerio, que sólo atina a decir una palabra que es incomprendible para el presente: *Bobok*.

Ha corrido mucha tinta desde aquel 24 de febrero de 1848, hace exactamente 160 años, cuando el *Manifiesto Comunista* fue publicado. Funcionó, en toda su fuerza fantasmal, como un opúsculo que diagnosticaba certeramente el presente, y anunciaba luchas internacionales por venir, que redimensionaban la idea de *lugar, tiempo y comunidad*. A partir de ese texto seminal, se comprendió que el mundo marchaba hacia una configuración única, que sólo podía llegar a ser derrotada por su doble espectral, el fantasma comunista.

FANTASMAS MÚLTIPLES

La vigencia extraordinaria del *Manifiesto* se encuentra en la manera de tipificar la lógica del capitalismo: para reproducirse necesita trascender las fronteras. Es decir, la única frontera del capitalismo es el capital mismo. Marx anticipaba el escenario único del mercado global. El *Manifiesto* dibuja de manera precisa la forma de evolucionar de la sociedad estructurada por el capital. Pudo vislumbrar la manera cómo el capitalismo se transforma a partir de sus propias contradicciones locales –gracias a la acumulación de plusvalía y al flujo incesante de inversiones– hasta expandirse por el mundo entero.

Este movimiento en el cual el capital llega a independizarse del conjunto de relaciones sociales concretas (territorio, nación, conjunto social), termina disolviendo todas las estructuras simbólicas tradicionales: los imaginarios religiosos, los antiguos vínculos comunitarios, las ideologías que funcionaban, orgánicamente, para construir la idea de una comunidad *cerrada*.

Liquidando tradiciones e imaginarios estables (aquí la referencia a *liquidar* no tiene nada que ver con exterminar, sino con convertir en *líquido lo sólido*, imagen que tanto ha usado el sociólogo Zigmunt Bauman para describir esta época), el capitalismo crea, paradójicamente, su propia abstracción: la del mercado, la democracia representativa y la formalización de los derechos humanos, formas ideológicas e imaginarios políticos que sirven para integrar o aglutinar en el contexto intangible de la globalización. Esta abstracción ideológica podríamos interpretarla como la brecha que abre el espacio a nuevas constelaciones sociales, simbólicas y culturales, sobredeterminadas por las demandas particulares y la diversidad precaria de sus expresiones. Marx describió de este modo el escenario de una sociedad que se disuelve permanentemente, y que es asediada por el fantasma del cambio social:

“La burguesía no puede existir sin revolucionar continuamente los instrumentos de producción, esto es, las relaciones de producción, esto es, todas las relaciones sociales (...) La continua transformación de la producción, la incesante sacudida de todos los estados sociales, la eterna inseguridad y movimiento, esto es lo que caracteriza la época burguesa respecto a todas las demás. Quedan disueltas todas las relaciones fijas, oxidadas, con su cortejo de representaciones

y visiones veneradas desde antiguo, mientras todas las recién formadas envejecen antes de poder osificar. Todo lo sólido se desvanece en el aire; todo lo sagrado es profanado, mientras los hombres se ven, al fin, obligados a considerar sobriamente su situación y sus relaciones recíprocas". [Marx, 2002:45]

Este pasaje habla de la radical novedad que incorpora el capitalismo y su lógica monetaria: la ruptura del vínculo tradicional o del lazo social (pueblo, clase, partido, comunidad, nación, raza, relación sexual, todo lo que hace relaciones recíprocas). No queda duda, desde esta perspectiva, nuestro tiempo es el tiempo de la atomización generalizada, del máximo individualismo y de la desacralización y banalización mercantil de todos los contenidos más o menos firmes que provienen de la sociedad tradicional. ¿Pero esta radical disolución de todos los lazos no deja huellas, no deja desechos, no deja ningún resto?

Si el capitalismo global, a la manera como lo veía Marx, disuelve y ablanda todas las religiones, banaliza los imaginarios y pluraliza con su fuerza secularizadora los fundamentalismos y dogmatismos, hasta diluirlos en una opinión más entre otras, entonces *el capitalismo es una terapia de shock contra las sólidas e inamovibles creencias sociales*. La época que describe Marx anuncia flujos interminables y un dinamismo basado en la lógica de la novedad y la obsolescencia permanentes. ¿Pero esta función secularizadora y banalizadora es efectivamente un antídoto contra los fantasmas, o por el contrario los alienta y los multiplica?

DE LO SÓLIDO A LO LÍQUIDO, Y VICEVERSA

La frase *todo lo sólido se desvanece en el aire* resume una vasta operación marcada por intensas diferenciaciones, alentadas por el capital, y por la explosión de la homogeneidad social que imperó a lo largo de la Era Industrial (estallido que se inició en los años 60, y ha sido llevada al extremo más particular, al punto de que autores como Baudrillard aseguran que vivimos el tiempo del *fin de lo social*).

El lenguaje identitario que creó la modernidad para organizar lo social y sus diversos patrimonios (nación, clase, raza, género), se encuentra saturado. El capitalismo, y sus grandes innovaciones tecnológicas, particulariza experiencias, fragmenta y dispersa, y con ello pone seriamente en duda la necesidad del *estar-juntos* o del *nosotros*, lo que guía en definitiva

“

La visión del capitalismo como progreso y modernidad, que cristaliza su poder en el derecho y la soberanía irrestricta del individuo, hay que matizarla debidamente no sólo por una necesidad teórica-política sino por los hechos incontrastables que ha generado el nuevo mapa de la globalización

”

a la pulsión comunitaria (por demás atávica). Se debe recordar que la palabra religión, etimológicamente, significa *re-ligarse* o establecer *comunió*n, y para la sociología ésa es la forma básica en que se constituye lo social.

La visión del capitalismo como progreso y modernidad, que cristaliza su poder en el derecho y la soberanía irrestricta del individuo, hay que matizarla debidamente no sólo por una necesidad teórica-política sino por los hechos incontrastables que ha generado el nuevo mapa de la globalización. En vez de haber liquidado lo peor del pasado, de haberlo enviado al pozo de la historia, de haber saldado las deudas con las distintas crisis que ha generado, el capitalismo se ha convertido, más bien, en la máquina por excelencia para crear nuevos fantasmas a escala global. El pensador esloveno Slavoj Zizek describe muy bien esta paradoja, en la que se promueve el individualismo, el pragmatismo y la finitud, pero en realidad resurgen los fundamentalismos, las tribalizaciones y las ideologías, en un contexto socioeconómico de exclusión, desigualdad y pobreza:

“Sí, no hay duda de que este dinamismo global descrito por Marx, que da lugar a que todas las cosas estables se desvanezcan, es nuestra propia condición, siempre que no olvidemos complementar esta imagen del

Manifiesto con su opuesto dialéctico inherente: la ‘espiritualización’ del proceso mismo de producción industrial. A la par que anula el poder de los antiguos fantasmas de la tradición, el capitalismo genera sus propios monstruosos fantasmas (...) Sin embargo, la lección fundamental de la ‘crítica de la economía política’ elaborada por el Marx maduro de los años posteriores al *Manifiesto*, es que *la reducción de todas las quimeras celestiales a la brutal realidad económica genera su propia espectralidad*”. [Zizek, 220: 24-25]

La globalización produce su propia “fantasmaticación”, y en estos tiempos esos espectros tienen por nombres *terrorismo, fundamentalismo, antiglobalización, nacionalismo, populismo, economía subterránea, inmigrantes sin papeles, racismo...* Estas figuras espectrales podrían ser calificadas, en un primer movimiento, como maneras de nombrar los efectos económicos, religiosos, socioculturales e ideológicos que deja el capitalismo global en forma de desechos humanos. Nos referimos a esa zona social densa, no biodegradable y peligrosa que el capitalismo ha abandonado y la ha dejado expandirse como un hervidero sin fondo (y para la cual ya no genera empleo, no entra en los planes de marketing ni en las representaciones o campañas de los medios de comunicación). Para esas zonas donde anidan y se multiplican los espectros, no se consiguen, desde las perspectivas abstractas del capitalismo global, fórmulas políticas e institucionales eficaces para incluir, revertir y disolver.

La paradoja descrita por Zizek está dirigida al economicismo y al realismo generalizado con el que se intentó promocionar e implantar el orden neoliberal desde los años 80. La expansión de los mercados, y lo que está en juego en el proceso de control de la globalización como nuevo *estado planetario*, produce una explosión de movimientos utópicos, de ideologías e imaginarios que recuerdan la fuerza mesiánica de los grandes movimientos políticos o religiosos del pasado. No en vano, el propio Zizek ha bautizado esta era como *post-secular*: existe un renacer del sentimiento político-religioso que anima a nuevas formas de socialidad, a nuevas maneras de identificarse o desidentificarse del Otro, a nuevas formas de construir el *nosotros* y el *ellos* como forma de cifrar la división constitutiva de lo social. Estos procesos espectrales no son sólo políticos, son también estéticos, éticos y sobre todo replantean de manera ra-

dical, llegado el caso, el régimen que hace posible lo visible y lo invisible dentro del campo social.

La “fantasmaticación” del mundo global había sido anunciada por el sociólogo francés Michel Maffesoli en uno de sus libros germinales, en la década de los 80. Lejos de continuar la senda burocrática y programada de la objetividad, la racionalidad y el progreso –basado en el modelo del individualismo– el mundo global se desliza hacia fenómenos que muestran un nuevo vitalismo, marcado por el tribalismo, la afectividad y la con-fusión colectiva. Son fenómenos cotidianos que describen un reencantamiento del mundo, marcado por la heterogeneidad y proliferación de imaginarios e ideologías, de creencias y empatías contagiosas que colocan el acento no en el individuo racional, soberano y autosuficiente, sino en los fenómenos comunicacionales de construcción comunitaria, centrados en la circulación de las emociones y de las creencias, de la pérdida de sí a través del otro.

Al lenguaje cada vez más abstracto y saturado del capitalismo global (democracia, mercado y derechos humanos), las respuestas concretas son nuevas *congregaciones* emocionales, que aglutinan e integran, sobredeterminadas por el impacto de los medios de comunicación y por la interpelación de nuevos liderazgos, valores e ideologías.

“Cuando uno supera el estrecho esquematismo racionalista, se da cuenta de que las representaciones colectivas animan las acciones y los discursos supuestamente más científicos (...) Basta con hacer referencia al resurgimiento contemporáneo de los ideales políticos y religiosos, al apego a las ideas de territorio o país, al renacimiento de las familias extensas, a las reuniones musicales y a los festivales populares, a la importancia concedida a la ecología y a los circuitos de alimentos naturales, para convencerse de que es vano desear reducir la vida al sustrato económico o al fundamento fisiológico. ‘Las ideas son realidades y fuerzas... las representaciones colectivas son fuerzas mayores todavía, y más eficaces que las representaciones individuales’”. [Maffesoli, 2205:71]

No hay un sociólogo en la actualidad que ponga más énfasis en los procesos de empatía, con-fusión y comunicación que vive el sujeto en la vida cotidiana. Para apreciar con justeza el nuevo vitalismo tribal, y poder comprender la saturación o abstracción que padecen los conceptos modernos que servían para hacer socie-

“

La identificación es la manera de nombrar la interdependencia constitutiva que tiene el individuo con los otros, al punto de que se hace a sí mismo a través de sentimientos, emociones e ideales que circulan en la comunicación con los otros (con vecinos, familiares, amigos, con compañeros de trabajo, con la televisión, la radio, la prensa, Internet, etc).

”

dad, con sus distintos aparatos de representación (partido, sindicatos, comunidad, familia, poderes deliberantes), es necesario desplazar el antiguo paradigma de la *identidad* (fija, esencial, la mismidad que se repite inalterablemente) por el de *identificación*, el cual pone énfasis en la idea de un sujeto descentrado por mecanismos de interpelación social y comunicacional, en los que se articulan emociones, creencias, angustias y goces prestados, colectivos.

La identificación es la manera de nombrar la interdependencia constitutiva que tiene el individuo con los otros, al punto de que se hace a sí mismo a través de sentimientos, emociones e ideales que circulan en la comunicación con los otros (con vecinos, familiares, amigos, con compañeros de trabajo, con la televisión, la radio, la prensa, Internet, etc). Las opiniones, en la era de las grandes identificaciones colectivas, se construyen en la calle, circulan, se desplazan por diversos puntos y referencias simbólicas, y en medio de la vocería intersubjetiva, cristalizan en forma de creencia o saber en el individuo, que las percibe como propias.

De allí que no podamos hablar de *identidad* sino de *identificación*. Las figuras ideales (el amo, el jefe, la estrella mediática), los mitos, los rituales e imaginarios que hacen sociedad, tienen la función de

reunir y congregar. Lo indispensable de este planteamiento es que esos líderes o referencias (mediáticos o reales) no deben ser percibidos como eje central y jerárquico de los nuevos fenómenos sociales, sino como grandes *mediadores*, verdaderos *envases e interfaces* de la emocionalidad colectiva.

“Trátase de un ser dominante, como la deidad, o de ser un intermediario (el santo, el héroe), esto no cambia nada el asunto de la identificación. Identificación que en un doble movimiento de reversibilidad constante será vertical (el Otro) y horizontal (los otros). Realidad constante que merecería ser recordada y que el psicoanálisis apuntala con ilustraciones antropológicas. No importa que sea una ‘ilusión’ si se comprende como un imaginario que atrae, que fascina, alrededor del cual se cristalizan las actitudes, las representaciones que constituyen a la sociedad. Las figuras idealizadas suscitan un mecanismo de atracción, una estética que tiene una función ética: *la fascinación que ejercen, como una fuente luminosa, suscita lo que se llama el vínculo social, incomprendible sin ella*” (el subrayado es mío). [Maffesoli, 2007:250]

Hay una ecuación que debemos develar en esta perspectiva, que polariza las dinámicas entre Estado y sociedad, entre lo instituido y lo instituyente, para poder acentuar la diferencia entre un régimen de abstracciones saturadas y las nuevas formas de socialidad, basadas en lo que Maffesoli ha llamado *la potencia subterránea*, que reinventa sus representaciones, sus formas de actuar y su propia materialidad a partir de la desidentificación con el tejido institucional existente. De allí que la empatía, el sentimiento, la emocionalidad sean factores decisivos para organizar la política hoy, y para generar modelos de identificación eficaces en las masas. En tiempos donde los conceptos e ideales reguladores se hacen abstractos y se saturan, la emoción y la empatía cumplen una función importante para rehacer la socialidad.

IDENTIFICACIÓN E INTERPASIVIDAD

Para el psicoanálisis este descentramiento del sujeto –que es sujeto y objeto a su vez de las emociones colectivas– no tiene un tiempo sociohistórico preciso, a diferencia de la versión que puede dar la sociología del fenómeno de la *identificación*, asociada con el tiempo de la posmodernidad y de la globalización. El sujeto está escindido desde su propia constitu-

ción, nos dice el psicoanálisis, y este descentramiento se articula a partir de una creencia fundamental: suponemos que la instancia del orden simbólico siempre existe (Dios, la ley, el padre, la norma, el amo, la autoridad). Lacan, por ejemplo, de manera un poco enigmática define a *Dios como el inconsciente*, es decir, como algo que irrumpe dentro de la conciencia del sujeto, que aparece como un relámpago, como algo que debe ser escuchado, como la voz de Otro que no puede desatenderse, que nos vigila, que nos hace sentir culpables.

Para el psicoanálisis, la suposición de que hay un Otro que cree por mí, que goza por mí, que sabe por mí es fundamental para crear la distancia necesaria del individuo con el mundo exterior. La identificación, entonces, es un fenómeno constitutivo y describe lo que Zizek ha llamado la *interpasividad*, el espacio donde se articulan las funciones de identificación con el Otro, y que hablan, más bien, de cierta pasividad del sujeto, o capacidad para delegar en una instancia externa su parte más íntima y densa, esa parte que es muy difícil asumir de manera activa y propia. La *interpasividad* es un fenómeno que resume la relación especular del sujeto y del objeto, en la cual el sujeto siempre *es* a través del *objeto*.

La *Interpasividad* describe una manera de relacionarse con los objetos, una relación en la cual las emociones más íntimas y las creencias más básicas se encarnan en un objeto externo, se transfieren (Marx llamaría a este proceso fetichismo de la mercancía). Cuando hablamos de *mediaciones* en este contexto, nos referimos al descentramiento y a las distintas encarnaciones que se producen del sujeto en los otros, en los objetos externos y en el significante (“el significante es la forma de estar activo a través del Otro, el objeto es la forma de estar pasivo mediante el Otro”). (141)

A contracorriente de uno de los valores tan pregonado en estos tiempos de la información, como lo es la interactividad, el psicoanálisis prefiere hablar, más bien, de *interpasividad*, y define a partir de allí tres modalidades de identificación: el sujeto supuesto creer, el sujeto supuesto saber y el sujeto supuesto gozar. Este no es el espacio para una explicación exhaustiva de estas categorías psicoanalíticas, pero es necesario analizar, aunque sea de manera preliminar, la relación que existe entre la *interpasividad* y la comunicación, la política y la ideología, como los tres vértices que sirven para religar lo social en la globalización.

“

La pérdida de las identidades estables, la veloz desaparición de las tradiciones, las referencias y las autoridades provocan un nuevo tipo de *lazo social* en el cual la comunicación y la *identificación* juegan un papel esencial, tanto a la derecha como a la izquierda, para construir o revertir las relaciones de lo visible y de lo invisible en el todo social.

”

El *sujeto supuesto creer* tiene la función de mantener la ilusión en el sujeto de que su creencia está a resguardo mientras otros crean por él. Es una forma de delegar opiniones, juicios y valores. Mientras otros lo vociferen, se está cumpliendo a cabalidad mi creencia. Los medios de comunicación y sus diversas vocerías informativas (de allí el gran impacto que tienen hoy las fórmulas de los canales exclusivos de noticias como CNN o Globovisión) cumplen hoy la función fundamental de mantener y fomentar las creencias, en tanto son la autoridad simbólica por excelencia. Nos repiten a través de diversas narrativas, construcción de acontecimientos y versiones de la realidad que no estamos solos en lo que creemos, que gente común y corriente como uno piensa lo mismo, y esto genera un efecto tranquilizador en el sujeto. Esa función narcótica de los medios de comunicación —tan difundida en los análisis críticos, y tan corroborada en tiempos de polarización— tiene una estrecha relación con la función ligada a las creencias. “Si lo dicen ellos, es porque yo lo creo”, sería la fórmula paradójica de esta función del *sujeto supuesto creer*.

En cuanto a la función del *sujeto supuesto saber*, la relación es diametralmente distinta. Nosotros sentimos que no sabemos nada, y suponemos que el Otro, como autoridad simbólica, tiene la llave,

conoce el secreto, para comprender el enigma de la realidad. Esta es una función típica que se produce en la política, cuando el líder es percibido como el único hombre que sabe el camino. También la política mediática cumple esta función, cuando delegamos en los expertos la función de saber por nosotros. “Si ellos saben, es porque yo no lo sé”, sería la fórmula de esta figura.

Y la tercera función, el *sujeto supuesto gozar*, tiene que ver con el aspecto traumático o monstruoso que existe en el Otro, en tanto una *figura* que hemos *identificado* como la que busca robarnos nuestros privilegios, nuestros bienes, nuestro tesoro máspreciado. Es una función ideal que se despliega en los diversos usos de la ideología y en la manipulación que hacen ciertos medios de comunicación para atrincherar a su público: construir el enemigo, visibilizar la fuente del terror y de los miedos que genera el Otro (barriadas, aparatos represivos, terroristas, extranjeros).

El sujeto descentrado es una importante categoría para comprender la “fantasmaticización” o reencantamiento creciente de la sociedad. La función central que han asumido los medios de comunicación en el mundo de hoy, especialmente la televisión, tiene que ver con la capacidad de modelación, construcción e identificación de valores para alimentar a la nueva socialidad que crece al desborde de las instituciones. Como grandes modelos de identificación, los medios de comunicación proponen creencias, saberes y goces que articulan permanentemente al individuo y lo emparentan con los otros. De allí que cumplan una función primordial en la organización de lo político y de lo ideológico en el siglo XXI, cuestión que en Venezuela está más que demostrada con la guerra política y mediática que se ha producido en los últimos años, especialmente desde 2001.

La pérdida de las identidades estables, la veloz desaparición de las tradiciones, las referencias y las autoridades provocan un nuevo tipo de *lazo social* en el cual la comunicación y la *identificación* juegan un papel esencial, tanto a la derecha como a la izquierda, para construir o revertir las relaciones de lo visible y de lo invisible en el todo social. Jesús Martín Barbero, para concluir, da cuenta de la capacidad movilizadora de la televisión como máquina que religa de otra manera a la sociedad:

“Es con la des-integración del lazo social, con lo que conecta la atomizada y socialmente des-agregada experiencia de lo polí-

tico que procura la televisión. Pero en esta experiencia no hay únicamente repliegue sobre lo privado sino una profunda reconfiguración de las relaciones entre lo 'privado y lo público', la superposición de sus espacios y el emborronamiento de sus fronteras. Lo que identifica la escena pública con lo que pasa en la televisión no son únicamente las inseguridades y violencias de la calle sino la complicidad del *sensorium* que moviliza la televisión con el de la ciudad no-lugar (...) la pluralidad social sometida a la lógica de la desagregación radicaliza la experiencia de la abstracción políticamente no representable. La fragmentación de la ciudadanía es entonces tomada a cargo por el mercado, que mediante el *rating*, se ofrece a la política como su mediador". [Martín Barbero, 2008: 16]

Desde las categorías de *interpasividad e identificación* podemos tipificar la función central que está asumiendo la comunicación como constructora del nuevo lazo social. Lo que no debemos olvidar es que esta mediación funciona como interface de ideologías, imaginarios y políticas que fomentan la producción de espectros, que por un lado hacen visible una realidad, pero por otro ocultan otras realidades. El poder y sus distintos fantasmas están a la orden del día y hoy, más que nunca, el universo mediático es la gran máquina interpeladora del individuo, es la esfera donde cristalizan y se sedimentan las grandes emociones colectivas (creencias, saberes, goces). De allí que sean el objeto de una gran lucha hegemónica. No es poca cosa, con los medios de comunicación está en juego el porvenir de unos cuantos espectros.

■ Héctor Bujanda

Periodista egresado de la UCV
Escritor y profesor del Postgrado
en Comunicación de la UCAB.
Colabora en diversas publicaciones
venezolanas y latinoamericanas

Referencias

- ALTHUSSER, Louis (1970): *Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión. (1964).
- _____ (1974): *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión. (1970).
- BAUDRILLARD, Jean (2002): *Contraseñas*. Barcelona: Anagrama. (1995).
- BAUMAN, Zigmunt (2002): *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. (2000).
- DEBORD, Guy (2003): *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos. (1967).
- DERRIDA, Jacques (2003): *Espectros de Marx. El estado de la deuda, el trabajo del duelo y la nueva Internacional*. Madrid: Editorial Trotta. (1995).
- LACAN, Jacques (1984): *Seminario XI. Los cuatro conceptos del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós. (1964).
- MAFFESOLI, Michel (2005): *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*. México: Fondo de Cultura Económica. (1985).
- _____ (2007): *En el crisol de las apariencias. Para una estética de la ética*. México: Siglo XXI. (1990).
- MARTIN BARBERO, Jesús (2008): "Razón técnica y razón política: espacios/ tiempos no pensados". En: *Ni una sola ciencia ni una sola técnica*, Caracas: Ediciones Ministerio del Poder Popular para la Ciencia y la Tecnología.
- MARX, Carlos (2002): *Manifiesto comunista*. Madrid: Alianza Editorial. (1848).
- MILNER, Jean-Claude (1999): *Los nombres indistintos*. Buenos Aires: Ediciones Manantial. (1983).
- ZIZEK, Slavoj (1992): *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. (1989).
- _____ (2002): *El frágil absoluto o ¿Por qué merece la pena luchar por el legado cristiano?* Valencia: Pre-Textos. (2000).
- _____ (2002): *¿Quién dijo totalitarismo? Cinco intervenciones sobre el (mal) uso de una noción*. Valencia: Pre-textos. (2001).