

# Muerte y transfiguración del individuo en el discurso político

**HUGO ENRIQUE SÁEZ A.**

Que la política se ha convertido en una pesada maquinaria de guerra ajena a los individuos concretos, quedó demostrado, por si hacía falta, en la reciente campaña de los candidatos a la presidencia de México, más parecida a una telenovela de baja estofa que a una competencia de proyectos históricos. Los contendientes principales se liaron en una batalla privada en la que intentaron demostrar con pobres imágenes quién era el más mentiroso, el más corrupto, el más inepto para gobernar. ¿Hemos ingresado ya a la era del posthumanismo, en la que los valores modernos de libertad e igualdad son desplazados por el valor del éxito a costa de cualquier medio? ¿Podemos afirmar que el verdadero sujeto de la historia es el mercado, que se refleja en sus señales (los resultados de las encuestas, en este caso)?

El principal objetivo del discurso del poder es lograr la ilusión de que se está interpelando al individuo como individuo. Dicho en otras palabras, se trata de que el receptor del mensaje sienta o crea que le están hablando directamente a él. Entonces, cuando se produce esa conexión, el individuo por un mecanismo de alucinación queda incorporado como sujeto del discurso, aunque en todo momento ha sido considerado objeto del

deseo de la política. Como tal objeto es objeto de cálculo que en cifras abstractas lo miden de continuo las empresas dedicadas a levantar encuestas o a establecer el rating de un programa. Sin embargo, el espectador se proyecta al escenario de la imaginación y se dispone a enderezar su conducta para ser aceptado en el universo virtual que le muestra el anuncio político. De esta forma, el estímulo de la televisión ha dado en el blanco, desde el momento en que alguien resulta sensibilizado por el discurso del respectivo spot. El espectador se identifica con el conjunto abstracto de personas que defienden ciertas “virtudes” del candidato o evidencian groseros “defectos” del adversario. Constata que está en lo cierto comentando con amigos o familiares su súbita impresión de que fue iluminado por el genio que será presidente si cuenta con su voto. En ese estado de hipnosis procede a actuar racionalizando su conducta. “Lo prefiero porque es el más sensato”, podría resumir una racionalización; o bien “Éste sí acabará con la corrupción”. Las racionalizaciones pasan a justificar los actos del individuo como miembro de un colectivo que desconoce, pese a que se siente solidario con esa población anónima.

En la sociedad del espectáculo las decisiones se toman en el corto plazo, y además están determinadas por la idea de la ganancia. La empresa es la unidad de producción básica en todos los sectores económicos, ya que no sólo produce bienes y servicios, también pro-

duce conductas. En los albores del capitalismo, entre los siglos XIV y XV, la industria urbana se restringía a sustituir los antiguos talleres artesanales (caracterizados por la relación maestro/discípulos) por los mecanismos de la fábrica manufacturera (patrón/obrero) y se dedicaba a la producción de bienes de consumo diversos, desde textiles a muebles. Mientras, la actividad agropecuaria permanecía anclada a viejas formas de producción. Poco a poco, el modelo de la empresa productiva se extendió al campo y a fines del siglo XX ya abarcaba rubros tan heterogéneos como la educación y la diversión. Por ende, la cultura también se incorporó a los criterios de la productividad y la ganancia. El mecanismo de atrapar al individuo por medio del mensaje televisivo se basa en hacerle creer que algo gana adhiriéndose a una causa



Esther González

política. Está comprando la mercancía adecuada. Si se logra penetrar en la mente del sujeto, ello equivale a insertarle un chip que diseñará su conducta de forma automática.

Weber advirtió la paulatina decadencia en que se sumían las instituciones religiosas a principios del siglo XX, a las que Mircea Eliade consideraba “encargadas de administrar lo sagrado”. Las masas se alejan de las iglesias y las actividades cotidianas ya no son presididas por rituales religiosos. El fenómeno es acompañado de varias formas inéditas de expresión de lo trascendente. Por una parte, surgen iglesias nuevas que explotan la “revelación” experimentada por personas que perdieron un ser querido o que se recuperaron de una adicción. Por otra, los medios de comunicación de masas se convierten en una religión virtual con diversas ramificaciones (el deporte, los reality shows, los chismes del espectáculo). Por último, se ha consumado la secularización de la vida humana, que ahora se concentra en la realización personal. En estas condiciones, el individuo se constituye en el centro de referencia y su propio cuerpo es el templo en el que ejecuta rituales diversos (desde la vigorexia fanática del ejercicio, pasando por las dietas para tener un físico ideal hasta la anorexia y la bulimia).

En definitiva, tomando en cuenta estas nuevas formas de religiosidad, los discursos sobre la democracia deben analizarse como tales, es decir, como discursos religiosos, ya que se refieren a una realidad trascendente que es remitida a un tiempo de oro en el futuro, que de todos modos será inaccesible para quienes viven sometidos a un Estado cuya estructura se conforma como resultado de las presiones ejercidas por los representantes de las élites económicas y políticas. En contraste, lo que se debe resaltar es que al individuo despojado de sus relaciones sociales fundamentales sólo le queda la vida, su propia vida, el cuidado de esa vida. Y los discursos políticos abstractos no resolverán sus acuciantes problemas. ■