

COMUNIDADES DE GOCE: 25 TESIS PARA COMENZAR A PENSAR LA TAREA DEL PSICOANÁLISIS EN EL CAMPO DE LA POLÍTICA

JOSÉ ANTONIO PALAO ERRANDO

Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universitat Jaume I de Castelló

I

España es un enclave privilegiado para observar los procesos políticos en estos tiempos de crisis, global, sí, pero sobre todo del viejo mundo capitalista. En el año 2011 tuvo lugar un movimiento social de amplio alcance al que le quedó como nombre el de la fecha de su primer acto público, **15-M** y cuyos partícipes atendieron, por más que este término no sea unánimemente aceptado, a la denominación de *indignados*. El movimiento surgió por empatía con las llamadas primaveras árabes, haciendo honor al insoslayable componente moruno de la cultura española, se extendió por todo el territorio del Estado y fue sostenido en el tiempo con una fuerza y una propagación ilusionante, convocando y manteniendo acampadas en espacios céntricos de muchas ciudades españolas, generando plataformas (*Democracia Real Ya*, *Spanish Revolution*, comités y asambleas en cada ciudad, etc.) y reivindicando el movimiento asambleario contra la política institucional establecida. Esto no fue un fenómeno aislado y único: este tipo de acciones se fueron extendiendo por Europa y América del Norte en un movimiento global, tal vez, con vocación universal, no como la globalización capitalista.

Y mientras todo esto sucedía, la derecha iba consiguiendo la mayor acumulación de poder electoral que nunca haya existido en la España democrática. *España, dividida contra sí misma.*

II

Como hemos dicho, el Movimiento 15-M sigue en pie en diversas formas y sus consecuencias siguen operativas en la sociedad española: organizaciones de ciudadanos y de estudiantes, lucha contra los desahucios, acciones colectivas variadas, manifestaciones multitudinarias frecuentes. Como movimiento tiene sus peculiaridades, comenzando por un sospechoso –por parecerse demasiado a las proclamas fascistas de los años 30- “no somos de izquierdas ni de derechas, somos los de abajo contra los de arriba”. Esta proclama conecta directamente con la otra gran peculiaridad del movimiento: el cambio de modelo comunicativo, de las viejas *industrias culturales de la difusión* a un modelo basado en las *relaciones en red*. En efecto, es totalmente coherente con su uso de sus las redes sociales digitales (lo que hemos llamado en otros lugares [Palao, 2009] *Modelo Reticular*) y su rechazo de las industrias culturales y los *Mass Media* clásicos como cauce privilegiado de comunicación (el que denominamos *Modelo Difusión*), que decidan excluirse del patrón político hegemónico en las democracias parlamentarias, el bipartidismo.

III

El modelo de comunicación elegido implicaba, pues, consecuencias claras en la estructura de la acción política: el *asamblearismo* como fórmula de decisión, la toma de la calle como espacio público por excelencia (gracias a los *smart phone* uno puede estar en la calle y en el ciberespacio a la vez, uniendo las ventajas del el *hombre velocidad* y el *hombre masa* que postuló Derrick de Kherckove [1999]) y la negativa a que

el semblante de un líder usurpara el protagonismo de la multitud. Ahora bien, este modelo, sostenido en su radicalidad, no deja de tener que afrontar aporías e inconvenientes. Con respecto al espacio de la representación, por ejemplo, los Mass Media tradicionales no quedaban apartados, sino contravenidos. Pero el problema es que la utilidad mediática del líder profesional se había perdido y mantener el protagonismo de la multitud era terriblemente desgastante: significaba continuas acciones en el espacio público que pudieran ser recogidas por los medios clásicos, prensa y televisión. Esto es, se necesitaba una continuidad icónica constante en el ambivalente –por inesquivable, y por apetecido, a partes iguales- dominio comunicativo de la hipervisibilidad (Casero, 2009) que rige la actividad política contemporánea. Ahí comenzó la ansiosa petición de relevos para mantener una actividad multitudinaria sostenida y de ahí derivó otro de los eslóganes de movimiento: SOMOS EL 99%.

Y el corolario, en forma de interrogante, no se hace esperar, a la vista de esa división de la sociedad española contra sí misma: si somos el 99%, ¿por qué no conseguimos constituir una mayoría pragmática? En su ingenuidad, creemos que ésta es una pregunta radical y, a la vez, completamente lógica ante la evidencia de la imposibilidad de construir una mayoría desde la racionalidad y el cálculo ideológico objetivo. Es la gran pregunta por *el cálculo del consenso* (que ya teorizaron allá por los años 60 Buchanan y Tullock [1993]). Y nuestra apuesta es que esta pregunta está absolutamente vinculada al hecho de que, como acuñó Shaila García Catalán (2012), la *comunicación se ha convertido campo único de enunciación*, lo que propicia que toda la actividad política de los partidos políticos actuales quede asimilada a la *comunicación política*. Es decir, que la política cede en su cometido hermenéutico, en su otrora irrenunciable imperativo de interpretar el mundo para transformarlo, y el político profesional actual sólo pretende que se entienda su mensaje para ganar unas elecciones. La acción pues, se concibe, ante todo como Acción Comunicativa y parte de Habermas y de la (segunda) Escuela de Frankfurt la erección de una mitografía del consenso basada en la honestidad discursiva, el patriotismo constitucional, la “coacción sin coacciones del mejor argumento” (Habermas, 1989: 140)... Pero en el *Discurso Capitalista* la relación del sujeto con el saber es de impotencia y el significante amo se aloja en el lugar

de la verdad. La acción comunicativa es tan prolífica como sustancialmente inoperante: el ruidoso parloteo de la información convierte el Campo de la Comunicación en el Campo privilegiado del Goce. Y lo que se revela imposible es el dominio racional del mundo. Y la eficacia de la verdad.

IV

A través de la *Teoría de la Acción Comunicativa*, pues, el *consenso* se ha convertido en el auténtico mito fundacional de las democracias burguesas, con todos los atributos del fantasma: la *escena* imaginaria (el espectáculo del debate mediático), el *axioma* en lo real (hay que hacerse entender), y la *frase* en lo simbólico (lo político se juega en el campo de la comunicación). Y también con todos atributos falsarios de una ideología dominante. Los supuestos de concurrentes en lo que la TAC llama *Situación Ideal de Habla* (Inteligibilidad, Verdad, Rectitud y Veracidad) se convierten en dogmas indiscutidos, por más que empíricamente nunca sean aplicados. Que el consenso se pueda calcular implica que el poder no cree en absoluto en la fuerza coactiva de los argumentos, sino en la irremediabilidad de los intereses. E incluso en ese caso, el consenso no es enteramente calculable. Si lo fuera, no habría fisuras en una supuesta conciencia de clase, y el interés y la racionalidad objetiva, y no el goce y el superyó mortífero, regirían la acción política.

Como asevera Mario Perniola (2006), la comunicación acaba incluyendo, atrayendo hacia sí, hasta a sus opuestos, con lo cual impide la configuración de cualquier exterioridad. Y de hecho, ante la imposibilidad del consenso estable, hay teóricos de la democracia (Chantal Mouffe, 2012) postulan un *radical no-consenso* como la base de la convivencia democrática. Es la tolerancia la que mantiene la unión cívica, no el acuerdo. Pero la misma tolerancia *implica un consenso en la imposibilidad del consenso absoluto*. La tolerancia no deja de ser una forma *soft* del imperativo de amar al prójimo como a uno mismo. Por ello, por esta negación de la *extimidad* del goce habitando en lo político, este imperativo del consenso implica la negación del antagonismo como motor material de la historia.

Y la negación de la división subjetiva, del Inconsciente, como anclaje real de la cultura.

V

Ante esta situación nuestro propósito es doble. Primero, buscar un diagnóstico que nos dé las claves de esta situación de discurso, absolutamente antitética con la *Situación Ideal de Habla* de la Teoría de la Acción Comunicativa. Y, segundo, intentar construir la pregunta por las posibilidades de incidencia del psicoanálisis en este escenario. En otros lugares (Palao, 2004) hemos formulado la idea de que la *información*, como modalidad del saber, es un **saber sin sujeto**, es decir un saber que se postula autónomo, auto-operativo e independiente de cualquier determinación subjetiva. Es la relación de impotencia y siempre mediada por el amo que mantiene el sujeto con el saber en *Discurso Capitalista*. Ello supone la imposibilidad de la *conversión* en la Sociedad de la Información (que yo he preferido llamar siempre *Paradigma Informativo*, con sus resonancias kuhnianas), de una rectificación subjetiva radical por medio de la eficacia simbólica.

Por esta razón, hemos preferido abordar las sociedades contemporáneas enfocándolas como “comunidades de goce”, esto es, subrayando ese pinzamiento entre lo *imaginario* y lo *real* que coagula lo simbólico al remitir enunciativamente todo acto de habla, toda secuencia simbólica, al campo enunciativo de la comunicación, y que tiene como consecuencia que la construcción del progreso social como opción hegemónica se tope con dificultades irresolubles. Y ello pese a que sabemos que no es esta la opción mayoritaria entre los que se ocupan (pienso en Alemán, Laclau, Zizek...) de la política con/desde el psicoanálisis, que más bien lo hacen desde la relación del sujeto con el significante. Pero nosotros no razonamos sólo desde el psicoanálisis, sino desde la Teoría de la Comunicación y las disciplinas que hoy parecen subordinársele (la semiótica, la teoría y el análisis del texto, etc.). Trabajar en este campo no implica ser necesariamente complaciente con el *ideal* comunicativo.

VI

Las *comunidades de goce*, como una especie de yo expandido, que es lo que son, están fundadas en la agresividad. Cada idea, cada imagen, cada ilación retórica despierta furor en los compañeros de comunidad y absoluta repugnancia en los de la comunidad contraria. Si las enfocáramos desde la perspectiva de los *Cultural Studies*, cosa que evidentemente no hacemos, surgiría inmediatamente el significante *identidad*. Ahora bien, los Estudios Culturales suelen utilizar este significante para reivindicar a minorías frente a una mayoría (que así designan como dominante pero también como neutra). Pero aquí no hablamos de una identidad minoritaria que habríamos de preservar sino de identificaciones al goce del discurso y de la representación en tanto se sirve de las articulaciones significantes como constelaciones en las que escandir ese goce. Se trata de una especie de *universalismo banal* cuyo único fundamento es la excepción señalada en el impase simbólico que implica el espectáculo del goce del bando contrario.

VII

El caso español puede, de nuevo, servirnos de ilustración de lo que queremos decir. Hay dos grandes *comunidades de goce* en España, forjadas las tras la transición política y que vienen reproduciéndose desde entonces: *grosso modo* (nunca mejor empleada esta expresión), *los que vienen del franquismo* y *los que no vienen del franquismo*. Esta división se sostiene hasta la era Zapatero, basada en un pacto *sui generis* consistente en que el partido de los provenientes del franquismo no acabara definitivamente con los derechos sociales ni el llamado “estado del bienestar” y el partido (los partidos, aquí el abanico es más variado porque en él entran también, además de la izquierda parlamentaria, los nacionalistas moderados, esto es, de derechas) de los que no, respetaran la unidad del Estado y la estructura de la propiedad privada. Hasta el punto que en más de una ocasión parecieron intercambiarse los papeles, haciendo PP políticas que

su comunidad de goce no hubiera aceptado si hubieran provenido de la opuesta (suprimir el servicio militar, por ejemplo, o llamar a ETA movimiento vasco de liberación nacional) y viceversa el PSOE (la reconversión industrial, la guerra sucia contra ETA, y muchos recortes sociales).

VIII

Sin embargo, en esa singladura de la democracia constitucional española, el periodo de Zapatero ha sido especialmente singular (hice un pequeño análisis, pero en cualquier caso más detenido del que pueda hacer aquí, en noviembre de 2010: <http://www.tlaxcala-int.org/article.asp?reference=2462>). En principio, ZP (éstas siglas han sido durante ocho años el emblema más claro del enfrentamiento entre las dos grandes comunidades de goce españolas) ganó las elecciones en una coyuntura extraña y siniestra, anegada por la muerte, que el electorado español interpretó como la brutal explosión en lo real del goce ilegítimo de José María Aznar y del Partido Popular. Con este caldo de cultivo, Zapatero se dedicó a reforzar la comunidad de goce antifranquista (nacionalista, izquierdista, republicana, feminista, gay y lésbica, etc.) con una energía que a Felipe González ni se le hubiera pasado por la cabeza. No es el momento ahora de analizar estas políticas de Zapatero, que tienen en su origen el intento de conseguir un bloque parlamentario anti-PP, no sólo con los votos del PSOE, sino con todos los de origen no franquista. Lo importante para nuestro razonamiento es que cuando el acusado de mentir fue Zapatero por negar la crisis y aplicar los primeros recortes sociales, todo este goce acumulado fue a él a quien le explotó en las manos. No sólo la derecha recogió lo que llevaba ocho años sembrando, sino que la izquierda se desvinculó de las políticas institucionales y el Movimiento Indignado, el *15M*, acuñó las siglas PPSOE apuntando al negro agujero de la deslegitimación de la democracia parlamentaria: todos gozáis de lo mismo. El bipartidismo es el sistema y coagula la operatividad de la voluntad popular.

IX

Supongo que nadie dudará, si ha tenido la paciencia de leer hasta aquí, que quien esto escribe pertenece a una de esas comunidades de goce, y está convencido –como cualquier otro partidario de una comunidad semejante- de que la razón está de su parte. Pretendo ser riguroso y no esconderme tras los prejuicios cuando éstos se han revelado como tales, pero en ningún caso me mueve la espuria intención de aparentar imparcialidad, objetividad o científicidad. Sólo faltaba que hablando cabe el psicoanálisis uno pretendiera borrar las huellas de la enunciación y el deseo.

X

Evidentemente, este no es un fenómeno exclusivamente español. El *Tea Party*, la Revolución Bolivariana, o el Kirchnerismo en Argentina –y, a su vez, quienes correlativamente se les enfrentan- constituyen sus respectivas comunidades de goce, por ejemplo. De hecho, lo que postulamos es que éste es un fenómeno global en las democracias parlamentarias.

Ahora bien, las comunidades de goce arraigadas en el Estado Español, tienen sus notas características, que constituyen un conglomerado emocional (una *sensoología*, en la terminología de Perniola [2008]) mucho más que unas estructuras ideológicas mínimamente coherentes. Veamos.

La **derecha** española participa de los siguientes rasgos:

- Es adalid de la Unidad Nacional. Frases como “estamos en España y te exijo que me hables en español” están entre sus favoritas cuando se encuentran con un ciudadano o en un territorio que tiene una lengua propia distinta del castellano.
- Defensa a ultranza del catolicismo en su vertiente de Eros y de Thanatos (fundamentalmente, el antiabortismo, pero también la renuencia a la educación sexual en los colegios, oposición a la eutanasia, etc.). Y también defensa de las subvenciones estata-

les a la Iglesia y a los centros educativos católicos.

- Antiecológismo mal disimulado que tiene su emblema la defensa de los toros como tradición nacional (esto de los toros como elemento de confrontación y goce en la sociedad española daría para otro artículo) que conecta con un rasgo mucho más global en el neoliberalismo, como es...
- Cualquier cosa es válida si crea riqueza (y empleo). Corolario de ello es que el trabajo (propio) es lo más importante de todo. Por supuesto, muy por delante de las inquietudes políticas y sociales.
- Anti-ideología de género: homofobia y machismo apenas disimulado entre sus miembros masculinos, defensa –o al menos, tolerancia- de los goces viriles (alcohol, tabaco, violencia más o menos deportiva, etc.)
- Denuesto de los políticos, los sindicatos y los funcionarios, y en general, del sector público y el Estado de las Autonomías.
- Apoyo bastante generalizado al Real Madrid.

Podríamos resumir esta posición de goce como una *ostentación del Yo ideal*: goces insanos, incorrección política, defensa de los hechos consumados y de determinadas prácticas legitimadas exclusivamente por la tradición (“ha sido así de toda la vida”). La mezcla entre los valores del nacional-catolicismo y del neoconservadurismo liberal le proporciona un semblante cuanto menos peculiar.

El **no franquismo** es mucho más plural, es decir, fragmentario, y abarca desde los nacionalismos de derechas hasta el independentismo y la extrema izquierda, pasando por la socialdemocracia. Pero sus miembros, con todas sus diferencias se suelen reconocer entre sí en los siguientes puntos:

- Defensa de la España plural y real, con sus diversas culturas, identidades y lenguas.
- Laicismo.
- Defensa de lo público y de las políticas sociales: derecho universal a la educación y a la sanidad.
- Ecologismo cotidiano: reciclaje, cuidado del medio ambiente,

respeto por el medio natural.

- Defensa de la igualdad y las políticas de género.
- Y simpatía general hacia el Barça.

Se trata pues de esgrimir una especie de *ideal del yo*, cuyo valor básico es la *solidaridad* y la defensa de los débiles, a ser posible, en su versión socialdemócrata y mientras la economía no estaba en crisis (casi se me escapa “iba bien”), sin identificarse con ellos. Recordemos un par de anuncios utilizados por el PSOE en las elecciones generales de 2008. En una cuña radiofónica, la voz enunciativa venía a decir –cito de memoria- que él no estaba en el paro, ni era dependiente, ni era homosexual, pero que le encantaba que el gobierno de su país se hiciera cargo de las necesidades de las personas que estaban en alguna de esas situaciones. En un spot televisivo, con la excusa de fomentar que se acudiera a votar, se veía a un votante socialista llevando a votar a su madre anciana, pese a que sabía que iba a votar al PP.

Evidentemente, en esta caracterización hemos sido bastante inexactos. Pero creemos que justamente inexactos, pues como *posiciones de goce (fantasmáticas y superyoicas)* no destacan precisamente por su rigor y su consistencia simbólica.

XI

Evidentemente, ***se trata del goce***. Se trata de la pulsión, de la repetición, de lo que siempre se satisface sin satisfacer al sujeto, del auto-reconocimiento narcisista. Y una de las emociones más habituales en toda comunidad de goce es el *escándalo* por las actitudes de la comunidad enemiga. Y el escándalo tiene siempre el mismo subtexto: se ha atentado contra el sagrado consenso. Cuando desde una comunidad de goce se ataca a la opuesta el subtexto es siempre éste: han atacado a los valores comunes sobre los que había un consenso indudable, luego denunciarnos que mentían desde siempre, que mienten constantemente.

Que se trata del goce, del goce del otro como menoscabo del

goce del Otro, lo muestra magníficamente la *ética de la denuncia* que se ha instalado (no decimos que sólo ahí) en la dinámica política partidista. En efecto, en los años 90 la coagulación tecnocrática neoliberal del funcionamiento democrático llegó a tal extremo que el debate programático, incluso en su versión más espectacularizada, se mostraba impotente para propiciar el cambio político cuyo axioma en los sistemas parlamentarios bipartidistas (perdón por el pleonasma) es la *alternancia en el poder*. Pasó con Felipe González en España, pero también con el Partido Demócrata, liderado por Bill Clinton, en los Estados Unidos. Fue entonces cuando la derecha de ambos países implementó la acusación de corrupción como (única) arma política. A Felipe González le sucedió con el GAL, a Bill Clinton con el Caso Lewinsky (¿!?) y su proceso de *impeachment*. Es algo perfectamente congruente con el *Paradigma Informativo* y con el *Discurso del capitalista*, en el que el Significante Amo se encuentra en el lugar de la verdad, como en el Discurso Universitario, con la diferencia de que aquí al sujeto se le ofrece el semblante de poder determinarlo, mientras que su relación con el saber es de impotencia. Todo ello configura una ontología del secreto, de lo cognoscible, de lo visible.¹ No hay enigma, no hay pregunta por la propia posición subjetiva, no hay que descifrar, hay que des-tapar: el goce sólo se presenta como goce en el campo rival.

XII

Evidentemente, esto se ha expandido a toda la actividad política (y a la vida cotidiana) provocando una judicialización sin fin que no es sino una deslegitimación del electorado como árbitro del proceso político. Hasta tal punto que la comunidad de goce no franquista española pretendió otra vuelta de tuerca: utilizarla desde el gobierno contra la oposición con un proceso liderado por el grupo mediático más relevante de dicha

1. Vid. Palao (2004) para una explicitación por extenso de todas estas cuestiones.

comunidad, el Grupo Prisa. Ha sido el llamado Caso Gürtel y ha demostrado su ineficacia electoral absoluta, lo que señala, o bien que el proceso sólo sirve en la dirección oposición → gobierno... O bien, que el “sistema” de las comunidades de goce se ha asentado definitivamente en el panorama de la confrontación política coagulando todo proceso informativo. Nos decantamos por esta segunda opción, porque si bien la comunidad (de origen) franquista, consiguió lo que pretendía con el caso GAL en los 90 a través, también, de uno –la derecha siempre tiene más- de sus medios estrella, se pasó cuatro años intentando relacionar a ETA con el 11-M como forma de exculpar al PP e incriminar al PSOE. El caso es que ni el *Yo Ideal de la derecha* –con su rasgo cínico- ni el *Ideal del Yo de la izquierda* en el gobierno –con su rasgo más bien hipócrita- se vieron menoscabados por estas estrategias mediáticas.

Lo que ha derrotado al PSOE ha sido (las mentiras sobre) la crisis y las políticas neoliberales que comenzó a implementar Zapatero, porque la comunidad de goce que le amparaba vio el goce del Otro como un espectáculo desplegado en el seno de la imago del líder. Y acuñó la fórmula PPSOE: todos los políticos son iguales, no nos representan. Y al parecer, según dice esa nueva palabra de Dios que es el saber estadístico, se quedaron en casa. No hubo, pues, trasvase de votos en base a un programa, a una conversión, a una rectificación. Hubo pura decepción melancólica de los votantes de izquierda con los procesos electorales.

XIII

Sirva como último argumento para ilustrar esta dialéctica especular y sin síntesis en la que se ha convertido el proceso político en Occidente, el encono con el que las derechas latinoamericanas acosan a los gobiernos progresistas o anticapitalistas (y populistas) de Chávez a Fernández pasando por Morales, Correa... La primera acusación es la de intentar perpetuarse en el poder: todos los gobiernos de estos países han intentado liberarse del dogma de la alternancia en el poder en cuanto es un lastre para el progreso social y han intentado reformar las leyes o cons-

tituciones para que sus líderes puedan repetir mandato. A su vez, los grupos mediáticos de derechas no dejan de acusar a los integrantes de estas hegemonías populares de nepotismo, autoenriquecimiento, derroche, frenos al crecimiento y corrupción. Pero les sirve de poco, normalmente, para atraer a la propia comunidad de goce a miembros de la contraria. Porque las comunidades de goce que arropan a estos gobiernos lo que ven en esta estrategia es un señalamiento falsario del goce oligárquico en aquellos que se le oponen: mira como gozan del goce que yo gozo, y el espejo les devuelve su propia imagen abyecta. Se dirá que es un trabalenguas. En efecto, la política contemporánea se ha convertido en un manojito de lenguas trabadas.

XIV

A quien esto escribe le es imposible pensar la política sin mediaciones porque le es imposible pensar la política sin representación. No hay un acceso directo a la acción política, en tanto que acción mediada por símbolos, pergeñada por símbolos, que pueda obviar las delegaciones, las representatividades, y las puestas en escena. Ahora bien, *mediación* no es igual que *mediatización*. Al menos, como concepto. Empíricamente, ya es otra cosa. En las sociedades de masas son los medios de comunicación quienes aglutinan a la opinión pública. Son los medios los que median. Y, esto se apunta mucho más desde la izquierda que desde la derecha, a los medios no los ha elegido nadie. Sin embargo, nos representan. Hacen nuestra representación, en tanto *la información/comunicación se ha convertido en campo de enunciación único*. Por ello, las fuerzas políticas necesitan de complejos comunicativos que ejerzan su fuerza gravitatoria y mantengan cohesionadas a las comunidades de goce que las sustentan. Porque las comunidades de goce utilizan la comunicación de sentido como principal vínculo de cohesión.

XV

Si bien esta estructura del sistema comunicativo procede de las industrias culturales clásicas (prensa, radio, televisión), es decir, del *Modelo Difusión*, los medios tradicionales no han dudado en asaltar el medio reticular. Lo hicieron ya en la Web 1.0 abriendo sus portales y lo han hecho en la Web 2.0 abriendo perfiles e incorporando botones, etiquetas y vínculos de Facebook, Twitter y todas las redes sociales que han considerado convenientes. Pues bien, en este entorno digital y reticular uno de los productos estrella de los media clásicos son las llamadas encuestas “no científicas”. Se trata de una pregunta tendenciosa lanzada a la audiencia y sabiéndose cuál es la respuesta oficial de la comunidad de goce que representan, con lo cual la única función de dichos artefactos interactivos es reforzar y fidelizar a esta audiencia a través del reconocimiento del goce que les es común. Esto pasa de la red a la propia televisión utilizando los mensajes telefónicos y probablemente sea el programa de Intereconomía TV *El gato al agua* (la cadena más tendenciosa de todo el panorama mediático español, que no es moco de pavo) el máximo exponente de esta práctica que es uno de los núcleos de su emisión. Han llegado al punto en ocasiones de cambiar la pregunta sobre la marcha si la opción que iba ganando no era la que ellos pretendían (Vid. Palao y García Catalán [2011]). Digitalización e ilusión de inmediatez: la pulsión que se satisface del reconocimiento.

XVI

En efecto, el bipartidismo es el núcleo de la estructura de goce en que consiste el dispositivo fundamental de organización de la opinión pública en las democracias parlamentarias. Hasta donde hemos visto, con las particularidades que se quiera, esto vale para Europa, América Latina y Estados Unidos, donde el *Tea Party*, con toda su carga ultraconservadora, es la reacción lógica de la comunidad de goce republicana a las políticas de Obama. Las comunidades de goce, pues, toman la política como un en-

tretenimiento (de *infoentretenimiento*, habla la teoría de los medios contemporánea) basado en una reafirmación identitaria que alimenta el narcisismo de las pequeñas diferencias, la denigración del otro con el desenmascaramiento de su goce. Se trata de una política del no despertar, que sustituye cualquier antagonismo operativo por la mascarada de un enfrentamiento incombustible.

XVII

Toda comunidad de goce aspira, además, a la homogeneidad de sí y de su contraria: somos absolutamente amables, son íntegramente detestables. La comunidad de derechas, por ejemplo, lleva una estrategia mediática desde hace años consistente en que cualquier comportamiento político que no se avenga a sus patrones obedece ineluctablemente a los intereses de PSOE, incluidos los independentismos o las acciones de los antisistema. Se trata de homogeneizar al otro en la abyección. Pero las comunidades de goce son inconsistentes, no se amparan en ninguna integridad ni coherencia exhaustiva. Como postula Mario Perinola (2008) la propagación ideológica ha sido sustituida por las *sensologías*: de lo “ya pensado” pasamos a “lo ya sentido”. Y a ello responde la reproducción de los modos de producción y control capitalistas. Las “sensologías” no son combatibles por la argumentación, no son campo para la dialéctica. Se trata de permanecer engañado antes que renunciar al goce: es la esencia del Inconsciente, esto es, del Discurso del Amo. La conciencia por la patencia fenomenológica del sentimiento responde perfectamente a la crisis de lo simbólico en el siglo XXI. Los psicoanalistas lo saben.

XVIII

¿Hay una especificidad de las comunidades de goce contemporáneas? Comunidades de goce en política ha habido siempre: cualquier

guerra civil las manifiesta explícitamente. Con Zapatero resurgieron de nuevo las dos Españas de las que ya hablara Machado y que acabaron matándose entre el 36 y el 39, y una matando a la otra entre el 39 y el 75. Este conflicto nunca ha sido superado ni resuelto, aunque se pactara su olvido en la llamada *transición democrática*. El rasgo diferencial de las comunidades de goce actuales es que parecen haber disuelto el antagonismo en un *pólemos* incruento –en términos generales, es decir, hasta que aparece un *Unabomber* o un Anders Breivik-, pero absolutamente inoperante. Incruento sí, pero no por ello no-violento. Es un proceso sin verdad, sin potencia simbólica, incluso sin ideología. La verdad aparece más que nunca como hermana del goce en la compulsión informativa por la *adæquatio*, por la reiteración de datos y hechos que pretenden demostrar una evidencia que arrojar al cara del otro. Pero, precisamente, la demostración, tipología del saber predilecta de la ciencia, es siempre objetiva, es un saber para el otro que no propicia ningún desvelamiento, ninguna caída de las identificaciones. Imposible argumentar enmarañados en la falacia de los datos, asémicos sino se les incorpora una interpretación. No hay datos absolutos, todos son relativos y con patrones inconmensurables. No hay nada más engañoso en teoría social que el cuantitativismo, que sólo sirve para perpetuar las estructuras de poder. Las estadísticas, como medición del goce social, le interesan al mercado, esto es, al sistema.

XIX

Vemos, pues, que el bipartidismo es consustancial la democracia parlamentaria, que se articula en una derecha y una izquierda relativas. Vemos, también, el interés en mantener cualquier disenso político bajo el semblante de la comunidad de goce contraria. Los partidos mayoritarios acaparan el voto y aprovechan que, como señaló Jacques-Alain Miller, *se vota con el Inconsciente*. Para nosotros ello es sinónimo de *se vota contra la comunidad de goce opuesta*. Y para mantener el control de la situación, el capitalismo democrático ha conseguido *constituir a la comunicación como campo único de enunciación*, correlativo del mercado como falsa

conciencia. El líder, consecuentemente, es esencial al sistema porque es la imagen de su opción, es quien concita el espectáculo, atrae las miradas y aumenta la cuota de *share* de su partido. Pero nos tememos que así se consiguen pequeñas mayorías, no la coordinación de grandes masas con intereses comunes. Ninguna hegemonía (en el sentido de Laclau y Mouffe [1987]) puede transformar profundamente las estructuras socio-políticas mientras la comunicación/información sea el campo de enunciación único. La comunidad de goce necesita del enfrentamiento y la polémica para reforzar la identificación. Por eso, por ejemplo, un líder populista no abolirá la democracia parlamentaria: necesita del parlamento para escenificar continuamente su victoria sobre el goce Otro. Pensemos en el uso de los Media y la lucha contra ellos que llevan a cabo los líderes populistas latinoamericanos. Y también es una cuestión de desnudamiento del goce frente a otro de los dogmas de la democracia parlamentaria. Como el actor de cine, el líder nunca mira a cámara. Necesita un espacio de transición, que conforman los profesionales de la información. El líder democrático habla a los periodistas, que trasladan el mensaje a la opinión pública. Si el político, como el actor de Hollywood, se dirige al espectador lo designa como sujeto, lo emplaza en su responsabilidad como sostén del discurso. Para la sensibilidad europea, un goce obscuro, inelegante, sospechoso, políticamente incorrecto. Buena parte de la *mala prensa* que tienen en las democracias europeas Hugo Chávez, Cristina Fernández, Evo Morales o Rafael Correa tienen que ver con estos intentos suyos de transgredir el campo único de enunciación. Y gran parte de su lucha es contra los media como aglutinantes de la comunidad de goce que se les opone (<http://youtu.be/BIS-fLjzBn6s>). El caso es que el campo único acaba reabsorbiéndolos y sus mensajes son modulados desde él y relegados de su posición de sujetos de la enunciación a la de objetos de la información.

XX

Hemos descrito, pues, el panorama clásico de las democracias parlamentarias como un círculo vicioso que en coyunturas favorables -esto

es, de crecimiento de la economía capitalista- cumple con su función de adormecer y alejar a los ciudadanos de los circuitos donde se toman las decisiones políticas. Éstos, arropados por sus compañeros de goce, se limitan a votar y a murmurar fuera del campo único de enunciación. *Yes we can*, fue el eslogan con el que Obama arengó a sus seguidores. *What can we?* hubiera sido la pregunta lógica que a éstos ni se les ocurrió formular. La respuesta estaba oculta bien a la vista, como la carta robada de Poe: poner un presidente negro en la Casa Blanca. Ni más, ni menos. Lanzar un misil a la línea de flotación de la comunidad de goce conservadora y nada más.

XXI

Es contra este círculo vicioso es contra el que se levanta el movimiento de la indignación y el 15M, englobando a los dos partidos pseudo-enfrentados en las siglas PPSOE. Sus primeros rasgos distintivos son, como hemos visto, el rechazo absoluto del semblante de un líder y de la representatividad delegada, promoviendo que todas sus decisiones sean tomadas en un modelo asambleario. De lo que se trata —y esto es lo más novedoso probablemente de este movimiento social- es de *convertir a la multitud en sujeto de la acción política*: no sólo revolucionaria o contestataria, sino también estrictamente constructiva, como agente principal y soberano de la organización social. Sujeto, porque objeto, actor o vehículo de la acción política ya lo eran las masas clásicas del capitalismo. Parecía, además, que los medios digitales, las redes sociales virtuales, proporcionaban el cauce idóneo para esta tarea en una sociedad masiva. Esta idea del carácter emancipador de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (*ética hacker, comunismo epistémico, software libre*, materialización de los supuestos teóricos del postestructuralismo, etc.), viene de lejos, aunque siempre nos ha merecido una opinión parecida al carácter mágico que la ética de la denuncia otorgaba a la información en manos de la opinión pública: una creencia bienintencionada pero sin ninguna efectividad demostrable. En resumidas cuentas, parecía que el *Modelo Reticular* iba a posibilitar al movimiento emancipatorio escapar

del campo único de enunciación. Es decir, que gracias a las redes sociales digitales la política iba a poder ser arrancada de las garras del máquetin político, la publicidad política, la comunicación política. O lo que es lo mismo, de las garras del bipartidismo y el liderazgo tributarios de los grandes grupos mediáticos.

Las redes sociales implementarían, pues, narrativas y modos alternativos a los del poder. Se trataría de un poder redistribuido, un poder sin sujeto y campo de la enunciación prefijados. Pero, claro, depende de lo que se entienda por poder. Si por poder entendemos su semblante institucional (estatal, gubernamental, legislativo) puede ser; pero hay un poder económico que lo supera y esa economía implementa superestructuras que van mucho más allá de las narrativas institucionales. En la versión foucaultiana, hay una microfísica del poder.

XXII

Y ese el hecho que ha quedado patente el último año: las comunidades de goce se reproducen en el ciberespacio como antes lo hacían a través del clientelismo de los grandes grupos mediáticos, centros difusores de la información. De hecho, se cifra en la primera campaña de Obama, es decir, desde el campo de la política bipartidista clásica, el origen del uso político de las redes sociales: nada autogestionario, por tanto, sino perfectamente orquestado desde los gabinetes de comunicación del Partido Demócrata. El caso es que vivimos épocas de *hibridación* y de *transmedialidad* y no hay ningún modelo puro. Todos interactúan, rivalizan, se re-colocan en el panorama sociomediático. De hecho, cada perfil de *Facebook*, cada *hashtag* de *Twitter*, cada canal de *You Tube* es un minidispositivo de difusión. Además, las redes sociales, las comunicaciones mediadas por computadora en general, tienen un carácter adictivo que potencia estos goces comunitarios. Es un fenómeno muy de la época —se puede observar en todas las narrativas audiovisuales contemporáneas, del cine convencional a los videojuegos y otros sistemas interactivos— que el potencial cognitivo no sirva sino para estrangular la dimensión herme-

néutica del sujeto. La interpretación analítica podría ayudar a la dimensión existencial hermenéutica cortando por lo sano el esquema cognitivo que impulsa a la repetición.

XXIII

Lancemos ahora una hipótesis arriesgada: ¿podríamos hablar de la comunicación como un *real mediático* correlativo al Discurso Capitalista, en el que es imposible hacer corte alguno como señaló hace ya unos años Jorge Alemán? Estamos hablando de *lo real de la enunciación*, del “que se diga” que suele “quedar olvidado tras lo que se dice en lo que se escucha”, parangonable a la posición del sujeto anclado en su fantasma. Con la comunicación/información sucede precisamente así: sea cual sea el valor performativo o ilocutivo que se quiera imprimir a un acto de habla este siempre acaba en las garras de su valor comunicativo, esto es, de su *valor de cambio* por encima de su valor de uso. En los términos en los que estamos dilucidando aquí la cuestión, esto se traduce en la necesidad de ocupar continuamente el ágora mediática. Y que sea la multitud la que ha de ocupar ese ágora tiene desventajas evidentes frente a los dispositivos tradicionales de los partidos mediáticos, que cuentan con líderes profesionales, disponibles *full time*. El otro problema es la impotencia del discurso simbólico para incidir sobre lo real. La verdad en el *Paradigma Informativo* se resuelve en las ristas de datos que enmascaran lo real con su maraña inconsistente e imaginaria. Dígase lo que se diga, demuéstrese lo que se quiera, todo mensaje acabará en la arena comunicativa y será reputado como goce ilegítimo por la comunidad contraria. Esta inoperancia de los argumentos redundante en la imposibilidad de un cálculo lógico del consenso que permita el anudamiento en un pacto. Este está suplantado por un cálculo estadístico, que cuenta con las dinámicas de goce aunque no las nombre. Las comunidades de goce se extienden de forma paradójica: a la vez *rizomática* y extremadamente lineal.

XXIV

¿Cómo puede actuar el psicoanálisis en este entorno de los dos modelos comunicativos? Conviene intentar una respuesta más allá de lo evidente: el análisis particular muestra al sujeto que el goce detestable del otro no es más que una señal, una proyección, del goce del Otro, es decir un efecto de su división contra sí mismo. La pregunta que nos concierne es qué puede aportar el psicoanálisis al pensamiento de la política. Para comenzar, una concepción del acto y de la interpretación distinto del de la Teoría Crítica (y su sucedáneo universitario más habitual, los Estudios Culturales). Ésta tendrá que ver con señalar la lingüisticidad de toda comunicación y explorar en ella no solo lo intersubjetivo, sino lo subjetivo y lo simbólico. No solo lo imaginario de la comunicación, también lo real del goce. No solo el otro en la red, también el Otro. No sólo la lengua como herramienta comunicativa, sino *lalengua* como hábitat del sujeto. Evidentemente, en tanto que práctica clínica, el psicoanálisis no es una hermenéutica. La interpretación del analista no pretende llevar a la comprensión, sino, en palabras de Lacan, “producir oleaje”. El psicoanalista no comunica ni hace hermenéutica en la clínica. Ahora bien, sí es competencia del sujeto en sus vínculos sociales hacer esa hermenéutica crítica en su entorno. Hermenéutica del fantasma, del plus de goce, del Inconsciente. Como ha dejado formulado Jacques-Alain Miller (2001: 18): “El inconsciente quiere decir tus intenciones que son divertidas, tus ideas que son tus prostitutas, todo eso es una ilusión óptica, dice Freud... Son las consecuencias que pesan y por las cuales eres responsable. Descifra tu inconsciente -imperativo ético-, pues aquello que no quisiste, que no sabes, será considerado contra ti. Es la ley de Freud, la terrible *lex freudiana*”.

El psicoanálisis, pues, no debe contentarse con desenmascarar el goce que subyace a las construcciones ideológicas. Esa labor de despejar lo imaginario en las inconsistencias de lo simbólico lo hace perfectamente el análisis del discurso, la semiótica de los medios masivos, la teoría crítica. No se trata por tanto de hacer el análisis textual o discursivo de los mensajes políticos o de las enteras ideologías. La labor del psicoanálisis debe ser separar los ideales del *objeto a*, liberar a los sujetos de su sumisión voluntariosa a la pulsión de muerte. Y buscar formas de señalar el goce que eludan la agresividad imaginaria y permitan contemplar el goce como pro-

pio por los sujetos. Negar el propio goce tras el semblante de la razón es la semilla sanguinaria de todas las revoluciones.

XXV

Construir lo común es una tarea posterior. Lo *común emancipado* frente a lo común identitario, como señalan Hardt y Negri; o la *soledad común* de la que habla Jorge Alemán. La incomunicación (lo comunicable como excepción al campo único de enunciación) es la condición insoslayable de cualquier común. Jorge Alemán ya está haciendo el trabajo que preconizaba el profesor Antonio García Gutiérrez (2007): la creación del disenso y la producción de oxímoros. En algún lugar hemos dudado de si *izquierda lacaniana* lo era (<http://politica-psicoanalisis.blogspot.com.es/2011/03/progreso-yo-revolucion-jose-antonio.html>), pero de *soledad común* no nos puede caber duda.

En todo caso, la disyuntiva que se le ofrece al psicoanálisis es pensar la política (colaborar desde la teoría a fundamentar conceptualmente la política) o bien interpretarla (inventar un dispositivo para producir los Significantes Amos y provocar la caída de las identificaciones incoando el proceso desde el semblante del objeto). En cualquier caso, a lo que no se debe renunciar es a pensar las posibilidades de aspirar a separar el poder de los sujetos que lo ejercen. No ya de sus prejuicios o puntos de vista, sino de su goce de poderosos. Y también de los que lo padecen: encontrar la exacta distancia entre el Amo y el Superyó. La soledad común ha de pasar por la renuncia al goce superyoico de la comunicación que se cifra en el imperativo "*He de ser entendido, he de bañar mi goce en enjambre de los ideales*". Tengamos en cuenta que, como dijo Lacan, "el vencedor desconocido de mañana es a partir de hoy que gobierna"

Septiembre de 2012

REFERENCIAS CITADAS

- ALEMÁN, Jorge, *Soledad: Común. Políticas en Lacan*, Madrid: Clave Intelectual, 2012.
- BUCHANAN, James M.; TULLOCK, Gordon. *El cálculo del consenso: fundamentos lógicos de la democracia constitucional*, Barcelona: Planeta D'Agostini, 1993 [1962]
- CASERO, Andreu, "La imagen del líder político en los tiempos de la hipervisibilidad mediática: entre la seducción y la fragilidad", 2009. 6ème Congrès du Grimh. *Image et Manipulation*. Lyon: 20-11-2005.
- GARCÍA CATALÁN, Shaila, *Hipertexto y modelización cinematográfica en la divulgación neurocientífica audiovisual. A propósito de Redes de Eduard Punset*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. (Tesis Doctoral), 2012.
<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/96402/shailagarcia.pdf>
- GARCÍA GUTIÉRREZ, Antonio, *Desclasificados: Pluralismo lógico y violencia de la clasificación*, Barcelona: Anthropos, 2007.
- HABERMAS, Jürgen, "Teorías de la verdad" en *Teoría de la acción Comunicativa: Complementos y estudios previos*, Madrid: Cátedra, 1989, pp.113-161.
- HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Commonwealth: el proyecto de una revolución del común*. Madrid: Akal, 2011.
- KERCKHOVE, Derrick de, *La Piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*, Barcelona: Gedisa, 1999.
- LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal, *Hegemonía y estrategia socialista: Hacia una radicalización de la democracia*, Madrid: Siglo XXI, 1987.
- MILLER, Jacques-Alain, *La ternura de los terroristas y otras cartas escritas por Jacques-Alain Miller para la opinión ilustrada*, Buenos Aires: Ediciones EOL, 2001.
- MOUFFE, Chantal, *La paradoja democrática: el peligro del consenso en la política contemporánea*, Barcelona: Gedisa, 2012.
- PALAO ERRANDO, José Antonio, "El psicoanálisis y la teoría consensual de la verdad: programa para un encuentro imposible", 2001.
http://www.academia.edu/1862640/EL_PSICOANALISIS_Y_LA_TEORIA_CONSENSUAL_DE_LA_VERDAD_PROGRAMA_PARA_UN_ENCUENTRO_IMPOSIBLE
- PALAO ERRANDO, José Antonio, *La profecía de la imagen-mundo. Para una genealogía del paradigma informativo*, Valencia: IVAC, 2004.
- PALAO ERRANDO, José Antonio, *Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión*, Madrid: Biblioteca Nueva, 2009.
- PALAO ERRANDO, José Antonio; GARCÍA CATALÁN, Shaila, "¿Política-basura? Modelos de representación en la telebasura y la tertulia política", X Congreso AECPA "La política en la red", 2011. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/errando-catalan-politica-basura-modelos-de-representacion.pdf>
- PERNIOLA, Mario, *Contra la comunicación*, Buenos Aires: Amorrortu, 2006.
- PERNIOLA, Mario, *Del sentir*. Valencia: Pre-Textos, 2008.