

SEMILLAS DE SILICIO: LA TRADICION DE LA IDENTIDAD EN LOS ESTUDIOS COMUNICOLOGICOS

Eduardo Andi3n Gamboa*

Producto del matrimonio de un Ironista padre cat3lico y una solemne madre metodista, ni3o mexicano escolarizado a la alemana, universitario pobre becado entre los ricos, he sentido con gran agudeza el extra3amiento de mi propia representaci3n social. Las diversas metamorfosis de mis estrategias mim3ticas me habr3an sensibilizado a las peque3as diferencias que segregan exclusiones silenciosas, y he aprendido de ciertos malentendidos desdichados que parec3an encuentros amorosos. La exploraci3n constante sobre el sentido de las identificaciones sociales acompa3a el recorrido de estas notas, m3s problem3ticas que propositivas.

Sin embargo todos estos acontecimientos de mi historia personal, tienen recorridos que no son solamente individuales, sino de las diversas historias de religi3n, de riqueza y migraciones que se entrecruzan, chocan o se amalgaman, y cuya compresi3n depende de la integra historia social de M3xico. Y en el que yo parezco como accidente que condensa moment3neamente esas series independientes.

Desde esta perspectiva ¿Qu3 significa adquirir "conciencia" de la propia identidad?, ¿Ser3 cierto que la apropiaci3n de la identidad nos hace m3s libres, que la conciencia de nuestra identidad es correlativa a nuestra autonom3a?. ¿A qu3 nos referimos cuando hablamos de una identidad colectiva?. ¿La comunicaci3n se resuelve en la experiencia de la identidad?

Si se parte de la idea seg3n la cu3l el mundo social construye su propia representaci3n sirvi3ndose del campo de la producci3n simb3lica en su conjunto, entonces cu3les son las condiciones del trabajo colectivo de construcci3n de la realidad social. Y cu3les son los

*Universidad Aut3noma Metropolitana. Unidad Xochimilco. M3xico.

efectos en las relaciones simbólicas de dominación, en las que juega la noción de identidad cultural. Qué papel cumplen las empresas de comunicación y espectáculos a escala trasnacional (regional) cuando se lanzan a construir una identidad iberoamericanista, que multiplica los estereotipos nacionales y que parece satisfacer la representación ordinaria que se tiene de nuestras identidades culturales

La comunicación social como fenómeno contemporáneo es cada vez más la realización de una hiperinformación técnicamente mediada que actualiza el mundo en una pluralización de signos e imágenes. Este hecho suscita preguntas acerca de si tal modificación está trastornando la manera en como podemos identificar la realidad o la verdad de ese mundo hecho de signos incompletos; y en tanto mundo imaginario y simbólico ¿su representación cumple los requisitos para ser considerada como ficción coherente, fundada en la experiencia de su inmediatez, por tanto haciendo impensable su carácter de mediación social?. Habrá que interrogarse si las industrias simbólicas internacionales no están conformando, en la iconosfera telemática, nuevos principios políticos que perturban la fragua de la representación y delegación de las identidades; y finalmente si se alcanzarán con ello nuevas formas de emancipación individual y colectiva, o sólo se transforman los modos de la servidumbre.

COMUNICACION CON EFECTOS DE IDENTIDAD

El poder de la simulada presencia del mundo en la cotidiana revelación massmediática adquiere, desde ciertas interpretaciones, una potencia subvertidora del concepto de verdad, fundado en el principio de identidad de ser y aparecer. La concepción usual sostendría que la verdad de "lo que hay" se alcanza por medio de la identificación entre la esencia permanente y sus distintas apariciones.

Los comúnmente llamados estudios de la comunicación social, y que aquí denomino sintéticamente comunicología (para distinguir el pretendido saberhacer experto de la práctica ordinaria), han conformado un conjunto discursivo (práctica, teorías y opiniones) cuya tentativa ha sido dar forma de "objeto teórico" a los aconteceres de significación social y su institucionalidad mediática; por otro lado ha fundamentado su existencia sobre un principio identitario de la verdad inmutable de la comunidad. Considero que esta fundamentación

epistemológica exige un régimen simbólico violento, en tanto colabora en la permanencia de los dispositivos de imposición que se arrastran junto con la idea de identidad como fundamento autorreferente de la comunidad. Llamo a esta continuidad de aproximación la tradición identitaria en el saber comunicológico.

Esta concepción hace a un lado las condiciones históricas de su construcción y opera como principio justificador que encubre los antagonismos sociales, en la medida que reduce categorialmente lo diverso en una totalidad unificante, e impide concebir la heterogeneidad, y las relaciones de fuerza y poder que se juegan en las diferencias.

La comunicación identitaria al participar de la idea romántica donde la identidad es producto de la libertad en tanto posibilidad de fundarse a sí mismo, tampoco permite encarar el mundo simbólico multiplicado y virtual de la expansiva esfera técnicocientífica de la telemática y cibernética, ya que en la medida que hace al mundo una presencia de imagen y apariencia, no puede percibir en ello más que falsedad, y una alienación manipulada que imposibilita la autocreación.

De cierta manera lo que se juega al tratar de dilucidar el modo en que opera la noción de identidad en los presupuestos de la comunicología, es la posibilidad de interrogarse sobre el modo en que se forman los dispositivos comunicológicos de la identificación que someten al doble vínculo de la necesidad de poseer una identidad cultural sustancial e inmanente, y la imposición de una subjetividad debilitada pero trascendental. Se está poniendo en juego la transformación de los modos en que se gestan la producción y reproducción social y que nos incita a pensar a los individuos y al espacio social como realidades intensamente relacionales y no sustantivas.

En ocasiones esta barahúnda hace que las dudas terminen como perplejidades y cinismos: La necesidad de una identidad nacional como ventaja competitiva para integrarse al mercado global (¿Cómo nos identificarán sin sombrero de charro?); el retorno del individuo, de la ostentación de signos de identidad personal es un constructo de las estrategias de la mercadotecnia para conformar los "estilos de vida" que permitan la oferta de la individualización del consumo. Tener una identidad en estos tiempos de código de barras, puede ser también el comienzo de una segregación que al rozarnos nos petrifica, y que sirva sólo para inventariarnos.

A esta licuefacción de las identidades se le ha opuesto la resistencia de la memoria. Pero la posesión de la propia memoria ¿constituye una potenciación o la inmovilidad pasmada?. El cinismo ilustrado puede responder que la identidad como memoria solo vale si se hace circular comercialmente: "El pasado es registro y no agenda", o políticamente conminarnos a olvidar el olvido: "Ese es el desafío final de nuestra modernidad política: reconocer el ritmo de lo nuevo y darle espacio, sin voltear demasiado hacia atrás." Maneras en que la tecnocracia autoritaria pretende solucionar la crisis de legitimidad y de reproducción simbólica del código dogmático del nacionalismo revolucionario.

Las compañías transnacionales desconfían de la memoria y nos repiten que su identidad tiene que parecer inmutable para no desconcertar al consumidor. Aunque simultáneamente fraccionan las identidades individuales en gustos preconstruidos y prácticas parciales: como niño, como universitario, como esposa, como neurótico "fronterizo", como tzotzil. Identidades fractales, porciones de identidad que como atributos, al parecer incoherentes, se sedimentan en la memoria que incuba el poder expresivo de mi singularidad múltiple; pero con ello ¿no se nos hace sentir individualmente, que sin atributos definitivos somos una virtualidad infinita, es decir que una identidad sin memoria nos libera?. O bien ¿que la memoria pertenece a las emociones y no a la inteligencia?.

Lo que tiene de liberación esta identidad "cuántica", hace olvidar que cada atribución funcional está estructurada en una red de relaciones objetivas de poder, en campos de fuerza donde las identidades, colectivas o individuales, no tienen ningún sentido más que en un espacio de relaciones concreto y situado en el tiempo. La identidad es el resultado de una evaluación relacional y cuyo valor es producto de las jerarquías definidas simbólicamente por el espacio social en su conjunto, en un momento dado de su historia.

LA IDENTIDAD EN LA COMUNICACIONES: QUIMERAS DE LA PRESENCIA

La noción de identidad dentro del horizonte de la comunicación, se utiliza para significar la permanencia de la síntesis de la cultura o de la conciencia individual, en tanto unificación significativa. Se le considera también como la integración entre partes previamente separadas por

el análisis, y funciona como el momento afirmativo de reconciliación y acuerdo ideal. La comunidad de significado se alcanza de este modo con las experiencias de identificación que promueven los actos de comunicación, se ha dicho incluso de comunión.

En la mayoría de los casos la concepción ordinaria de la disciplina de la comunicación se apoya en la idea identitaria según la cual de lo que se trata en el proceso de comunicación es de realizar la identificación de los interactuantes (semiabstractamente llamados emisor y receptor) a través del significado común; sobre ésta idea se erigen las bases que suministran el reclamo comunicológico sobre la noción de identidad usualmente entendida como unificación de una multiplicidad de seres, o de un solo ser tratado como múltiple. La identidad es así el resultado de un proceso comunicativo que, aún concediendo una cierta asimetría busca estabilizar y simetrizar, al menos en su dimensión simbólica, las distintas relaciones de poder que están virtualmente presentes en toda relación social.

A mi juicio, como ya he adelantado, una de las dificultades de la concepción identitaria en la comunicología es que afecta la idea de emancipación. Ello porque al fundarse desde ese principio inapelable de lo que permanece en común en las identidades, sólo justifica un tipo de liberación que consiste en "recuperarse" como "vuelta a sí mismo". El receptor es mera condición para la libertad del emisor, emancipación regresiva que ve en la identificación comunicativa una culminación a la vez que un origen: una comunidad realizable por realizada.

La práctica de la comunicación identitaria colabora, de ese modo, como garantía de una legitimidad intransitiva, que hace de la identidad la única perspectiva viable de la necesidad de fundamento. Fomenta, por otro lado una identidad no reflexiva, que obliga a su experiencia inmediata, y con ello la diferencia, la ambigüedad moral, la equivocidad del mundo, se ven paradójicamente oscurecidas por imágenes cuya inmediatez se hacen aparecer con el carácter verdadero de presencia absoluta, suscitando la adhesión al orden del mundo vivido, experimentado como indiscutible y autoevidente.

Si la comunicología pudiera sobrevivir, debe desfondar el principio de identificación que rige su idea de comunidad, quimera de un tiempo originario cristalino, desmontar la ilusión de una comunión de sentido en la que participaríamos de la presencia sin mediaciones. La

comunicación de la identidad olvida su virtualidad relacional, y al hacerlo encubre, como certidumbre de lo dado, las relaciones de poder que simultáneamente justifica. Habría, en cambio, que imaginar una idea de comunicación frágil, oscilante y finita, que no utilizara el resurgir permanente de la identidad trascendente, que no nos hiciera aspirar a una comunidad del sentido autotransparente, a su mera participación sentimental. Quizás, imaginar el modo de secularizar a la comunicología, o más precisamente debilitar su fuerza religiosa. Dar los instrumentos para que la comunicación no sea universal, sino históricamente "multiversal". Empero no basta con el pensar crítico, que corre el riesgo de la tentación de la final conciliación dialéctica por síntesis total de la tradición común (eticidad), ya que mantiene a la identidad como fundamento y culminación, ya sean pueblos o sentimientos.

Para ello podríamos conducir la figura de la identidad como semilla hacia la imagen de la maduración, realizar sus declinaciones con lentitud; extinguir por historización la identidad por santa comunión, concebirla en una composición oscilante y agónica. ¿Y si pudiéramos constituir una imagen de la comunicación como entrelazamiento, como cruce, sin identificaciones ni síntesis, como porosidad permeable que permitiera internarse en el otro, ponerse en juego, modificarse?. Alcanzar con ello una identidad gratuita, aligerada, que cambiara las coordenadas de la comunicación, que permitiera sumergirse en las divergencias, en la fragilidad de los meteoros, identidad temporal y atmosférica. Antes que ponerse en común, maquinarse un mutuo acontecer, madurar las multiplicidades, dar sazón a los frutos, no precipitar el identificarse.

Provocadoras de acelerados efectos de identidad las técnicas de comunicación administrativa, comercial y política obtienen su legitimidad bajo formas de expresión variadas. La operación de identificación tiene legitimidad epistemológica, al participar como fundamento del presupuesto operacional en la constitución de objetos empíricos; por ejemplo se dice que un objeto es identificado por un sujeto por el modo de concebirlo, la identidad es el resultado de un modo de remitir el signo al objeto. Pero también tiene la legitimidad "dóxic" de la ilusión funcionalista de la psicología espontánea, que circunscribe con propiedades absolutas la identidad del sujeto, para aprehenderla como seudototalidad. Asimismo obtiene la legitimidad del paliativo moral, puesto que el compromiso responsable y la

intemperie ética produce, en lo individual, una intolerable sensación de orfandad, compensada y colmada por una identidad trascendental, absoluta e indudable.

Lo que llamo tradición de la identidad se fundará, a mi juicio, en el desvío por una noción de comunidad como nexo e identidad trascendente entre sus miembros; a la manera de un estado de socialidad que permitiría a sus miembros "el acceso a la conciencia colectiva" como relación inmediata y privilegiada; al fomentar la experiencia directa e infalible, por tanto "objetivamente" incomunicable dificulta su explicitación y favorece el efecto de dominación del mero reconocimiento por desconocimiento.

La tradición identitaria de la comunicología sería aquella "doxa" que atribuye a los actos comunicativos la capacidad de constituir una unidad de sentido; que asigna prioridad a la necesidad de una trascendencia y la considera como un universal transhistórico de comunicación, e ineludible para la conformación del sentido de la identidad. Designaría al conjunto de los enunciados que postulan la función integradora de las prácticas discursivas realizadas bajo esta identidad esencializada, en una determinación última y necesaria. Constelación de discursos y enunciados empíricos, dóxicos y prácticos, a los que se asigna la factibilidad de operar eficazmente esa integración de sentido; constituyen toda una batería de máximas, de lenguaje instrumental, que prevalece en la operación de las formas ampliadas de mediación simbólica, y que a través de los dispositivos de identificación realiza la función de producir la normalidad legítima. A esta tradición le es inconcebible lograr asumir la identidad como resultado de las luchas simbólicas por establecer las condiciones de su valor de verdad.

Tendría en consecuencia, como rasgo definitorio, el presupuesto fundamental de la identidad previa a toda identificación; este apriori identitario (comunidad de comunicación), es el que permite la operación justificada de los procesos de normalización, integración, unificación social, bajo la noción de cultura común, prescrita como contenidos compartibles y compartidos; procesos comunicativos que se conformarán en el modelo de la participación en la identidad de un ideal trascendente de "comunidad". Que esta comunidad sentimental sea la lealtad a la compañía Omega, el encadenamientos de las Americas por su sensibilidad y emociones comunes, o el barrio epsilon es irrelevante, el sentido es una vinculación a una identidad corporativa trascendentalizada. A los agentes se les expropia la posibilidad de

narrar la diferencia de sus naufragios, se les obliga a olvidar el sufrimiento en el hueco mismo de su identidad, a experimentar el sentir una comunidad irreflexiva e inmediata.

LA IDENTIDAD Y LA ADMINISTRACION DE LO COMUN

Se asienta en un diccionario que: "La comunicación entre los grupos humanos constituye el factor principal de su unidad y su continuidad y es la operación que transmite su cultura (...) se le considera como el fundamento de la sociedad puesto que por medio del lenguaje permite a los grupos acumular, transmitir, conservar la cultura de un grupo."

La comunicología, con su definición canónica de comunicación como "un acto de poner en común", podría sugerir que en realidad no recurre a la noción de identidad. Creo sin embargo que sí la presupone, en cuanto el acto comunicativo implica un distributivo que reparte una unidad, la totalidad del sentido de la comunidad, la participación de la identidad.

De modo que la equivalencia de **lo común** con **la identidad** pasa a través de concebir la significación como un referente estabilizado, que hace corresponder la identidad, como sustancia inmutable, y la identificación, como acto de participación y conciliación; de ahí que se llegue a decir que se pone en común un mismo significado, que se evoca en común, que se acuerda un sentido al intercambio, en tanto que se supone participar en igualdad de ese sentido. La multiplicidad es reducida a la univocidad, tanto por el principio de identidad de la expresión (significado común), como por la postulada simetría de las identidades subjetivas que entran en la relación comunicativa (el sentido común del entendimiento).

Pero precisamente porque la comunicación tiene que ver más con las condiciones objetivas existenciales de las relaciones sociales, se comete con frecuencia la falacia del objetivismo de la identidad, en el que se pasa desde las acepciones lógicas a las ontológicas; falacia que toma los límites empíricos como propiedades identificatorias absolutas, atribuibles a los objetos así constituidos. En el esfuerzo por aprehender como totalidad una realidad empírica (una familia, una tribu, una banda, un Medio, incluso la persona), se da por descontada esa unidad preconcebida. Un recurso para evitarla ha sido proponer

un invisible factor invariante, el fenómeno social es la apariencia que oculta otras dimensiones inaccesibles al observador. Para alcanzar la identidad de lo social según esto hay que revelar la máscara que la encubre, donde encontraríamos una estructura multiplicadora. La matriz como factor universal de sus apariciones yace en la profundidad de la "cultura". Una idea muy familiar es la de Michel Serres quien propone un operador de integración: **el mito**, que "intenta transformar en espacio de comunicación, un caos de variedades desvinculadas, intenta reanudar y anudar los cortes. La cultura conecta lo desconectado y desconecta lo enlazado" (en Levi-Strauss; 1981). No obstante, el mito, en abstracto, cancela la historicidad de su estructuración, y hace olvidar que todo orden establecido tiende a constituir (en grados y con medios diversos) la "naturalización" de su propia arbitrariedad. La función política de las clasificaciones y de las identidades, consiste precisamente en deslizarlas desde la convención arbitraria a su ontologización como evidencia y sentimiento indudables.

Desde la perspectiva subjetivista queda no obstante la interrogación por el carácter de la fragua individual de la identidad, la incorporación de la cultura por el sujeto. El individuo que aún en su mudanza (juegos de lenguajes, habla, situaciones), mantiene la memoria de sí mismo (síntesis pasiva) como el substrato invariante de ciertas notas constituyentes, lo que permitiría decir que en la individualidad se participa parcialmente de la comunidad preexistente.

Empero con lo anterior no se trata ya la identidad como propiedad inherente y sustancial, para pasar a una noción de identidad producto de una disposición, que encierra otras dimensiones posibles. La identidad sería un operador de relaciones de orden complejo, quizás infinito. Cuando en cambio se propone a la identidad como una permanencia autorreferente (substancia o subjectum), no hay transformación posible. Una solución consiste en decir que la identidad sólo puede ser productiva cuando se le predica una potencialidad interna (infinitud); otra propondría que la base generativa se encuentra en las contingencias de la existencia (tiempo), o en las variaciones del discurso (allosemia), es decir que la identidad no cambia desde su interior sino sólo por las solicitudes del exterior.

La tentativa para relacionar el uno y lo múltiple desde la perspectiva de la creación y lo creado, hace emerger los mecanismos generativos de la Identidad como productividad, a la manera de una invariante productora de las variaciones, cuyas figuras serían la semilla y el

germen. Esa invariante productiva, es la potencialidad que transporta, un tropismo virtual que hace tremulante y azarosa la inmutabilidad subyacente al concepto fijo y trascendente de identidad ontológica y "natural". Pero no da cuenta de la historia, de la matriz de la reproducción de los conflictos, ni de conjugaciones mutantes, cuya figuras podrían ser el gen móvil y el virus.

Si se insiste en concebir la comunicación como la unificación del sentido, como participación en una totalidad, por los que se adquiere una identidad, los procesos de comunicación no tendrán otro objetivo que clausurar las derivaciones de los significados, estabilizar las errancias y las anomalías. Que por otro lado ya realizan por modulación constante, capacitación interminable, dentro de una competencia feroz, ciertas técnicas de comunicación organizacional basadas en el principio de unidad abstracto, entendido como código común, y según el grado de distancia jerárquica con una identidad trascendental y sistémica. Las tecnologías de la identidad comunicativa se especializarán en la construcción de identidades compartidas de falso consenso del trabajo y los sentimientos, y los comunicólogos terminarán en administradores de la comunión.

LA INESTABLE IDENTIDAD DEL ACAECER Y EL SENTIDO

Un nominalismo pragmático radical -junto con la afirmación del carácter procesual e irreversible de lo real, contrapuesto a uno reversible y substancial-, pareciera trastornar la concepción de la actividad identificadora del campo de la comunicología. Desde aquella postura, las realidades culturales contemporáneas tendrían que comprenderse como en un estado gaseoso, sostenidas en "atractores extraños" que dan consistencia a la liquidez informativa. Este tipo de pluralismo dificulta sostener la idea de la identidad como referente inmutable de unidad o unificación, debido a que las descripciones sobre las realidades sociales y naturales se aceptan como fluctuaciones y eventos, recorridos en el tiempo, por lo que solo son narrables, no aprehendibles como objetos substantivos o agentes subjetivos (substratos de los cambios). Todo fundamento identitario es provisional, la sociedad está en vilo, entre los agentes sociales la cooperación o los antagonismos acontecen como configuraciones, repentinas o lentas, de inéditos frentes de lucha simbólica. Las instituciones son "estados de fase" de procesos disipativos más o menos rápidos.

Concediendo ese despliegue de posibilidades también da pie a otra interpretación, tal concepción fluida del factor comunicación desata violencias insospechadas, hace de la turbulencia una institución y de la monopolización, acumulación y conservación de la información nuevas fuentes de poder. La problemática comunicológica de la significación de identidad, se abre ciertamente a una mayor complejidad cuando se incluye la sucesión, el devenir, el **tiempo** y la velocidad. Y a partir de ello se buscará encontrar su fundamento más bien en un "sentido diferido", de hecho solamente aprehensible por los relatos y desplazamientos desconstructivos, no por conceptos o proposiciones de finalidad. Lo que está por discutir son los sistemas de poder simbólico que instauran la identidad entre lo que ocurre y el sentido, son los dispositivos de identificación que modulan las divergencias.

De manera que la identidad temporal constituida por narración, se sostiene en un curso que se abre sobre su propio abismo, suturado a través de una constante autorreferencia, obligada a detallar incesantemente sus contornos (o sus contoneos). La identidad se configura por narrativas particulares que dan congruencia a las varias atribuciones [estabilizando los acontecimientos]. Como acto inestable e incesante de identificación, en tránsito precario hacia su constante autoinstitución, puede dejar de ser nombrada desde un régimen de orden superior que la constituya (trascendencia), ni que se la remita a un espacio de origen (autenticidad o territorio). Identidad actual cuyo problema, sostienen sus cultivadores, son menos sus profundidades que los márgenes, las fronteras y la velocidad con que contornea sus membranas, y que puede terminar por hacerlas impermeables.

En la condición narrativa de la identidad, **el sentido y la referencia** avanzan cada uno por su lado, hasta no ser imaginativa y provisionalmente vinculados por una narración localmente sostenida sobre sí misma. Versiones múltiples, imaginarios posibles que complican políticamente la legitimidad cultural, problematizan la cultura política única y los principios sobre los que se funda la autoridad simbólica: quién tiene el poder de narrar, cómo se organiza socialmente ese poder simbólico, y el modo en que se inculca la legitimidad de lo narrado.

Los profesionales o expertos de la comunicación, de quienes puede decirse que no han logrado la síntesis de sus narraciones, abren otro frente. La comunicología como práctica profesional es un saberhacer experto que trata de establecer la identidad de su labor, de hacer reconocer

una actividad especial dentro de la diferenciación social del trabajo simbólico. La dificultad por principio es que su identidad material es múltiple (hay muchas trayectorias y se singularizan los oficios individualmente), pero su identidad formal mantiene aún un carácter general, debido a que se atribuye a la comunicación y al actuar comunicativo un estatuto universal. El actuar comunicativo al oficializarse como carrera profesional aspira a la acreditación y legitimación de un saber experto, pero no logra estipular alguna habilidad particularmente calificada para realizar trabajos de tipo especial. No se logra hacer reconocer el ejercicio exclusivo del hacer comunicar en el sector productivo.

La "profesionalización" de la práctica de comunicación social, y sobre todo su disciplina comunicológica, persigue, como su necesaria razón de ser, dar base a la idea abstracta de que al comunicar hace participar y distribuye la identidad cultural. Solo así aparece comprensibles la legitimación ambigua de las oscilantes tentativas de sus agentes tanto por erigirla en una ciencia (episteme) capaz de generar conocimiento, con un dominio cognoscitivo propio, mas también como un saber pragmático y técnico (techné), fluctuación que permitió sin embargo bajo ciertas condiciones históricas y sociales establecer a la "comunicación social" como objeto de enseñanza (una disciplina) en el campo universitario.

Identidad profesional y académica ambivalente, que la arroja a la inestable encrucijada que actualmente exige a la universidad respuestas a la demanda política de eficiencia, por otro lado a las urgencias de la tecnología y el mercado, así como a padecer el declive del valor no instrumental de las ciencias del hombre. Premuras que apresuraron la formulación de la supuesta necesidad de políticas nacionales de comunicación, coincidente con las sociodiceas de las clases medias profesionales que intentaban hacer reconocer la importancia de la producción simbólica.

La comunicología identitaria bajo esa presión, sin poder fijar su objeto de conocimiento, corre el riesgo de que su razón de determinación se ancle en una noción de identidad trascendental, fundamentada en lo común, y que pase de la cultura como horizonte abierto, a la cultura como instrumento de poder, lugar común de la retórica autoritaria. La práctica comunicológica opera constantemente sobre esta técnica de la identificación que estructura su propia lógica de legitimación, a la vez que disimula las relaciones de fuerza que subyacen

a la construcción de esa simbolización; es decir de un trascendente identitario que niega y olvida la gestación social de esas diferencias de identificación.

En resumen la comunicología ha recorrido desde una concepción de identidad sustantiva, autorreferente y atemporal hacia una identidad diversa, como momento de una actividad de pasaje, entre el acontecer y el sentido que se complica con la dialogicidad y la conversación, con la historicidad y con el sentido múltiple de su interpretación. Con ello podríamos trazar los contornos de una esfera problemática de la filosofía política de la comunicación.⁽¹⁾

EL SUJETO Y LA IDENTIDAD ACCIDENTAL DE LA LENGUA-SILICIO

Se dice que para Aristóteles era insostenible plantearse una teoría ontológica basada sólo en una teoría atributiva, pues desde tal perspectiva todo estallaría en una multiplicidad desordenada y proliferante. El esfuerzo aristotélico consistió en la construcción y demostración de un principio firme que asentara su teoría de las múltiples significaciones del Ser único, misma que permitiría rebatir a la teoría atributiva de la sofística, capaz ésta de generar infinitas identidades de homonimia (Sócrates sentado no es el mismo que Sócrates erguido), y a la teoría eleática que sólo tratará de las esencias sinónimas. Aristóteles logró con ello vincular sólidamente el lenguaje y la realidad. Lo que actualmente se experimenta en la profusión y exuberancia de las contingencias del lenguaje, parece impedir el principio de verdad sustantiva y consistente que defendía.

En la filosofía moderna la atribución de identidad a los sujetos humanos se compone a partir de debilitamiento de la relación de identidad entre el mundo y el lenguaje; el sujeto fabrica la identificación en las síntesis creadora del juicio o de la imaginación, se transforma en un operador epistemológico, que con su voluntad sostiene individualmente la quimera de su propia representación (interior y temporal). La totalización sintética en el juicio del sujeto trascendental (Kant) funciona a la manera de un "interfaz" que faculta relacionarse con el mundo como determinable, y se da por fundamento la garantía de la idea estabilizadora de determinación absoluta (Dios, tiempo, universo).

(1) Una exposición un poco menos esquemática del recorrido puede encontrarse en Versión # 2, UAMX (en prensa)

Los esquemas categoriales que dan forma a la realidad dejan posteriormente de ser postulados como universales y terminaran por ser las del lenguaje. Lo mudable de las formas multiplicadas nos regresa al problema de la equívocidad en relación con la comunicación unívoca, por lo que hay que presuponer una comunidad previa, por ejemplo en la cultura objetivada en el lenguaje, o la universalidad del "sentido común" del humanismo; la comunicación es imposible si no pasa por el carácter público y objetivo del lenguaje. La identidad de individuos y grupos en cuanto sentido común (*Gemeinspruch*) se transforma en un concepto que remite al orden de la experiencia de las relaciones humanas bajo la idea de comunidad (*Gemeinschaft*), como forma de vida caracterizada por un nexo orgánico intrínseco y perfecto entre los miembros que la constituyen, como cofradía de sentimientos y lenguaje comunes. La identidad oscila entre la determinación subjetiva de lo propio y lo universal, por ello la condición objetiva existencial (no absoluta) de la comunidad, configura la necesidad del proceso de comunicación como actividad de constitución de la identidad colectiva. La inserción de la comunicología se resumiría en palabras de Héctor Schmucler como la creencia en que "la comunicación es la forma de adquisición de la conciencia ausente"; pero siempre bajo la idea de que se necesita una determinación ya de la voluntad (cuya apuesta era la conciencia: subjetivismo), ora de las estructuras (cuya apuesta era la historia y su necesidad: objetivismo). Se asignó a la comunicación una fuerza movilizadora fundada en el esclarecimiento de la conciencia (subjetividad), que proveería la desmitologización de la historia (objetividad).

No es la identidad metafísica de la presencia, sino que es una ausencia; su determinación es relativa a un sistema de relaciones cuyo orden quedaría delineado por una totalidad limitable o finita. Es decir, en tanto que posible, la identidad se hace problemática, contingente. Este sería el sentido de la influencia del análisis estructuralista en la idea de identidad que elaboran los comunicólogos, y estaría en la base de numerosos proyectos de políticas de comunicación social de los activistas comunicantes; la identidad se define por lo que no es en sí misma como lo señala Schmucler, y se comprende sólo por las negaciones que la determinan, por las ausencias que se imaginan, es una identidad inscrita en el conjunto de relaciones que segrega una estructura inmanente, invisible, pero activa, sólo presente en sus indicios, pero que prefiguran su realización, pero así las estructuras

ideológicas vehiculadas por los mensajes parecen cancelar la posibilidad de creación de lo nuevo. La transformación sólo sería posible por conversiones radicales casi místicas, generando una atmósfera mental de donde extrajeron toda su buena acogida nociones como la de "conciencia posible" (L. Goldmann) y la Pedagogía del oprimido (P. Freire).

La identidad deja ya de ser una unidad de reflexividad simple, ya que el recorrido de la flexión ha de pasar por todos los puntos de realización de una totalidad sincrónica estructurante (formación social, bloque histórico). Su figura es la de "semilla", ya no un espejo, que permitirá después introducir una idea de identidad diseminada y plural, ya bien como orden inmanente de los procesos de individuación de la socialidad, ya como una política de distribución de identidades relativas y acreditables. Se abre la posibilidad del retorno a la vida cotidiana como ámbito plural, a la descentralización y la acción local. Como identidad contingente y diferencial, remite aun su positividad a una totalidad virtual, el sistema matriz es la totalidad que significa, y no las singularidades reducidas a particularidades.

Pero ¿Se puede comprender sin necesidad de remitir a un universal? Creo que la Comunicología requerirá abandonar el postulado de un universal humanista de la identidad, que implica la identidad ahistórica de todos los hombres, ya que hace de toda diferencia un atentado a la universalidad y a la comprensión identificadora. Pero aun reconociendo la alteridad de los hombres, al designarse con el carácter de participación o de comprensión, se le hace trascender en la Idea de Comunidad y no en la realidad histórica y agónica de la coexistencia. La comunicación aparece como el medio por el que se logra la comunidad, la participación en la identidad de una "naturaleza común"; la comunicación social culmina la realización ideal de una comunidad en la esfera de la presencia participable hecha técnicamente factible por la telemática, la hiperinformación y la videopolítica, donde Los espacios y los tiempos se pliegan, parecen reducir las distancias. Habermas sin embargo ha advertido que en el mundo ordinario de la sociedad hipermediada simbólicamente, "La conciencia cotidiana pierde su capacidad sintética" sin ser falsa adviene fragmentaria y colonizada. (Habermas II:521-22). La conciencia de la identidad es agobiada por la multiplicidad de los órdenes discursivos a los que se ve expuesta, y de los cuales no puede abstraer ningún juicio que integre su consistencia. La propuesta habermasiana entonces postula

la idea de un diálogo de entendimientos con el otro que configure discursivamente condiciones de inteligibilidad de convocación transparente y así estabilizar la errática contingencia de los delirios múltiples del lenguaje. Ética discursiva que mantendría abierta la determinación de la identidad, ya no en el ensi de una conciencia autorreferente, sino dentro de una conversación ideal que constituye a los interlocutores en una comunidad intersubjetiva de razones y buena voluntad. Sin embargo la profilaxis del actuar comunicativo falla en revelar la incoherente congruencia del discurso en el sentido práctico de los agentes ordinarios en sus haceres cotidianas.

A la identidad universalista cabría también oponerle esa otra identidad alterada, débil, polifónica y heterónoma, encararle la idea de una "ontología accidental" a partir de lo que se intuye en las actuales turbulencias de la iconósfera y las ráfagas del ciberespacio, que posibilitan la vivencia de una especie de flujo ininterrumpido de apariciones y discursos, de signos inmateriales e intangibles. Ello nos permite imaginar la manera en que se conformaría el momento compositivo de una identidad, cuyo continente material podría ser una "individuación cualquiera" y cuyos contenidos y expresiones no fueran sino procesos ebullentes de fermentación e hibridación. Lo verdadero en la identidad no sería ya lo que queda inmutable en la memoria sino las disposiciones transformables de una "manera de hacer". Frente a una imagen de mundo acelerada y vertiginosa, la instantaneidad informativa, con la flagrante proximidad icónica se ostenta como la realización de una comunión identitaria, los personajes de la ciencia ficción (cyberpunk) pueden ofrecernos una figura de identidad subjetiva en esta celeridad exponencial de lo visible, en esa "realidad" que es siempre apenas diagramable. Se ha señalado que el elemento más interesante que los escritores de ciencia ficción proponen en el género 'cyberpunk' es La Red (network). Una realidad virtual (ciberespacio) donde la información fluye en sendas multidimensionales, y conteniendo todo lo que importa: datos individuales, información de estructuras corporativas y realidades electrónicas alternativas. En ese régimen, el sujeto se encuentra enchufado a la Red, los personajes piensan y actúan intentando alterar la estructura de la realidad manipulando la información (data), **los héroes no son personas, sino secuencias de eventos**, como pasajeros de la red electrónica, los habitantes del universo cyberpunk son en el mejor de los casos colecciones de atributos, ensamblajes estadísticos; los individuos no existen, lo que

queda son dígitos, un ovillo de datos procesables en la red." (Levenson; 1991)

ASTILLAS Y SOSIEGOS: COROLARIO

Para los comunicólogos el interés estratégico en la identidad se ha agudizado al irrumpir en la escena teórica el eco de la supuesta disolución de los grandes paradigmas sociales, y no tener ya principios firmes para ejercer la crítica de la dominación. Pero estamos confundidos aún más por las identidades escénicas y modales, reconocidas como válidas en la esfera pública, lo que reformula las condiciones de posibilidad para pensar la política y la emancipación.

Al iniciar los 90 la comunicología se enfrenta a una noción de identidad compleja, profundamente problematizada, empírica y teóricamente (se le junta su crisis de identidad con las crisis de identidad). Por un lado, en la comunicación mercadotécnica, la banalización de identidades, identidades objetales (con sus equipos de identidad instantánea), cuyo sentido cristaliza, no sólo tipos de práctica, sino estilos de vida alrededor del consumo de un objeto (compactdisks, deportes y aficiones). Michel Maffesoli celebrará la dramatización de las identidades: "Frente a la identidad del individuo, la serie indefinida y polimorfa de las identificaciones de la persona"; también surgen identidades efímeras o de suceso (conciertos de apoyo, movimientos "de un solo tema", etc.); y opone al concepto cerrado de identidad una noción abierta de identificación: cuando "el individuo se encierra en su identidad (se agota en su Función), en cambio la persona se identifica con sus sucesivas máscaras, sin agotarse en ellas" (Maffesoli:1990).

En la escala macroscópica, si es verdad como afirma GarcíaCanclini, que los límites de las formas establecidas de producción, circulación y reproducción de bienes simbólicos se difuminan, los campos de lo culto, popular, masivo se transforman en un territorio continuo sin límites ni reglas precisas de franqueo (GarcíaCanclini:1990). Los puntos de síntesis no se encuentran ya en la conciencia subjetiva que se trascendería en el tiempo por la mera fuerza de su memoria, ni tampoco en la conciencia objetiva de los soportes intersubjetivos y cuya materialidad parece sublimarse técnicamente en energía lumínica. Los Medios, que conformaban la determinación apenas suficiente

para sustentar la identidad disciplinaria de la comunicología, y sostener una mínima referencia común, rebasan como industrias simbólicas, con su abordaje vertical y horizontal todo el campo de la producción y circulación de todos los tipos de soportes simbólicos de la industria cultural.

La dominación simbólica opera el falso consensus de la identidad, modulando el disenso como unidad de transacción (mercancía), organizando las identidades fraccionarias sin espacio referencial (no se requiere territorio nacional), ni elenco permanente como patrimonio común. Para algunos autores se configuran fugazmente identidades sentimentales y restringidas, cuyo vehículo y emblema son la música y la celeridad perceptual. El modo de producción informacional (la comunidad de comunicación técnicamente mediada), hace acontecer la acción comunicativa en la atopia de la pantalla como realidad virtual, dispersa al sujeto en la mundanidad, cancela y reconfigura contextos en variaciones combinatorias controladas; y así el problema político de la identidad parece resolverse en el control del contexto; y sin embargo la interferencia del catálogo de identidades cumpliría la función política de libranos de la pesada gravedad de ser idéntico a uno mismo, el triunfo de la identidad como convención: ¿quien nos gustaría ser hoy?. Esta identidad interpretada (en el doble sentido), dependerá cada vez más de "la invención de métodos creativos que estrechen la conexión entre símbolos y realidad"(Poster:1990), para recuperar los sentimientos de certidumbre, desde la insolencia de la risa.

La identidad de la subjetividad moderna no es entonces sólo estar, ni un mero estarsiendo, implica la recursividad incesante de un "saberse estar siendo" (Thiebaut;1990). Para ciertos autores la reflexión de la identidad pasará por el texto, "Somos creados por nuestros textos, no somos sino nuestros textos". Sólo que en la fluidez de la temporalidad fragmentada de nuestros nimios relatos, no hay interpretación definitiva. "No hay dimensión totalizante, ni redención alguna"(id:196). La radicalidad de esta posición textualista nos hace olvidar que la carencia de nombre, no significa inexistencia; **la acción de decir** está fuera del texto, en otra temporalidad, que remite a una postura ética frente al lenguaje, dando ocasión para que la incongruencia con lo real adquiera sentido; que impide, en suma, la expropiación del mundo y del poder hablar, sin prisas, del poder.

La filosofía de la identidad en la comunicación aparece ya expresamente política; las prácticas de la identidad son las prácticas de la

construcción de subjetividades articuladas en el orden del poder simbólico, acopladas en los modos de dominación de control por modulación y formación permanente. Gilles Deleuze advierte: "en las sociedades de control" (en oposición a las de disciplina donde no se hace más que iniciar) no se termina nunca con nada, la empresa, la educación continua, el servicio, son los estados metaestables y coexistentes de una misma modulación, de un deformador universal (...) En las 'sociedades de control' lo esencial no es ni una firma, ni un nombre, sino una cifra: la cifra es una palabrapase (password), mientras que las sociedades disciplinarias están reglamentadas por palabrasorden (mandatos). Ahora uno no se enfrenta ya a la pareja masa/individuo...los individuos han devenido "dividuales", y las masas, son ahora muestras, datos, mercados o "bancos de información". (Deleuze:1990)

Hay que reconocer que no basta oponer la comunidad al individuo, ni la comunicación como redentora de aislamientos, el problema es la ambigüedad a la que nos lleva la valoración implícita de nuestras clasificaciones: las identidades comunitarias no son por sí mismas "mejores" que las individuales, ni viceversa, ni la impersonalidad a las identidades personalizadas del marketing. Y sin embargo acaso la frágil y sosegada identidad lograda en la comunión cotidiana ¿no podrá ya recrearse en la comunicación sino en el silencio del estar juntos; en el sobreentendido insignificante, la gestación de sentido mudo del mundo?. La conversación, el flechazo y apasionamiento de los enamorados, la condensación efímera de ritos, el estruendo silencioso de la comunicación fática ¿son suficientes para luchar contra este nuevo poder fluido?. Habrá que ser quizás "guerrilleros del tiempo", combatir a la velocidad del capital con la lentitud, previniéndonos de la autoinmolación burocrática. ¿El "multiverso" virtual de la iconosfera es aún participable?. La práctica de la comunicación se satura en la identidad, desde el hueco de sus sonidos, desde la invisibilidad de sus imágenes ¿acaso encontrará la infinitud de su limitación?

BIBLIOGRAFIA

- Deleuze, Gilles. *Pourparlers*, Editions du Minuit, Paris. 1990
- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas: estrategias para salir y entrar a la modernidad*, Grijalbo/CNCA, México. 1990
- Levenson, Thomas. *Bit players: Pondering life in the electronic fast lane*. En: "The Sciences", July/August, pp 1622 NY. NYAS. 1991
- Maffesoli, Michel. *El tiempo de la tribu: el declive del individualismo en las sociedades de masas*, Icaria, Barcelona. 1990
- Thiebaut, Carlos: *Historia del nombrar: dos episodios de la subjetividad*, La balsa de Medusa/Visor, Madrid. 1990.
- Serres, Michel. *Discurso y recurso* En: " Seminario: La identidad", Lévi-Strauss, Claude, pp. 23-51. Ediciones Petrel, Madrid. 1981
- Poster, Mark. *The mode of information: poststructuralism and social context*, Polity Press, Cambridge, 1990.
- Habermas, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa*, Tomo II, Taurus, Madrid. 1987.