

LA COMUNICACIÓN INTERSUBJETIVA COMO REFUGIO: ESBOZOS PARA UNA COMUNICACIÓN PREFIGURATIVA

Juan Pablo Duque Parra¹

Sección: Disertaciones

Recibido: 04/03/2019

Aceptado: 25/07/2019

Publicado: 29/07/2019

La fraternidad tiene sutilezas. Unos gobiernan el mundo, otros son el mundo.

Pessoa

Introducción

El sentimiento de proximidad resulta extraño para las subjetividades modernas. La hipótesis de la posmodernidad (Bauman, 2015) (Vattimo, 1991) es que las certezas sociales se diluyen y con ello se configuran nuevos modos de vivir controlados por la individuación, la lejanía, la moda y el egoísmo. Bauman (2015) condensa el espíritu de la posmodernidad, cuando dice que "La desintegración de la trama social y el desmoronamiento de las agencias de acción colectiva suelen señalarse con gran ansiedad y justificarse como "efecto colateral" anticipado de la nueva levedad y fluidez de un poder cada vez más móvil, escurridizo, cambiante, evasivo y fugitivo" (p. 19). Pero resulta paradójico que existan lugares de la modernidad donde acontece lo contrario: experiencias de encuentros, relaciones duraderas, vínculos afectivos y comunitarios, ayuda y filantropía, políticas públicas que tienen como prioridad al otro. ¿Por qué está doble condición, que por un lado se condena en el consumo, la alienación, la discriminación, y por otro lado deja emerger proximidades, protección, apoyo mutuo, amparo y socorro? De lo anterior trata precisamente este ensayo: de analizar a la comunicación en una doble condición como antagonista y protagonista, villano y héroe, culpable e inocente. La comunicación juega un papel extraño en la construcción de refugios, amenazas y resistencias puesto que es culpable de las separaciones y los encuentros, conecta por aquello que aleja: la intersubjetividad. La comunicación intersubjetiva y su potencia son los objetos de análisis de esta propuesta que intentará develar cómo la comunicación es un refugio de la misma comunicación.

¹ Profesor de asignatura de la Universidad Latina. Correo electrónico: juanpabloduqueparra1@gmail.com  <https://orcid.org/0000-0002-3278-014X>

La teoría social tiene, por lo menos, dos versiones de la relación de la comunicación con la intersubjetividad; la primera siguiendo a la Escuela de Frankfurt (Muñoz, 2009) dice que la comunicación se convierte en un mecanismo por el cual el capitalismo posiciona sus valores y perspectivas frente al sujeto y sus iguales; los medios son parte, una mera herramienta que se encuentra al servicio de quienes poseen poder económico y político. Por otro lado, hay una versión que trata de romper con el pesimismo, concibe las relaciones de la comunicación y las subjetividades como una condición necesaria para el orden social, no es ni positiva ni negativa, simplemente es un hecho (Luhmann, 2007).

Este ensayo intentará proponer un tercer itinerario en el cual la comunicación intersubjetiva tiene una condición ética y política, una circunstancia de refugio de las situaciones sociales actuales: aceleración, violencia, individualización e incertidumbre. La idea es abordar al concepto de comunicación intersubjetiva como una dimensión poco explorada en relación con las resistencias sociales y al tiempo. La comunicación intersubjetiva se ve imbuida de varios procesos: para el interés de este ensayo se reflexionará en dos, el primero es la espera, una condición de expectación que genera identidades que se anclan a estructuras sociales por la adherencia de los sujetos a unas pautas temporales impuestas y a unos mecanismos de interacción determinados. La segunda es su opuesto, la prefiguración, hablando de comunicación prefigurativa que es una condición de acción donde las identidades se diluyen, se generan nuevos procesos de subjetivación donde se ponen en marcha los deseos de mejora compartidos sin esperar a cambios estructurales, es la idea de vivir en el presente el futuro deseado (Ouviña, 2013).

I. La comunicación intersubjetiva entre derivas filosóficas y psicológicas

Ante todo, doble vuelta a la cerradura. Pienso que esa vuelta de la llave aumentará mi soledad y hará más fuertes las barricadas que ahora mismo separan el mundo.

Baudelaire

La comunicación intersubjetiva no es igual a la comunicación interpersonal (entre personas), el hecho que resulta diferencial es que la comunicación intersubjetiva tiene un precepto: la comunicación es el intercambio colectivo de significados, su negociación en situaciones sociales donde los símbolos y signos emergen para ser usados en los diálogos, en los vínculos, en los gestos y, en definitiva, en la reciprocidad de un encuentro (Christlieb & García, 2009). La complejidad de la comunicación intersubjetiva se da porque rebasa el interés de disciplinas particulares; la psicología, la comunicación, la sociología, la ciencia política, y procura más bien análisis multidisciplinares en los cuales no se parte de una categoría, sino de un problema.

No es tarea de este ensayo hacer una historiografía del concepto de comunicación intersubjetiva, pero para ubicar la cuestión vale la pena identificar,

por lo menos, tres grandes aportes: el de la antropología social, el del interaccionismo simbólico y la propuesta de la acción comunicativa de Habermas (1999).

La antropología social en los años 30 y 40 empezó a entender los fenómenos sociales como procesos comunicativos que son constituyentes de la vida en la cultura, por ejemplo, las costumbres, los mitos o las relaciones familiares. Aunque de igual forma se seguía teniendo un esquema bastante cerrado de la comunicación donde se analizan los mensajes y las formas de codificación, la introducción de criterios simbólicos fue una novedad (Leví-Strauss, 1987). El aporte fundamental de la antropología social era extender el concepto de comunicación a otras actividades.

El interaccionismo simbólico aportó de forma general el análisis de la microsociología y en particular el entendimiento de la comunicación como un producto de sentido que se ancla a un universo simbólico compartido. Los autores más relevantes del interaccionismo simbólico son Blumer (1982) y Mead (1990). Blumer (1982) aporta tres consideraciones para entender el interaccionismo simbólico: 1) La interacción es posible porque las personas comparten significados; las interacciones no solo se dan por imposiciones sociales, sino que se dan como parte de la espontaneidad de la vida cotidiana. 2) El significado de los símbolos se construye socialmente, es decir que no hay significados universales, sino una producción social entre los sujetos que intervienen en situaciones compartidas. 3) los sujetos interpretan y seleccionan los significados para el intercambio comunicacional. Podría agregarse un elemento más profundo: primero Heidegger (1974) y después Gadamer (2001) develaron que la interpretación tiene un carácter ontológico, es decir, que es una nota esencial del ser humano y la cultura, la comprensión es una facultad existencial que permite el diálogo y la significación dentro de una red de sentidos compartidos, permite existir. La dimensión simbólica es fundamental para la aprehensión del mundo. Cassirer (1997) y Amador Bech (2015) hablan de la imposibilidad de enfrentarse de manera inmediata y sin mediaciones simbólicas a las realidades físicas, lo que puede ser visto como que la actitud natural fenomenológica es posterior a los entramados de significación que enfrenta la inconmensurabilidad del infinito material. Significar es construir mitos, versiones, conceptos, afectos, imaginarios que acercan al ser humano con su contexto y su historia y demuestra la imposibilidad de una objetividad total. Al respecto dice Gadamer (1991): "una interpretación definitiva parece ser una contradicción en sí misma" (p. 98).

Por último, Habermas (1999) con la acción comunicativa argumentaba que la comunicación permite a los individuos entrar en escenarios de entendimiento y de transformación, además de generar consensos comunicativos. Para entender la comunicación intersubjetiva es importante delimitar conceptualmente las diferencias que existen entre el mundo de la vida, aporte de Habermas y la vida cotidiana (Saavedra, 2000). La diferencia básica es que el mundo de la vida es

horizonte de interpretación y la vida cotidiana es el marco de la acción (Saavedra, 2000). En términos fenomenológicos el mundo de vida es el lugar de la actitud natural, que tiene como característica principal la incuestionabilidad de los significados y de las dimensiones de la realidad; en el espacio de la comunicación interpersonal que sería una brecha entre el mundo de la vida y la vida cotidiana se ponen en juego dos elementos: lo establecido culturalmente en la interacción y la posibilidad de cambiar; un ejemplo pertinente es el de una conversación: puede tornarse un asunto mecánico de significantes estereotipados: "Cómo estás" "Muy bien", etc., pero también podría llegar a ser el espacio de un encuentro donde emerge la belleza, la verdad, la rectitud, la veracidad y la empatía.

El mundo de la vida no es un mundo privado, sino un mundo público donde se establece un marco común de interpretación. La actitud natural se determina en horizontes pragmáticos: el mundo, que en primera instancia es un elemento abstracto, pasa a ser un hecho social manipulable. Las acciones diarias van construyendo lo que Schütz (1977) llama un acervo de conocimiento. La vida cotidiana, al ser acción únicamente y tener como característica la no sistematización, se evalúa socialmente por su eficiencia pragmática (Schütz, 1977). El mundo de la vida, al ser un horizonte de interpretación, sí permite cambiar esquemas de referencia: el conocimiento situacional de la vida cotidiana es un material fundamental para interpretar el mundo de la vida si se combina con la reflexión y la orientación que va más allá de los modos rutinarios. Si para Schütz (1977) siguiendo a Husserl (1986) el mundo de vida es el horizonte de todo lo que pueda llamarse sentido, lo contrario a dicho horizonte es una región particular del sentido, que sería la vida cotidiana (Saavedra, 2000). Mientras que el mundo de la vida comprende al sentido en su totalidad, la vida cotidiana es una provincia totalmente práctica y pre-teórica donde las esferas de relaciones de la vida cotidiana terminan constituyendo el sentido común y el modo primordial de actuar dentro de un sentido práctico compartido (espacio de la comunicación intersubjetiva) (Saavedra, 2000). La tensión entre mundo de vida y vida cotidiana, entre la racionalidad pragmática y la racionalidad interpretativa es una tensión entre la preconstitución del mundo y de las formas de la comunicación.

Con todo lo anterior se puede pensar en una definición que tome en cuenta estos tres antecedentes: de la antropología social, del interaccionismo simbólico y de la acción comunicativa. Para empezar, debe decirse que la comunicación intersubjetiva es un significado en construcción, inacabado, pero que agrupa los siguientes elementos: la comunicación intersubjetiva es el proceso de construcción de diferentes sistemas de significados que influyen en las pautas de comportamiento, cognición, emoción, e interacción entre sujetos sociales. La comunicación intersubjetiva está en el orden de los cuerpos, va más allá de lo verbal y no lo verbal.

En un ejercicio dialéctico la comunicación intersubjetiva tendría un antagonista, y sería la comunicación mediada e hiper mediada, aquella que surge de la introducción de las tecnologías en la vida cotidiana (Scolari, 2008), lo que han llamado algunos especialistas la comunicación digital. La diferencia no tiene que ver con ideas morales de lo bueno y lo malo, más bien, es que una es una comunicación con una racionalidad y otra es comunicación con otra racionalidad. Mientras que la comunicación intersubjetividad necesita de los encuentros entre personas para producirse, la comunicación digital agrega un tercero: la tecnología, inclusive en algunos casos lo tecnológico se convierte en receptor, mensajero y codificador: parte de la comunicación. La comunicación intersubjetiva dice que solo es posible comunicar cuando se comparte con otros (Christlieb & García, 2009) a lo que le respondería la comunicación digital que no es así, que la comunicación existe porque existen dispositivos de transmisión y difusión; las diferencias están marcadas.

II. Pantallas, redes y mercancías

Todo está vacío, hasta la propia idea de lo que es. Todo eso está dicho en otra lengua, incomprensible para nosotros, meros sonidos de sílabas sin forma en el entendimiento. La vida es hueca, el mundo es hueco. Todos los dioses mueren de una muerte mayor que la muerte. Todo está más vacío que el vacío. Todo es un caos de nada.

Pessoa

87

Parecen tiempos difusos en los que unos hablan de modernidad y otros de hipermodernidad. Lipovetsky (2009) expone que la comunicación en la actualidad es un fenómeno fragmentado, por lo general en pantallas, multicultural y de identidad plural. La comunicación en la era digital tiene dos características: la aceleración total y el consumo de información frenética. Lipovetsky (2009) argumenta que el individuo (parte de la comunicación digital) se encuentra conectado permanentemente, no hay un uso temporal de las pantallas para fines establecidos: informar o informarse. La utilización de lo tecnológico se usa para la mediación en todas las esferas de la vida: la educación, la salud, la crianza o las rutas de desplazamiento. Las pantallas obligan al sujeto moderno a consumir información y comunicación como si fueran una necesidad. El ocio tiene todo su engranaje en los elementos digitales: plataformas, cine o aplicaciones que están en constante evolución para dar una experiencia más estimulante a los usuarios y con ello obligan a un movimiento cognitivo donde la lógica la imponen las pantallas (Lipovetsky, 2009).

Los individuos se enclaustran en redes, es el nuevo oxímoron: encerrarse en las relaciones. Buscar experiencias estéticas y la lógica mercantil está presente: comprar por internet, vender por internet, anunciarse en las redes, influenciar las decisiones, todo esto a una máxima velocidad. Rendueles (2014) habla de dos consecuencias que la revolución digital ha traído para los individuos: la primera es sobre el consumo cultural y la segunda sobre el beneficio de capitalizar las

ideas; estos dos puntos no son solo un asunto del consumo, pues tienen que ver con una lógica de instrumentalización: las redes capitalizan mensajes y los seres humanos viven en la constante necesidad del dinero, generando una amalgama entre necesidad y satisfacción: la economía capitalista usa la comunicación como un bien, haciendo que los valores de la mercancía pasen a los procesos mismos de la interacción.

Marx o nada o ¿por qué la comunicación es una mercancía?

Marx propuso la teoría del valor-trabajo: el valor de un bien o servicio está determinado por las horas de trabajo que lleva consigo para su producción. Este modelo no es pertinente para entender la comunicación digital, puesto que está condensado a partir de procesos complejos que van mucho más allá del tiempo de trabajo. El concepto de mercancía es diseccionado por Marx en términos del valor de uso y el valor de cambio; llegando a una conclusión fundamental para la economía política: las mercancías son inconmensurables entre sí —¿cuántos lápices valen un plumón? — por esto en el capítulo 3 del *Capital* presenta una fórmula del valor en el cual se une a la fórmula el tiempo. Pero sí hay una necesidad de capitalización constante con la comunicación: Rendueles (2014) posiciona los regímenes de la propiedad intelectual como un modelo de relación comunicación- capital, pero lo cierto es que tampoco satisface su respuesta, puesto que falta agregar el componente simbólico del producto comunicativo.

La nueva valorización se hace desde los views, complejizando la cuestión puesto que la valorización, que de por sí ya era un proceso abstracto, se convierte en doblemente abstracto dado que su determinante no es un tangible (dinero), sino un intangible. Marx dice que la valorización se da cuando se calcula el tiempo socialmente destinado para la producción: actividad física material, pero ¿cuál sería el material de la comunicación? Ciertamente es que sí es coherente pensar en categorías marxistas el tema de la comunicación digital, de tal manera que el valor que produce la comunicación es mucho mayor que el valor necesario para producirla: ahora con un celular y una cantidad de seguidores se capitaliza a partir del alcance de un video. La lógica instrumental genera una mercantilización de la comunicación digital donde los valores del encuentro quedan reducidos por su capacidad de generar ingresos dentro de un sistema complejo de incentivos. Por otro lado, a nivel ideológico, para Marx, los medios son un instrumento de propagación ideológica al servicio del poder.

La tecnología, como dice Pimentel (2004), parece ser el último estadio de la técnica. Para Marx hay tres puntos de inicio del capitalismo, uno de ellos fue la Revolución Industrial, con ello el capitalismo tomó toda su forma moderna, pensando la comunicación como mercancía desde hay cuatro puntos que deben revisarse para problematizar su condición digital:

1. La colonización del capitalismo para el financiamiento de la comunicación: la comunicación digital solo es posible en una sociedad capitalista.

2. La selección de material que amplifica modelos de consumo y posiciona como lugar privilegiado de desarrollo al mercado.
3. La segregación de temas contrarios a los ángulos empresariales, científicos o tecnológicos.
4. La doctrina que mezcla el individualismo liberal con la potencia de desarrollo dentro de un escenario neoliberal donde imperan valores de mercado: rendimiento, ganancia, eficacia, etc.

La comunicación digital es un proceso social, en esto no hay duda, pero lo cierto es que es posible únicamente porque los grupos mediáticos más grandes del mundo han creado plataformas que se capitalizan a sí mismas con publicidad, mutación a nuevas formas del mercado o mayor invasión a la privacidad en aras de la capitalización. Además, la relación de medios con la política comienza un nivel de asimetría nunca visto (Olivé 2016): los cuatro grupos mediáticos más grandes del mundo: News Corporation (con un capital de 54,6 miliares de dólares en 2008); Time Warner (50,1 miliares); Walt Disney (35,5 miliares) y Bertelsmann (30,5 miliares) cada vez presentan mayor influencia fuera de su zona de actividad, por ejemplo, inversiones en países en desarrollo. De esta manera dice Olivé (2016):

El mercado de los medios es además un mercado con una oferta y dos demandas: una demanda para la información (de parte de los consumidores de medios) y una demanda para la publicidad (de parte de los anunciantes). Así, la publicidad que subvenciona la información y abreva con euros a los medios y esto jamás es objeto de investigaciones profundizadas (p.7).

Por último, la comunicación y el capitalismo tienen una relación complicada en relación con la afectividad: Byung-Chul Han menciona, siguiendo a Weber, que la acción económica trae consigo emociones, y en el capitalismo actual, éste trae consigo la angustia: un estado constante de expectación y miedo frente a la incertidumbre, el capitalismo genera angustias que solo son aliviadas en clave de dinero: más dinero mayor tranquilidad, reza un precepto. La comunicación que es una mercancía también posibilita ese frenesí y así la red está llena de angustias, un poco en la lógica de la acumulación: acumular angustias como se acumula dinero (Han, 2015). Hay una autoexplotación que se vende como emancipación individual, hay explotaciones propias del tiempo y del bienestar que toman forma en los discursos del emprendimiento y la comunicación juega un papel fundamental. El capitalismo vende, a partir de la comunicación, significados, y al igual que el neoliberalismo presupone las emociones como un potenciador de su productividad ¿El mecanismo por el cual esto pasa? La comunicación.

III. La comunicación intersubjetiva, un refugio

Buscar mi felicidad en la felicidad de los otros, mi dignidad en la dignidad de los que me rodean, ser libre en la libertad de los otros, tal es todo mi credo, la aspiración de toda mi vida. He considerado que el más sagrado de todos mis deberes era rebelarme contra toda opresión, fuera cual fuere el autor o la víctima.

Bakunin

Pero lo cierto es que diferenciar la comunicación intersubjetiva y la comunicación digital en estos tiempos es una tarea imposible: no hay límites claros entre una y otra; tan intersubjetiva es una conversación cara a cara como lo puede llegar a ser una conversación por las redes. Las consecuencias de la comunicación digital son evidentes, pero como dice Champeau (2006): "Paradójicamente, es precisamente porque son evidentes, o porque no presentan dificultad alguna de abordaje o manipulación, por lo que resultan opacas y problemáticas" (p. 133). No hay claridad sobre cuándo hay una o cuándo se establece la otra, por esto se argumentará en los extremos abstractos: la comunicación intersubjetiva como diálogo, encuentro y refugio y la comunicación digital como desencuentro, individualismo y mercantilización.

La comunicación intersubjetiva es un refugio, pero ¿qué es un refugio? La Real Academia de la Lengua (RAE) define al refugio como un lugar que sirve para protegerse de un peligro. Es interesante introducir una definición que se encuentra en el número dos de la búsqueda en Google; al teclear r-e-f-u-g-i-o, aparece esta definición: "Protección o amparo que una persona encuentra en otra o en algo librándola de un peligro", el excedente conceptual es la palabra amparo y el lugar: el otro. Pero el peligro no queda del todo claro, por esta razón se propone el siguiente esquema argumentativo: la comunicación digital racionaliza los encuentros de manera mecánica, estereotipada y construyendo a un sujeto de la comunicación de forma pasiva, mientras que la comunicación intersubjetiva, al ser un encuentro donde se comparten, negocian y construyen significados, es una forma de relación activa. La comunicación digital propicia la espera y la comunicación intersubjetiva la prefiguración.

Antes de entrar al tema de la espera y la prefiguración, es importante aclarar qué se dice cuando se habla de refugio y amparo. Ampararse en un refugio es mantener lazos de vecindad, no hay forma de entenderlo conceptualmente porque no es un argumento. El amparo es una experiencia: es el plato en la mesa, el pan caliente, una casa, la cercanía de la familia. No hay una definición, pero en un poema de Borges llamado Los justos, hay un muy buen acercamiento:

"El que acaricia un animal dormido... un hombre que cultiva un jardín... el que prefiere que los otros tengan la razón".

El amparo es un encuentro, un lugar seguro: en la interacción y en la intersubjetividad al dialogar emerge una entrega en la palabra y la palabra cura, como decía Freud. No toda interacción es así, pero la intersubjetividad es la potencia, como diría Deleuze, que configura un encuentro: la etimología de refugio viene del latín *refugium* que significa ir hacia atrás o volver, porque el presupuesto no es menor: la comunicación alimenta la coincidencia de los cuerpos, aspecto que es imposible de imaginar en una lógica digital.

III.I La espera y la prefiguración

La comunicación intersubjetiva tiene que ver con el tiempo: ¿Por qué importa pensar las temporalidades respecto a lo intersubjetivo? Porque dentro de la reflexión de las temporalidades se ha desechado, por lo menos en un principio, su carácter comunicativo. El tiempo comunica, lo digital de una manera, lo intersubjetivo de otra. El tiempo es comunicación, por esto es más que una abstracción indefinible por San Agustín, un *a priori* para Kant o una creación universal que perfecciona el ir y venir de los astros para Platón o la medida del movimiento para Aristóteles o un absoluto para Newton. Existen dos operaciones temporales que son usadas por dos formas políticas que son antagónicas e irreconciliables, pero convivientes. Las dos operaciones temporales toman toda su condición arquetípica en los procesos de la espera y la prefiguración. La espera es cercana a la comunicación mediada, pues propicia la inacción y es la constitución de un estado de expectación. La espera viene del latín *sperare* que significa tener esperanza. La segunda condición es opuesta a la espera: la prefiguración es una condición de acción en el presente, de movimiento temporal, de poner en marcha los deseos de mejora sin esperar cambios estructurales, es la idea de vivir en el presente el futuro deseado, y su lugar o refugio es la comunicación intersubjetiva.

Son dos estilos, dos formas, dos diferencias que cohabitan y actúan de forma simultánea. Lo digital pospone la acción colectiva porque la espera es un proyecto total de control de los cuerpos, el hacer, el decir y el sentir y es la instauración de los calendarios de la acción, de lo oportuno; en el mundo digital hay una agenda propuesta por el centro que moviliza a la periferia. Por otro lado, la prefiguración es un acontecimiento de ruptura que surge desde el interior de la intersubjetividad: el proceso prefigurativo no tiene un arraigo claro, no está solo en las conversaciones, pero de la subjetividad nace su condición primordial: lo colectivo.

El tema de la espera va mucho más allá del ámbito comunicativo; en términos generales existe en la modernidad una policía² de los ritmos de vida y una política de la espera que impone consonancias, plazos, continuidades y discontinuidades.

² Tomaré como semejante de la política de la espera la policía de la espera. Siguiendo el argumento de Jaques Rancière en su libro llamado *El desacuerdo*. Considero más claro ver a la política de espera en términos de sus operadores: capitalismo, democracia liberal, y la tradición

La policía de la espera (que se configura a partir de tres operadores, por lo menos para una parte de occidente: el capitalismo, la democracia liberal, las tradiciones judeo-cristianas) tiene como operador primordial a la comunicación digital, de esta manera fija el ritmo del trabajo y del ocio, los tiempos de producción y descanso, de los comicios y la participación, el de la esperanza del porvenir y la acción siempre a futuro, el tiempo del placer y del aprendizaje, los tiempos del amor y el compromiso.

La policía de la espera también tiene un presupuesto de desigualdad entre quienes tienen tiempo y quienes no, entre quienes son invisibles para las redes y los very important people (VIP); entre personas que esperan una, dos, tres horas el transporte público y quien viaja en helicóptero. Asimismo, en un ejercicio de exclusión y violencia, la policía de la espera define qué es pasado, qué es actual y novedoso, qué hace parte de la memoria compartida, de la historia y cuáles son los límites del presente, las agendas, qué temas se deben debatir y resolver y cuáles se tienen que resguardar en el olvido, todo en el terreno de la comunicación. El proyecto de la policía de la espera es homogenizar todos los tiempos existentes en una lógica digital. Pero la policía se ha encontrado con una resistencia: la comunicación intersubjetiva que tiene una política prefigurativa que rompe con su reparto, con su asignación del tiempo en los cuerpos y con sus ritmos: hay diálogos que duran más de lo que el sistema espera.

IV. Reflexiones finales

La tensión entre un tiempo de inacción, de expectación de ciclos y un tiempo de acción de ruptura y emancipación tiene dos escenarios de tensión: el sujeto y la calle. Pero todo mediado desde una perspectiva comunicacional.

La comunicación tiene una categoría fundamental: en el nivel de los sujetos que a partir de su rompimiento con el orden sensible impuesto asumen una nueva subjetividad temporal, una nueva forma de comunicarse, renegocian su condición y devienen su sometimiento a soberanía temporal.

La espera intenta someter a los sujetos a la fragmentación del tiempo: al antes, ahora y el después, a la agenda de la coyuntura digital, a la espera profunda de un mejor mundo que está por venir y someten a tiempos muertos de inacción y letargo. La respuesta de algunos sujetos es rehacerse a nivel temporal, asumir esa fragmentación y llevarla a la creación de nuevas formas de subjetividad de refugios compartidos: son los proletarios en Rancière, los indígenas zapatistas, los jóvenes sin futuro en la Plaza del Sol y las mujeres feministas en todo el

judeo-cristiana, desde Rancière los tres operadores serían policía porque son un "conjunto de procesos mediante los cuales se efectúan la agregación y el consentimiento de las colectividades, la organización de poderes, distribución de lugares y funciones y los sistemas de legitimación de esta distribución". Además, agrega Rancière hablando de la policía: "no es tanto el disciplinamiento de los cuerpos como una regla de su aparecer, una configuración de (sus) ocupaciones y las propiedades de los espacios donde esas ocupaciones se distribuyen. De tal manera se mencionará a la espera en dos términos como policía y como política.

mundo. Los sujetos que rompen, parcialmente, con las ataduras y la imposición, son una muestra que el tiempo y sus asignaciones son un campo de batalla en la comunicación.

El segundo es el nivel de las interrupciones del tiempo en las calles. Las máquinas de la policía de la espera se apagan (la escuela, el trabajo y los medios) y los procesos de la comunicación prefigurativa emergen (las movilizaciones y los encuentros). Las masas se adueñan del mundo y ponen su agenda a competir con el día a día de los organismos gubernamentales. Los momentos de la comunicación prefigurativa no son simplemente instantes abstractos donde la interrupción del tiempo causa secuelas en un sistema; los momentos confieren un nuevo paisaje de subjetividades y de intersubjetividades. El ruido se hace palabra, el silencio deviene en gritos, la igualdad se puede verificar en la acción y, principalmente, como dice Rancière, la cartografía de lo visible, lo decible y lo pensable sufre una transformación y con ello el mundo de lo posible crea un nuevo archipiélago. Hay intersubjetividad en lo digital y también en lo espontáneo: el horizonte de lo posible no se agota. La cuestión es, como dice Deleuze con la imagen de la filosofía que no admite pensar la filosofía, que la imagen de la comunicación se llenó de medios. La versión a gran escala, internacional y total es imposible porque existen procesos micro de la comunicación que cambian realidades.

La única salida se da cuando la duración de una espontaneidad rompe con el tiempo lineal: la comunicación prefigurativa inventa formas de vida y de tiempo que permiten sobrevivir. Žižek llama a esto utopía en acción, no es un imaginario del futuro en el vacío; es la puesta en acto del futuro deseado en las condiciones particulares del presente. La utopía en acción no es un universalismo, se desata en las particularidades de un momento. Imposible no pensar la relación entre Žižek y la frase de Michael Onfray en *La fuerza de existir*: “Así, podemos imaginar el momento como el laboratorio del futuro, como su crisol. El instante no funciona como un fin en sí mismo, sino como el momento arquitectónico de un movimiento posible” (p.129).

La prefiguración, un camino: no esperar a que el mundo cambie para que las cosas cambien. Valerse del refugio intersubjetivo, una norma. La prefiguración es una política que busca la acción directa sobre la realidad sin importar las condiciones estructurales: comunicar intersubjetivamente a pesar de lo digital o usando lo digital. Por ejemplo: una anécdota que se puede convertir en arquetípica hablando de comunicación prefigurativa es cuando en Seattle, en 1999, los manifestantes a una movilización coreaban lo siguiente: “así es como luce la democracia”. El hecho era irrumpir el reparto de lo sensible, lo que se dice es comunicación, todo esto con la acción directa y así el mundo de lo posible se actualiza.

La clave de la política de la comunicación prefigurativa es volver duraderos los instantes, los eventos de ruptura y los acontecimientos. Crea una nueva imagen del tiempo que articula el desarrollo de las potencias de cambio de una

conversación, porque la policía de la espera ha neutralizado a la gran mayoría de las resistencias. Los ejércitos de proletarios y de estudiantes se han acabado perdiendo en los tiempos electorales, en las redes, en los tiempos de paraísos remotos que pronto llegarán y en los modos de participación controlados por las izquierdas y las derechas, en los calendarios, en las iniciativas ciudadanas y en la sociedad civil. Parafraseando a Lyotard: después del 1968 ha muerto el entusiasmo, ya no existe un rey a quien cortarle la cabeza.

REFERENCIAS

- Amador Bech, J. (2015). Comunicación y cultura. Conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación. México: UNAM.
- Bauman, Z. (2015). Modernidad líquida. México: Fondo de Cultura Económica.
- Blumer, H. (1982). La posición metodológica del interaccionismo simbólico. El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método, 1-44.
- Han, B. C. (2015). El aroma del tiempo: un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse. Barcelona: Herder.
- Cassirer, E. (1997) Antropología filosófica. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.
- Christlieb, F. F., & García, M. R. (2009). Nosotros y los otros: la comunicación humana como fundamento de la vida social. México: Editoras Los Miércoles.
- Habermas, J. (1999). Teoría de la acción comunicativa. Tomo I. Madrid: Taurus.
- Gadamer, H. G. (2001). Verdad y método. Tomo I. Salamanca: Sígueme.
- Gadamer, H. G., & Argullol, R. (1991). La actualidad de lo bello. Barcelona: Paidós.
- Heidegger, M. (1974). El ser y el tiempo. México: Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (1986). Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lévi-Strauss, C. (1987). Antropología estructural: mito, sociedad, humanidades. México: Siglo XXI.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna. Cuadernos. (24).
- Luhmann, N. (2007). La sociedad de la sociedad. México: Herder.
- Marx, K. (2004). Capital: A critique of political economy. Penguin UK.
- Mead, G. H. (1990). Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social. Barcelona: Paidós.
- Muñoz, B. (2009). Escuela de Frankfurt: primera generación. Diccionario crítico deficiencias sociales. Terminología científico-social, 1-4.

- Ouviña, H. (2013). La política prefigurativa de los movimientos populares en América Latina. Hacia una nueva matriz de intelección para las ciencias sociales. *Acta Sociológica*, 62, 77-104.
- Onfray, M. (2008). *La fuerza de existir. Manifiesto hedonista*. Barcelona: Anagrama
- Montagu, A., Pimentel, D., & Groisman, M. (2004). *Cultura digital: comunicación y sociedad*. Barcelona: Paidós.
- Rancière, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1996.
- Rendueles, C. (2014). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid.
- Saavedra, M. E. (2015). La vida y el mundo: distinción conceptual entre mundo de vida y vida cotidiana. *Sociológica México*, (43), 103-151.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Schutz, A., & Natanson, M. (1995). *El problema de la realidad social: escritos I*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Vattimo, G. (1991). *Ética de la interpretación*. Buenos Aires: Grupo Planeta.



“La comunicación intersubjetiva como refugio: esbozos para una comunicación prefigurativa” por Juan Pablo Duque está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).