

Viejos problemas, nuevas soluciones. ¿Comunicación (y) política?

Claudio SALINAS
Hans STANGE*

“Ante todo es preciso hablarles a los ojos”
Napoleón

Pese a que la expresión “comunicación política” es reciente –sin duda motivada por la creciente importancia de la comunicación masiva en los espacios políticos–, ya desde Aristóteles la reflexión sobre lo político implica la comprensión de ésta a partir de su dimensión comunicativa. Podría decirse incluso que “comunicación política” es una expresión redundante. Platón y Aristóteles sitúan el momento fundacional de lo político en la palabra. Ella permite distinguir lo justo de lo injusto, alcanzar la virtud y constituir un orden para lo social. Al mismo tiempo, sin embargo, denuncian que la palabra puede ser usada para los fines opuestos: ocultar la verdad, alcanzar el beneficio personal en desmedro del bien de la comunidad. Tal es el problema de la retórica. Esta duplicidad de la palabra –extensivamente, de todo acto comunicativo– es aún más riesgosa en regímenes en los cuales todos tienen derecho a su ejercicio. De aquí que la sospecha ática respecto de la palabra vaya acompañada de esa otra sospecha: la del desorden de la democracia. La actualidad de esta doble desconfianza de la retórica y la democracia es el objeto de este trabajo.

Tal duplicidad se articula en torno a una idea simple y antigua: es imposible entender la política sin comunicación. Esta relación es constituida y constituyente incluso desde antes de la fundación de lo político. Jacques Rancière encuentra este momento fundacional en la virtud de la *autoridad*, virtud anterior a la ley y al poder: el *auctor* sabe discernir el sentido del mundo entre el ruido, es un especialista en mensajes y, en cuanto tal, es aquel capacitado para instituir un orden. La autoridad, según Tito Livio, es anterior al poder, pero es la que funda la relación entre poder y palabra¹. El orden establece, a su vez, una distinción: crea un espacio para la palabra distinto del espacio común de la existencia, el espacio político, en el cual se participa sólo por medio de la *lexis*. El desarrollo de un arte de la palabra es, por tanto, condición de posibilidad para lo político.

El discurso es lo político

La primera escena de la comedia *Las nubes*, de Aristófanes, nos presenta a un atribulado Estrepsíades, quien no puede conciliar el sueño. Está angustiado por las deudas que contrajo para satisfacer la afición de su hijo, Fidípides, por los caballos. De pronto, lo ilumina una idea: en la casa del frente, Sócrates enseña el arte de la palabra, el cual permite convencer a los adversarios y deshacerse de los acreedores. La escuela se llama *Frontistérion* (el Pensadero) y Estrepsíades intenta convencer a su hijo de que se inscriba

* Claudio Salinas y Hans Stange son licenciados en Comunicación Social por la Universidad de Chile. Salinas es además licenciado en Historia por la misma casa de estudios. Ambos se desempeñan como investigadores del Centro de Estudios de la Comunicación del ICEL.

¹ RANCIÈRE, Jacques: En los bordes de lo político, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 1994, p. 13 y ss.

en ella, pero Fidípides se niega: esas palabras no acercan ni a la virtud ni a la verdad, sino que sólo traen conflicto (*polemos*) consigo. Sócrates –irónicamente representado como un sofista– aparece en la obra displicente de los dioses; las únicas deidades que merecen su veneración son las nubes, alegoría de las inconsistentes especulaciones que se practican en su escuela. Estrepsíades logra finalmente que su hijo ingrese al Pensadero, culmine su formación y espante a sus acreedores. En medio de la celebración, Fidípides le propina una golpiza al viejo. Éste quiere reaccionar, pero Fidípides lo convence de que la paliza ha sido justa y, más que eso, necesaria. Es el castigo de los dioses por emplear la palabra para encaminarse fuera de la virtud.

La comedia presenta alegóricamente el problema clásico de la retórica: el conflicto entre la justicia y el interés al momento de construir argumentos. Tal es la ambigua naturaleza del arte de la persuasión, “la *téchne* de la elocuencia, destinada a encantar y seducir a los auditores por medio del discurso”². El buen retórico es aquel “capaz de provocar desorden, pérdida de sentido, o bien aprovechar una situación equivalente ya establecida, y ofrecer una alternativa para recuperar el orden o crear otro sentido”³. De esta forma, el arte de la palabra tiene, en principio, dos características: se emplea para resolver litigios y, en ese sentido, no tiene finalidad en sí mismo, sino en función de los problemas a los cuales se aboca⁴.

El problema central, en la retórica antigua, será por tanto el de la relación entre palabra, justicia y verdad. Platón y Aristóteles distinguirán dos tipos de retórica. Una recta, que conduce a la educación del alma y que es la que debiera practicarse en el espacio de lo político. En *Gorgias*, Platón señala que el objeto de la retórica versa sobre el mayor bien que es la causa de la libertad y del dominio de la ciudad⁵, práctica que se realiza mediante discusiones sobre lo justo y lo injusto. Hay, así, dos tipos de persuasión: la que produce conocimiento verdadero y la que produce sólo opiniones (*doxa*) sin conocimiento como fundamento⁶. Este es el segundo tipo de retórica, aquel que emplea los argumentos para encantar a los auditores y obtener un provecho instrumental, que no es justo en sus fines ni verdadero en sus argumentos. Aristóteles, más laxo, matizará esta definición y se referirá a la retórica simplemente como una *techné* de la elocuencia. Dice Juan Rivano:

“El arte de la retórica, dice Aristóteles, ‘puede definirse como la capacidad de aplicar en cualquier caso los medios disponibles de persuasión’ (...) Nótese, al pasar, que Aristóteles es liberal como pocos en el empleo de la palabra ‘persuasión’, que entre nosotros no sale del ámbito de las palabras y de las razones. Lo más fuerte en el empleo de esta expresión tiene que ver ordinariamente con la reconvención, la admonición, la protesta.

² LÓPEZ, Ricardo: “El Rostro de Caín y la Decisión de Hércules: Libertad y Determinismo en la Persuasión”, s. d.

³ *Ibid.*, p. 2.

⁴ El origen de la retórica, de hecho, es narrado a propósito de un conflicto de tierras. “(...) Cuando [Gelón y Hierón] fueron derrocados y se quiso volver a la situación *ante qua*, hubo innumerables procesos porque los derechos de propiedad habían caído en la confusión. Estos procesos eran de un tipo nuevo: movilizaron jurados populares con gran número de miembros, ante los cuales, para convencer, había que ser ‘elocuente’. Esta elocuencia participaba, a la vez, de la democracia y de la demagogia de lo judicial y de lo político”. In: BARTHES, Roland: “La retórica antigua”, La aventura semiológica, Barcelona, Paidós, 1990 (Segunda edición, 1997), pp. 89-90.

⁵ PLATÓN, *Gorgias*, traducción de Fernando Gómez Lasa, Santiago de Chile, Editorial Andrés Bello, 1982, 451d-452d.

⁶ *Ibid.*, 452d-455a.

Para Aristóteles, por el contrario, los torturadores y sus instrumentos son tan persuasores y persuasivos como las razones”⁷.

La retórica solo es posible en el litigio, pues es respecto de aquello que se puede debatir que cabe el ejercicio de la persuasión. Por ello, retórica y política aparecen tan vinculadas. Su uso justo viene a instalar un orden, en tanto que su uso interesado produce el mantenimiento de la disputa. De esta forma, la crítica socrática hacia los sofistas –la construcción de discursos efectivos antes que justos– se relaciona directamente con otra sospecha: la de la democracia como régimen político justo.

En Platón, lo político es el espacio en el que la comunidad de iguales –que no son todos, por supuesto, sino aquellos que comparten la condición de hombres libres– se dedica a la búsqueda del bien superior: la justicia. Estos hombres tienen una doble función: por un lado, el uso recto del discurso, cuya máxima expresión es la filosofía, *noesis*, el pensar más alto; por otro lado, la contención de aquellos no dotados para la búsqueda de la verdad y, por tanto, para la aparición en lo público. Son guardianes del *microphronein*, el mínimo pensar propio de quienes tienen por mayor preocupación la mera satisfacción de sus deseos y necesidades. La irrupción de estos mínimo-pensadores en lo político supone el desdibujamiento de éste: desvía a la polis del camino a la justicia al tiempo que iguala las palabras de aquellos cuya alma ha sido educada con las palabras de aquellos que son, en verdad, desiguales. Este peligro es el que representa para Platón la democracia. Frente a él, Platón erige la preeminencia del *auctor*: capacidad de discernimiento –de lo bueno y lo malo, lo justo e injusto– por medio de la palabra que re-funda el orden, devenido en *auctoritas*. También para Aristóteles la justicia es un valor de la vida en la ciudad, “pues la justicia es el orden de la comunidad civil, y la virtud de la justicia es el discernimiento de lo justo”⁸:

“La razón por la cual el hombre es un ser social, más que cualquier animal gregario, es evidente: (...) el hombre es el único animal que tiene palabra. (...) la palabra es para manifestar lo conveniente y lo perjudicial, así como lo justo y lo injusto. (...) Y esto es lo propio del hombre frente a los demás animales: poseer, él solo, el sentido del bien y del mal, de lo justo y de lo injusto, y de los demás valores, y la participación comunitaria de estas cosas constituye la casa y la ciudad”⁹.

Tanto Platón como Aristóteles suponen que la comunicación es la condición de posibilidad para la política. De aquí que sus esfuerzos se concentren no en los problemas de la administración de lo político (sus reflexiones sobre las funciones y formas del gobierno son incluso de tipo procedimental) sino en el control de la palabra: el espacio discursivo –político– debe regirse por principios morales que ejerzan la máxima autoridad, de lo cual resulta la necesidad de distinguir entre las dos retóricas, la sujeta a estos principios, recta y justa, y la otra, manipuladora e instrumentalizada, propia de quienes deben ser mantenidos a raya del campo político. Retórica ajustada antes que sofística; espacio cerrado a los iguales antes que abierto a todos los hombres.

Las luces y lo político

⁷ RIVANO, Juan: Retórica para la audiencia, Santiago de Chile, Bravo y Allende editores, 1998, p. 17.

⁸ ARISTÓTELES: Política, traducción de Manuel García V., Madrid, Gredos, 1999 (segunda reimpresión), I, 1253a 16.

⁹ Ibid., I 1253a 10-12.

El pensamiento clásico desconfió tanto de la retórica como de la democracia pues entendió que entre palabra y política –entre *lexis* y *praxis*, según los términos de Arendt– había una profunda relación co-fundante y correlativa. Enfrentó esta doble sospecha ejerciendo un férreo control sobre el orden del discurso, sometido a la rectitud de los principios más elevados del bien y la justicia, y también sobre el orden de la acción política, circunscribiendo su espacio al concurso de los iguales. Por supuesto, no todos los hombres eran iguales, sino sólo aquellos dotados, precisamente, del discurso recto: *auctores*, cuyo orden es antes espacio de autoridad que democrático.

El pensamiento moderno se verá obligado a repensar tal circunscripción de lo político en la medida que este espacio es abierto a nuevos sujetos y discursos. Por un lado, la emergencia del programa de liberación y autonomización ilustrado propugnó el principio de que los hombres eran, en esencia, *todos iguales*, por lo que las antiguas distinciones fundadas en la casta social o la autoridad pierden su vigencia y lo político aparece como el espacio de realización de esta igualdad y de participación “democrática”. Por otro, estos nuevos sujetos introducen en lo político el problema de la desigualdad social, desestabilizando el campo acotado de la *praxis* política con nuevas discursividades que ya no pueden legitimarse en el reconocimiento afirmativo de lo desigual¹⁰. Este reconocimiento afirmativo es paradójico: en cierto modo, la participación democrática consiste en este reconocimiento, como iguales, ya no sólo de los mismos sino también de los otros; pero este mismo reconocimiento de lo desigual supondrá la irrupción de una multiplicidad comunicativa que estalla lo político. Dice Jean-Marc Ferry:

“El impulso no viene desde ‘arriba’. Viene de ‘abajo’, cuando las personas particulares, reunidas en los salones, los cafés y los clubes constituyen las primeras ‘esferas públicas’ burguesas para intercambiar sus experiencias. La autonomía privada de la conciencia individual, núcleo del espacio público moderno, adquiere su propia fuerza de la crítica. (...) Al comienzo, el ‘espacio público burgués quizás correspondía a la institucionalización de una *crítica* que empleaba los medios de la moral para reducir o ‘racionalizar’ la dominación política. En el contexto de la época, eso significaba ‘impugnar el principio absolutista’¹¹.”

Será necesario entonces instaurar un nuevo principio rector que, en medio de la realización democrática, conserve la virtud de la autoridad; que posibilite una apertura pero no su exceso. Este principio es la Razón. El proyecto moderno, erigido en torno a las promesas de la razón para explicar y transformar el mundo, requiere de su concurso para realizar la participación democrática y la igualdad al tiempo que para contener los alcances de esta realización. La facultad de la razón está en el origen de la libertad y autonomía modernas –el mentado *Sapere aude!* kantiano–, también en el estatuto y la norma que regirá el uso de la palabra, confinada, en lo que tiene de política, a un espacio bien delimitado: el espacio público burgués-ilustrado. Se trata de un espacio categorial para el uso de la palabra respecto de los asuntos políticos, espacio mediador entre los intereses privados y las razones del Estado. Jürgen Habermas distinguirá, de hecho, dos tipos de acción política: la administrativa, que es la forma en que el Estado y sus burócratas ejercen el poder, y la *acción comunicativa*, acción política propia del espacio público. Dice Habermas: “Cuando este grupo de ciudadanos, crítico y racionante, levante su voz y se

¹⁰ Cf. Rancière, Op. cit., p. 49 y ss.

¹¹ FERRY, Jean-Marc: “Las transformaciones de la publicidad política”. In: WOLTON, Dominique; et al.: El nuevo espacio público, Barcelona, Gedisa, colección El Mamífero Parlante, 1998, p. 15.

convierta en sujeto y destinatario de los mandatos de la autoridad, entonces habrá nacido la opinión pública”¹². La entrada a este espacio “está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos”, mientras que “el poder del Estado es también la contraparte del espacio público político, pero no su parte”¹³.

La acción comunicativa es, por supuesto, elocuente, pero por sobre todo debe ser *clara*, es decir, debe iluminar respecto de los asuntos políticos tratados. Ya no se trata de conducir las voluntades hacia una determinada acción, sino de dirigirlas hacia una *ratio*, “que se elabora en la concurrencia pública de argumentos privados en calidad de consenso acerca de lo prácticamente necesario en el interés universal”¹⁴.

Estas categorías suponen repensar la suspicacia platónica del siguiente modo: ¿cómo conservar la autoridad frente a la apertura democrática? La respuesta será duplicando el control en la contraparte comunicativa. La razón, cuyo despliegue en los diversos campos del saber y la acción humana suponía la convicción de que su ejercicio era condición y posibilidad para alcanzar irrecusablemente un estado de *bonheur*, la razón a la vez *potentia* y *telos*, determina a tal punto que la palabra ilustrada se debe a su carácter racional que parece imposible que ella hable de algo que no sea la verdad de la propia razón. El litigio ya no se produce respecto de aquello sobre lo cual no hay claridad, tampoco sobre la diferencia; reducido a dialéctica, la retórica moderna, ilustrada, es reconvertida en discurso sobre el progreso, en ciencia del consenso. “Las” polis han sido reemplazadas por “la” civilización, ya no se admite la posibilidad de un discurso de la no-verdad. El problema político ya no es el encuentro de los iguales en busca de lo recto, sino el del encuentro de los desiguales en el espacio comunicativo de lo público. El problema retórico no será el de la justicia frente a la instrumentalización: no habrá, de hecho, problema retórico, sujeta la palabra como está al designio fatídico de la razón.

Imagen: ¿fin de lo político?

Todo aquello que tiene de rigorista y disciplinario el espacio público moderno parece acabar con el advenimiento de la sociedad de los medios y su *retórica massmediática*. Excedida la dimensión estética, aparece esta transformación como la imposibilidad de acudir a un criterio normativo para definir roles y posiciones en el espacio público. Dice Ferry:

“En primer lugar, se impone una redefinición sociológica del espacio público político. Esta redefinición misma está justificada por el advenimiento de la sociedad de los medios, un siglo después de la sociedad de masas. (...) El ‘espacio público’ que con mucho desborda el campo de interacción definido por la comunicación política, es –en sentido lato –el marco “mediático” gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a un ‘público’ los múltiples aspectos de la vida social”¹⁵.

La emergencia de los medios masivos y las tecnologías de la comunicación implica una redefinición de las relaciones y prácticas políticas, la primera de las cuales es la progresiva reconversión de la mediación de lo público en una *mediatización* pública. En esta reconversión, la forma predominante será la visual. La imagen de lo político aparece

¹² HABERMAS, Jürgen: Historia y crítica de la opinión pública, Barcelona, Editor Gustavo Gili, p. 32.

¹³ Ibid., pp. 53-54.

¹⁴ Ibid., p. 118.

¹⁵ Ferry, Op. cit., p. 19.

como la expresión masiva de lo político mismo. Dice Daniel Bell: “Hoy el modo de ver predominante es visual. Visión y sonido, pero más todavía la vista, organizan el mundo estético y orientan al público”¹⁶. Wolton reconoce dos formas de entender la imagen: la primera “identifica los logros técnicos y comerciales de la imagen con las etapas de la liberación individual y colectiva”. El segundo modo “es el que difunden aún más ampliamente las élites, grupos (...) nunca inclinados a comprender la gramática, el uso y el impacto de la imagen”¹⁷. El primer modo asimila la preeminencia de la imagen a la de una época “posthistórica”, al tiempo que el segundo modo reestablece, desde las resistencias de las élites ilustradas, la sospecha platónica respecto de las imágenes.

Lo cierto es que los medios masivos comportan la restitución del problema retórico clásico de la persuasión en un contexto en el cual el ejercicio mismo de la democracia se torna masivo. Como cuestiona Ferry: “¿Qué ‘razón’, qué racionalidad política se podría esperar, en efecto, de un espacio público democráticamente ampliado hacia esa masa heterogénea de las opiniones de individuos y de grupos, en los que se expresa la diversidad conflictual de intereses parciales de la sociedad civil?”¹⁸. Pero la imagen mediática supone una transformación algo más compleja que la sola agregación de individuos heterogéneos a lo público. Implica, con ellos, la aparición de discursividades y posiciones disímiles y variadas, que transforman el espacio mediático no sólo en la ampliación, mediante la técnica, del espacio público político, sino que primeramente en el espacio de presentación de casi la totalidad de los aspectos de la vida social¹⁹. En consecuencia, el “espacio público es el medio en el cual la humanidad se entrega a sí misma como espectáculo”²⁰.

La convergencia entre el espacio público político y el espacio mediático presenta tres aspectos problemáticos, asociados a la comprensión de los medios como nuevas formas de comunicación retórica. El primero de ellos es la excedencia de discursividades. Dicho de otro modo, la retórica ya no se acota a la palabra, al discurso oral. Aparece escrita en la prensa, como imagen en los medios audiovisuales, aparece en el gesto y en el montaje, aparece en el color y sonoridad televisivas. Dice Leonor Arfuch: “Si la televisión se ha constituido, según algunos, en el nuevo espacio público ¿cómo evitar que su factura como soporte, sus recursos técnicos, sus géneros discursivos, impongan su propio ritmo, su *timing*, sus reglas temáticas, compositivas estilísticas, diríamos como Bajtín, a cualquier materia, de la política a la intimidad?”²¹. Los nuevos medios, sobre todo la televisión –y hoy, cada vez más, Internet– se tornan los espacios no sólo de visibilización, sino también de decisión de lo político. Como señala Eliseo Verón:

¹⁶ BELL, Daniel: “Modernidad y Sociedad de Masas: Variedad de las Experiencias Culturales”. In: BELL, Daniel (comp.): *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1974, p. 37.

¹⁷ WOLTON, Dominique: “Imagen, Imagen, Cuando Nos Atrapas...” In: DAYAN, Daniel; VEYRAT-MASSON, Isabel (comps.): *Espacios Públicos en Imágenes*, Barcelona, Gedisa, Colección el Mamífero Parlante, 1997, pp. 9-10.

¹⁸ Ferry, Op. cit., p. 18.

¹⁹ Sobre este tema, es interesante revisar los trabajos sobre la relación entre espectáculo, cultura mediática y representaciones de la intimidad, la privacidad y la “obscenidad”. Vid.: ARFUCH, Leonor: “Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad”. En: *Revista de Crítica Cultural*, Santiago de Chile, XI.2000; LIPOVETSKY, Gilles: *La era del vacío*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1986; BAUDRILLARD, Jean: “El éxtasis de la comunicación”. In: FOSTER, Hall (comp.): *La posmodernidad*, Ciudad de México, Colofón, 1988.

²⁰ Ferry, Op. cit., p. 20.

²¹ Arfuch, Op. cit., p. 72.

“La televisión (...) el sitio por excelencia de producción de acontecimientos que conciernen a la maquinaria estatal, a su administración, y muy especialmente uno de los mecanismos básicos del funcionamiento de la democracia: los procesos electorales, lugar en que se construye el vínculo entre el ciudadano y la ciudad. En otras palabras, ya estamos en la democracia audiovisual”²².

Un segundo aspecto es la restitución de la sospecha en torno a las técnicas de la persuasión, mediante el problema de la *manipulación*. Se trata de un problema central en los estudios sobre comunicación de masas, eje de toda la investigación realizada entre las décadas de 1940-1960 sobre los efectos de los medios en las audiencias. En el campo de lo político, este problema aparece en dos objetos concretos: la información como bien transable y la publicidad política devenida en *marketing* político: “El objetivo de un partido político, al igual que el de cualquier organización empresarial, industrial o de servicios, es lograr una mayor cuota de mercado, en este caso de mercado electoral, que le permita destacar sobre sus competidores”²³. El *marketing* político podría definirse como un conjunto de tácticas y de técnicas que permiten conocer los deseos y necesidades que tiene el mercado electoral, y establecer un programa ideológico que le satisfaga ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoye e impulse mediante una campaña de publicidad política.

El último aspecto es el de la irrupción de lo íntimo y lo emotivo como temas del discurso público político. Junto con la palabra, la razón también cede los espacios a nuevos discursos legitimados en la exhibición de la vida privada: *reality shows* y campañas políticas no se distinguen; el candidato toma té con la señora del barrio popular frente a las cámaras de televisión, eso importa más que la elaboración de programas o proyectos societales. La obscenidad reemplaza al pudor y el espacio mediático, antes que en espacio de consenso sobre el interés general se transforma en espacio de autorrepresentación publicista de los intereses, deseos y pasiones privadas²⁴.

Las nuevas retóricas mediáticas, en tanto desplazamientos en el campo de la comunicación, imponen repensar los nuevos espacios en los cuales se juega la política, devolviendo a la superficie el problema central de la vinculación entre política y comunicación, suspendido en el momento ilustrado. Una primera aproximación es la de repensar los términos *lexis* y *praxis*: “Lo que hace tan difícil de soportar de la sociedad de masas –dice Hannah Arendt– no es el número de personas, o al menos no de manera fundamental, sino el hecho de que entre ellas el mundo ha perdido su poder para agruparlas, relacionarlas y separarlas”²⁵. La comunidad se fragmenta, devenida en una participación política atomizada y subsumida en un cúmulo de opiniones carentes de una razón argumentada. La partición de la homogeneidad social –de la comunidad de iguales– acontece a la par con el estallido de formas discursivas y la predominancia de la imagen. La *lexis* se retira y, en tanto es *conditio sine qua non* de la política, también ésta cede sus espacios. Lo público, vuelto pura opinión (*doxa*) y obscena exhibición de lo privado, es

²² VERÓN, Eliseo: “Interfaces. Sobre la democracia Audiovisual Evolucionada”. In: Wolton et al., Op. cit., 1998, p. 125.

²³ La definición proviene del taller de *marketing* político del estudio Brand Asset Evaluator (BAE) y la agencia Young & Rubicam, 2004.

²⁴ Vid.: HABERMAS, Jürgen: *Facticidad y validez*, Madrid, Trotta, 1998, p. 272. Cf. Baudrillard, Op. cit.; Lipovetsky, Op. cit.

²⁵ ARENDT, Hannah: *La condición humana*, Barcelona, Paidós, 2005 (primera edición, 1993), p. 62.

totalizado por una sistema de imágenes que es, ya en sí, el conjunto de las opiniones disipadas: *retórica sin política*.

Otra aproximación proviene de esta misma superabundancia de discursos y subjetividades en el espacio mediático. La aparición en los espacios políticos era la aparición de la *episteme*, del juicio reflexivo e informado que es posibilidad de lo político. Estallados los controles que la Antigüedad y la Modernidad ejercían sobre el orden de la palabra y la acción política, la *episteme* de la imagen se volvería igual a su pulsión opinante y exhibitiva. A partir de esto, un exceso de igualdad: se reconocen iguales lo justo, lo injusto, lo público y lo privado, el interés y la promesa, el deseo y la razón, lo virtual y lo real; si la antigua comunidad de iguales surgía del reconocimiento de que no todos eran iguales, la actual igualdad se erige en torno al criterio de la inclusión igualitaria de toda diferencia. También un segundo exceso, exceso de realidad: la imagen, insubordinada de la letra y de su sino como reflejo mimético de la realidad “real”, exhibición fragmentaria de todas las instancias –fisiológicas, religiosas, mentales, laborales– de la vida, se transforma en la exhibición de la totalidad. Dice Jean Baudrillard:

“Nuestro virtual supera definitivamente lo actual, y tendremos que contentarnos con esta virtualidad extrema que, a diferencia de lo que sucede con Aristóteles, disuade de pasar a la acción. Ya no estamos en una lógica de pasar de lo virtual a lo actual, sino en una lógica hiperrealista de disuasión de lo real mediante lo virtual”²⁶.

Retórica mediática del acontecimiento, muestra todo sin dobleces, sin ocultamientos, salvo, claro, el de la *lexis*. Lo real es lo mediático, lo político es la imagen: una *política sin retórica*.

La imagen total de lo real es la verdad de la retórica mediática. Como dice Paul Virilio, “la omnivigencia, (...) puede aparecer aquí como la formación de una imagen completa por el rechazo de lo invisible”. “Investigación (...) que pretende iluminar el espacio privado como se habían iluminado anteriormente los teatros, las calles, las avenidas del *espacio público*, y, por la desaparición de sus oscuridades, obtener una imagen total de la sociedad”²⁷. El control ejercido antaño sobre la palabra suponía que ésta tenía un poder litigante: dirimía entre lo justo y lo injusto, entre bien y mal. El poder de la imagen no es litigante sino absoluto: su verdad es la suma fragmentaria de todos los litigios. La mediatización de la imagen, en tanto *techné rethoriké*, convierte todo espacio en político, mediante la doble constatación de que el decir justo ya no discierne entre sentido y ruido, sino que dice la totalidad y de que la acción política que le sigue ya no es, por tanto, conforme al *telos* del justo decir sino conforme a ese decir total. La imagen se impone, así, frente a la doble sospecha platónica –respecto a la retórica y la democracia– como foco que aclara toda oscuridad. Ya no es la *auctoritas* de la palabra justa, el *telos* de la comunidad o la *ratio* del espacio público: es el *imperium* de la imagen. En consecuencia, la imagen será a la retórica lo que su *imperium* a la democracia, el principio verificador que elimina la sospecha.

Referencias bibliográficas

ARENDDT, Hannah: La condición humana, Barcelona, Paidós, 2005 (primera edición, 1993).

ARFUCH, Leonor: “Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad”.

En

²⁶ BAUDRILLARD, Jean: La Guerra del Golfo no ha tenido lugar, Barcelona, Anagrama, 1991, p. 15. Quizás tampoco el 11-S o incluso ese otro 11, de 1973.

²⁷ VIRILIO, Paul: La máquina de visión, Madrid, Cátedra Signo e Imagen, 1998, pp.47-48.

Revista de Crítica Cultural, Santiago de Chile, XI.2000.

ARISTÓTELES: *Política*, traducción de Manuel García V., Madrid, Gredos, 1999 (segunda reimpresión).

BARTHES, Roland: "La retórica antigua", *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1990 (Segunda edición, 1997).

BAUDRILLARD, Jean: *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Barcelona, Anagrama, 1991.

_____: "El éxtasis de la comunicación". In: FOSTER, Hall (comp.): *La posmodernidad*, Ciudad de México, Colofón, 1988.

BELL, Daniel: "Modernidad y Sociedad de Masas: Variedad de las Experiencias Culturales". In:

BELL, Daniel (comp.): *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1974.

DEL VILLAR, Rafael: "Nueva Cultura Audiovisual y Protocolos Interpretativos". In: OSSA, Carlos (comp.): *La Pantalla Delirante*. Santiago de Chile, LOM-Arcis, 1999.

FERRY, Jean-Marc: "Las transformaciones de la publicidad política". In: WOLTON, Dominique; et al.: *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, colección El Mamífero Parlante, 1998.

HABERMAS, Jürgen: *Facticidad y validez*, Madrid, Trotta, 1998.

_____: *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Editor Gustavo Gili, 1981 (primera edición, 1962).

LIPOVETSKY, Gilles: *La era del vacío*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1986.

LÓPEZ, Ricardo: "El Rostro de Caín y la Decisión de Hércules: Libertad y Determinismo en la Persuasión", s. d.

PLATÓN, *Gorgias*, traducción de Fernando Gómez Lasa, Santiago de Chile, Editorial Andrés Bello, 1982.

RANCIÈRE, Jacques: *En los bordes de lo político*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 1994.

RIVANO, Juan: *Retórica para la audiencia*, Santiago de Chile, Bravo y Allende editores, 1998.

VERÓN, Eliseo: "Interfaces. Sobre la democracia Audiovisual Evolucionada". In: WOLTON, Dominique; et al.: *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, colección El Mamífero Parlante, 1998.

VIRILIO, Paul: *La máquina de visión*, Madrid, Cátedra Signo e Imagen, 1998.

WOLTON, Dominique: "Imagen, Imagen, Cuando Nos Atrapas..." In: DAYAN, Daniel; VEYRAT MASSON, Isabel (comps.): *Espacios Públicos en Imágenes*, Barcelona, Gedisa, Colección el Mamífero Parlante, 1997.