



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



## Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación

Tesis para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

### **Walter Benjamin: Una mirada a la comunicación política.**

Presenta

Karla Lorena Cerecero Chacón

Asesor

Dr. José Guadalupe Gandarilla Salgado

Ciudad Universitaria, CDMX

2017



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A mi padre, Juan Carlos, por su entero sacrificio.**

**A mi madre, María Martina, por enseñarme de la libertad.**

## **Agradecimientos totales:**

A mi maestro José G. Gandarilla Salgado, por su espera, su paciencia, su inagotable conocimiento y dedicación, y por haberme enseñado tanto.

A aquellos maestros e intelectuales, de aquí y de allá, que me motivaron a pensar en las utopías posibles.

A mis hermanos, Ángeles, Eli y Carlos, por demostrarme que la comunidad sigue siendo posible.

A mis sobrinos, Eve, Cris, Marti, Victoria, Camilo e Isabela, por darme esperanza.

A Jonás, por su infinita paciencia y su amor.

A Víctor y Javier, por su siempre apoyo.

A mis amigos todos, especialmente a Julia y Liliana, por seguir estando.

A René, Latte y Cocoa, por su fiel compañía.

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTOS TOTALES:</b> .....	<b>3</b>
<b>ÍNDICE</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>6</b>

### **CAPÍTULO 1. NOCIONES FUNDAMENTALES SOBRE LA POLÍTICA Y LO POLÍTICO. .... 12**

1.1 EL SENTIDO DE LA POLÍTICA Y DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. ....	12
1.1.1 <i>Zoon Politikon</i> .....	14
1.2 LA FETICHIZACIÓN DEL PODER: POTENTIA/POTESTAS. ....	21
1.3 COMUNICACIÓN POLÍTICA COMO PROPAGANDA Y MARKETING POLÍTICO. ....	25

### **CAPÍTULO 2. PROPAGANDA/ MARKETING POLÍTICO Y PROGRESO..... 43**

2.1 LA IDEA DE PROGRESO EN WALTER BENJAMIN. ....	43
2.1.1 <i>El tren de la historia</i> .....	47
2.1.2 <i>La estética del progreso</i> .....	51
2.3 TEORÍA DE LA HISTORIA, IMAGEN DIALÉCTICA Y FANTASMAGORÍA. ....	58
2.4 LA DIALÉCTICA DE LA MIRADA.....	63

### **CAPÍTULO 3. PROBLEMAS EMERGENTES DEL PROGRESO..... 67**

3.1 LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EL PROGRESO. ....	67
3.2 LAS ILUSIONES DEL PROGRESO. ....	71
3.2.1 <i>Lo nuevo siempre viejo, lo viejo siempre nuevo.</i> ....	76
3.2.2 <i>Progreso y modernidad.</i> ....	81
3.3 EL PROGRESO IMPRODUCTIVO.....	85
3.3.1 <i>El origen del presente.</i> ....	86
3.3.2 <i>La imagen dialéctica y el progreso</i> .....	93
3.4 REPENSAR LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	99

**CONCLUSIONES..... 105**

**BIBLIOGRAFÍA ..... 109**

## Introducción.

Hoy en día es evidente que se experimenta un desencanto de la política. La visión actual que se ha estructurado sobre la política es una visión negativa, con claros fines prácticos sobre su uso propagandístico como una herramienta para lograr fines electorales. Si bien la política no es una actividad contemplativa o deliberativa como planteó Aristóteles o Platón, tampoco es la que en su propia época perteneció solo a los sabios; ahora estamos cada vez más alejados de cualquier idea o práctica antigua sobre la política, y nos acercamos más a una visión de repudio y eficiencia fugaz.

No en vano existen aquellos comentarios entre la ciudadanía de tipo: “no me gusta la política”, “hablar de política es discutir y no llegar a nada”, “que flojera la política”, etc. Y aunado a este tipo de rechazo, también hay un acercamiento a la política, pero solo como fin electoral, cuando se vende el voto o cuando se participa en actos electorales a cambio de recibir un apoyo económico. Este tipo de política que pronto describiremos sustancialmente, es la que Enrique Dussel<sup>1</sup> entiende como la política *fetichizada*, es decir, la política corrompida de un entendimiento humano, dialógico, de participación verdadera entre quienes delegan el poder, etc. Y en ese sentido, es en donde se haya la noción de comunicación política como propaganda.

¿De qué se sirve la política fetichizada como fin electoral? Justamente del uso de la comunicación política como propaganda, actualmente también como marketing político. Campañas políticas, espectaculares, diseño de logos, tarjetas de vales, bolsas, gorras, playeras... todo ello diseñado para comprar un voto y vender la idea de una democracia encaminada al progreso.<sup>2</sup>

Hablar de comunicación política es enfrentarse a un mundo de significaciones y discusiones teóricas complejas, y pese a que se encuentra en un proceso de constante estructuración epistemológica, se puede palpar en la vida práctica que su noción en los terrenos de la

---

<sup>1</sup> Esta tesis está sostenida en trabajos diversos del autor, sin embargo, se puede encontrar bien a detalle en: Dussel, Enrique, *20 tesis de política*, p.174.

<sup>2</sup> Dicha noción es de la que me ocuparé en la presente investigación, solo a manera de crítica, ya que la comunicación política no puede reducirse a su mera concepción como propaganda o marketing. Más adelante se explicará con mayor detenimiento.

propaganda y de la mercadotecnia, tiene una presencia científica y social, que corre el peligro de estar reproduciendo un mensaje que en aras del progreso se distancia de la realidad social más cercana y más apremiante de enfrentar. Es por eso que ahora más que nunca, urge hurgar en el sentido de la política y en su práctica, y con ello también, en la noción misma de comunicación política como mera herramienta electoral que vende promesas basadas en una idea de progreso, misma que el filósofo Walter Benjamin, supo evidenciar en la Alemania nazi del siglo XX.

Hay una frase de Walter Benjamin que dice algo así: “El lenguaje no es un medio de comunicación o instrumento que designa algo externo, el lenguaje revela la materia a sí misma, que conforma el mundo de los nombres, y quien nombra es el huracán del progreso”.

La teoría de la comunicación como la teoría del “medio es el mensaje”, “la aguja hipodérmica”, de los medios masivos, de la propaganda, del marketing; es decir, la comunicación como el medio o instrumento para, valga la redundancia, comunicar, informar, divulgar, mostrar contenidos; promover, educar, persuadir... son las concepciones más frecuentes que comúnmente se siguen usando para la enseñanza del campo disciplinar del estudio de las ciencias de la comunicación; sin embargo, aquello que el filósofo berlinés sostenía acerca del lenguaje en su texto de *El Narrador*, nos hace pensar en otras posibilidades teóricas para reconsiderar la noción de comunicación política fuera de su reducción instrumental.

Posibilidades que ahora se convierten, más que en la pauta de un tema de investigación, en aquello que Ernst Bloch, en su *Principio Esperanza*, nos dice sobre la posibilidad de lo que tiene potencial para *ser* lo que no ha sido.<sup>3</sup> En este caso, para abrir otras alternativas de entendimiento de la comunicación política fuera de un campo electoral o de mercado.

De esta manera es como la mirada de Walter Benjamin, nos hace recordar que es esta comunicación política como propaganda y marketing, aquella que fue usada por el fascismo de la Segunda Guerra Mundial, para comunicar, persuadir, movilizar; todo un aparato político

---

<sup>3</sup> Idea que recorre las reflexiones sobre lo que para Ernst Bloch es la utopía, en su famoso “Principio Esperanza”, del cual se haya un ejemplar disponible en la Biblioteca Central de la UNAM (Bloch:2006)

y social que negó la vida de todo aquello que no estuviera en un proyecto encaminado al *orden y al progreso*.

La comunicación política no debe reducirse a su mero plano instrumental<sup>4</sup>, mucho menos ahora, en estos tiempos en los que se carece tanto de una comunicabilidad, de una afirmación de la palabra y de una construcción de diálogo que nos permita afirmar; en palabras de Bolívar Echeverría, la vida<sup>5</sup>.

El eje central que atraviesa esta investigación, es la preocupación por no reducir el campo disciplinar de la comunicación política a un plano instrumental, y con ello, abrir otras posibilidades de potenciarse en otros entendimientos que; desde la crítica a esa noción mercantil- instrumentada, se hallen otras alternativas. Esto no quiere decir que no haya construcción crítica sobre el tema, durante los últimos treinta años del siglo pasado y aún del presente, ha habido trabajos valiosos para dotar a la comunicación política de nociones fuera o ampliadas dentro de su campo instrumental, tales como D.Wolton, M. Castells, Nimmo y Sanders, J.M Ferry, P. Maarek, M. de Moragas, A. Pasquali, y un sin fin de estudiosos de la comunicación.<sup>6</sup>

Para fines del presente proyecto, me concentro en mayor medida en la visión dominante que hay dentro de la práctica de la comunicación política desde los años cincuenta del siglo XX, es decir, en el uso de la comunicación política para fines electorales y de su mera práctica propagandística.<sup>7</sup> Desde esta noción, la llamada comunicación política es entonces el medio o instrumento para comunicar contenido político fetichizado e instrumental. Y uno de esos contenidos es la reproducción de una idea de progreso, aunque se verá más adelante, se encuentra inmersa en la noción de comunicación política como propaganda.

---

<sup>4</sup> Se entenderá el campo instrumental de la comunicación política como el que define Gerstlé, y que está basado en cuatro problemáticas principales: “la propaganda, los estudios electorales, los efectos de la comunicación masiva, y las relaciones entre la prensa, la opinión pública y las autoridades”. Ver en la tesis de licenciatura de Ponce, Aguilar, Alejandro S. *La comunicación política como sociología de la participación democrática*, p. 24.

<sup>5</sup> Disponible en:

[http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/Modernidad%20y%20Capitalismo%20\(15%20Tesis\).pdf](http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/Modernidad%20y%20Capitalismo%20(15%20Tesis).pdf) 13/01/17

<sup>6</sup> Al respecto revisar un breve trabajo sobre algunos autores representativos de la comunicación política, de sus principales tesis y sobre todo de su preocupación por abrir el campo disciplinar fuera del plano meramente propagandístico. En: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/garcia\\_l\\_h/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/garcia_l_h/capitulo3.pdf) 28/01/17

<sup>7</sup> Es decir, a los estudios de la comunicación de masas, de usos y efectos, de propaganda y marketing, establecidos desde los estudios de la Escuela de Chicago, Palo Alto, de la Mass Communication Research, y las principales teorías del funcional-estructuralismo que surgieron a partir de la Primera Guerra Mundial.

Un enfoque que el mismo Walter Benjamin supo dilucidar en su época, y que más de medio siglo después se sigue experimentando. Su noción de progreso me parece de suma importancia para entender y criticar la visión dominante de la comunicación política como propaganda o marketing. Basta con mirar los hechos recientes de la última década, el del arribo de un Mauricio Macri en Argentina, un Peña Nieto *figurando* la “técocracia”, un golpe mediático a Dilma Rousseff en Brasil... son solo sucesos provenientes del despliegue de un proyecto *fascistoico*<sup>8</sup> neoliberal, que entre muchas otras acentuaciones, perviven sin duda como en la Europa fascista del siglo XX, arrastrando un ideal como la promesa en la fe ciega del progreso.<sup>9</sup> El neoliberalismo se ha articulado en el centro de la actividad mercantil, pero haciendo uso de lo que Georg Sorel llamó “la doctrina del progreso”<sup>10</sup>, es decir, el soporte discursivo de la modernidad y ahora también del neoliberalismo.<sup>11</sup>

Al respecto, José Gandarilla Salgado, en un texto reciente<sup>12</sup> nos arroja luz sobre esta idea; la de un proceso histórico de “derechización del mundo”, de las fuerzas materiales<sup>13</sup> que rigen la base del modelo neoliberal capitalista y su despliegue en los espacios de la política y de lo político. El neoliberalismo funcionando bajo los mismos preceptos, al parecer, del fascismo no solo de los años 20, sino de todo aquel que se haya “soterrado” en las relaciones económicas y sociales de dicho proyecto económico. Dichas afinidades se ven expuestas no solo en el centro de la esfera europea, sino en el resto de la periferia. Latinoamérica como un ejemplo contundente de regresión fascista, una región damnificada por la *inoperancia* de los intereses del capitalismo corporativo y de la instrumentación de todo su proyecto.<sup>14</sup>

---

<sup>8</sup> Es decir, de la reproducción de los ideales fascistas que actualmente se están viendo recuperados por los partidos de derecha actuales.

<sup>9</sup> Como lo entiende Gabriel Zaid. *El progreso improductivo*, p.560.

<sup>10</sup> Sorel, Geor, *Las ilusiones del progreso*, p.169.

<sup>11</sup> Modernidad entendida como un proceso histórico, que para filósofos como Enrique Dussel, encuentra su inicio en el encuentro entre los españoles y los pueblos orginarios americanos. De donde deviene un proceso de colonización y despliegue de un proyecto civilizatorio. Sin embargo, para fines del presente trabajo, se entenderá como un proyecto civilizatorio europeo que se ha extendido alrededor del mundo.

<sup>12</sup> Disponible en: <http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-19/la-hybris-neoliberal-en-la-region-latinoamericana-y-la-derechizacion-del-mundo-ge> 13/01/17

<sup>13</sup> Es decir, de lo que para Marx significa el entramado de la actividad económica y política que estructuran la vida en sociedad.

<sup>14</sup> Ídem

Por eso es que, en el primer capítulo, se muestra un intento por hurgar en el proceso de la estructuración de la comunicación política como concepto de propaganda y marketing político; entendiendo por estructuración, el proceso de instrumentación de la cual se desprende la práctica de la comunicación política como propaganda, estudios electorales, comunicación masiva, prensa, opinión pública, etc.

En primer lugar, se expondrán las afinidades de la relación intrínseca que hay entre comunicación y política; de la que Juan Barreto reflexiona en la primera parte de su *Crítica a la razón mediática*, y la entiende como una relación imprescindible para entender los efectos culturales que han provocado las crisis del proyecto de la modernidad, en lo que él considera como nuestro momento *posmoderno* epocal y su poderío *massmediático*.<sup>15</sup> Es decir, en la noción de comunicación política como propaganda o marketing político, que evidencia lo que Benjamin miraba en el proceso de *estetización política* que llevó a la Alemania nazi a hacer uso de la propaganda como un instrumento para comunicar, por ende, informar, esa ideología del progreso.

En el segundo capítulo, una vez establecidos los procesos históricos que se cruzan para explicarnos el surgimiento del problema de la reproducción de la idea de progreso en la propaganda y el marketing político, me propongo ahondar en la forma en cómo se da en la práctica esa noción de comunicación política que reproduce ese ideal de progreso. Por ello, a través de las ideas del filósofo berlinés y de quienes en su momento marcaron una influencia para él, se hace un análisis sobre la idea de progreso. Finalmente, en el apartado 2.3 de este capítulo, se critica ese ideal doctrinario de progreso que puede verse expuesto en la noción de comunicación política como propaganda/marketing.<sup>16</sup>

En el último y tercer capítulo, solo se encuentra una propuesta a exponer en el plano material cómo se experimenta o vivencia la hipótesis general, es decir, la noción de comunicación política como propaganda/marketing que reproduce el ideal del progreso; de qué maneras se

---

<sup>15</sup> Barreto, Juan, *Crítica de la razón mediática*, p.691.

<sup>16</sup> Proceso que veremos más adelante, y que es reproducido desde el proceso de *estetización política*, que a su vez es parte del proceso *fetichización política*, en donde se articula el entendimiento y funcionalidad de la comunicación política como propaganda y marketing político propio de la modernidad.

manifiesta y como la crítica a esa noción puede llevarnos a repensar la noción misma de comunicación política.

Partiendo del actual momento histórico de regresión fascista y del uso de manera exponencial de las herramientas de propaganda y marketing político que exponen una idea de progreso, es más que urgente potenciar las posibilidades de acción, que finalmente pueden encontrarse en algunas propuestas teóricas que se explican a detalle en este capítulo, y que nos ofrecen oportunidades para seguir forjando y ampliando el campo disciplinar de la comunicación política.

# Capítulo 1. Nociones fundamentales sobre la política y lo político.

## 1.1 El sentido de la política y de la comunicación política.

Walter Benjamin escribió en *Sobre el lenguaje en general y sobre el lenguaje de los humanos*, una idea un tanto mística de lo que es el lenguaje, una idea que hasta la fecha sigue siendo objeto de análisis filológico, traducción e interpretación. Por mi parte me enfocaré en el último objeto, ya que como él mismo nos interpela, a nosotros los humanos no nos corresponde más que interpretar y narrar. En una de esas definiciones, el filósofo en cuestión, sostiene que el lenguaje no es un *médium* para la comunicación, es decir, no es un instrumento o herramienta para lograr o conseguir un fin, mucho menos el de la comunicabilidad; es decir que, si bien la comunicación es un aspecto más del lenguaje, no es su *esencia*.

Ya que el lenguaje es una imposibilidad que está dada a los humanos (porque el lenguaje puro es el lenguaje divino, mostrado en la alegoría de la vasija hecha añicos... propio de la Cabalá y que, siguiendo a Gershom Sholem tuvo influencia sustancial en los primeros trabajos de Benjamin<sup>17</sup>), no puede reducirse a un instrumento para lograr la comunicación, porque la comunicación es solo un aspecto como proceso “transitorio y provisional para interpretar lo que tiene de singular cada lengua” y la lengua (la capacidad de autoproducción del Sujeto por la transformación de los sonidos) constituye ontológicamente al Ser Social.<sup>18</sup> Por ello, según Benjamin, solo nos es dada la tarea de interpretar, de narrar la experiencia viva que nos hace ser humanos.

De esta manera es como el Benjamin transeúnte, da cuenta de que esta única tarea, “salvadora” y “redentora” del ser social, en la época que mira, sufre un proceso de autoaniquilación. “Los espacios de la lengua” de Adorno, son invadidos por una nueva forma de comunicación, es decir, la información. Así comienza el narrador berlinés el ensayo comentado, haciendo alusión a la prensa como la actividad portadora de dicho proceso que invade esos espacios en donde se articula la experiencia humana y por tanto, el campo más cercano a esa tarea que nos es dada; es decir, la de narrar.

---

<sup>17</sup> Sholem, Gershom, *Correspondencia 1933-1940*, p.277

<sup>18</sup> Grüner, Eduardo, *El sitio de la mirada*, p.387

Cuando Alexander Kluge y Oskar Negt (2001), proponen la creación de una nueva esfera pública proletaria, como alternativa a la esfera idealista meramente burguesa de Habermas, para objetivarse como un espacio de recreación de la experiencia, se sostiene al respecto:

La información sustituyó a las anteriores formas de comunicación e hizo perder una capacidad del sujeto que parecía inalienable: la capacidad de transmitir experiencia a través de la narración. *“La narración es de por sí la forma similarmente artesanal de la comunicación, que no se propone transmitir, como haría la información, el ‘puro ‘asunto en sí, sino que más bien lo sumerge en la vida del comunicante, para poder luego recuperarlo”*; y frente a esto, *“el objetivo de la prensa y de la información es justamente lo opuesto: consiste en recluir rigurosamente los acontecimientos al ámbito en el cual podrían obrar sobre la experiencia del lector”*. Por eso la expansión de la prensa y de la información como una forma de comunicación característica de la burguesía empobrece la experiencia...anula la capacidad humana de experimentar la realidad, de reelaborar la experiencia para poder así comunicarla; la narración implica una comunicación fundamental ente quien habla y escucha, quien a su vez hace suya la experiencia... he ahí el proceso fundamental que origina una forma de comunidad que se sostiene en la capacidad del sujeto de producir experiencia auténtica y transmitirla socialmente...<sup>19</sup>

Esto que proponen los autores alemanes bajo la sombra de Benjamin, aunado a la concepción de lenguaje y comunicación propias de este último, nos obligan enteramente a pensar en el sentido de la comunicación política, es decir, en que es posible construir otros entendimientos que no anulen la experiencia. Para llegar a esto, a pesar de que no sea el objetivo de este trabajo, es necesario establecer ese proceso en el cual la comunicación política se haya insertada en la misma linealidad histórica que Benjamin observa en la comunicación como información, y que no es sino otra cosa que su acepción como propaganda, en el entendido de lo que Adorno y Horkheimer sostuvieron como la forma de hacer del lenguaje un instrumento de engaño y manipulación.<sup>20</sup>

El ascenso del fascismo europeo les mostraría una cara fatal del uso e influencia de la propaganda, un instrumento de control, de afirmación de la decadencia de la experiencia (con

---

<sup>19</sup> Ver en el capítulo de Kluge, Alexander y Negt, Oskar, *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria*, p. 251. En *Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa*, Universidad de Salamanca, p. 490

<sup>20</sup> Adorno y Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración*, p.300

ello de la actividad pura del narrar); pero también, al menos solo para Benjamin, un espacio para potenciar otras posibilidades de “redimir lo aniquilado y pervertido”.<sup>21</sup>

### ***1.1.1 Zoon Politikon***

Dice José Ortega y Gasset en el prólogo que hizo a las Lecciones sobre la filosofía de la historia universal de Hegel, que aquello que se hace llamar *lo clásico* como una teoría, una obra o una idea dada no es lo definitivo, porque la propia naturaleza humana no ha dejado nada a lo concluso, sin embargo la curiosa paradoja es que la misma *humanidad nos la ha aniquilado o sumergido*.<sup>22</sup> Por eso no podemos dejar de estar en constante duda y tampoco permitarnos abolir nuestra capacidad de construir conocimiento, idea central que inicia desde el pensamiento clásico griego como parte de la naturaleza humana inmanentemente política y que se ha extendido hasta nuestros días y hasta los confines más recónditos del despliegue de occidente.

La misma universidad se ha valido de dicha idea para fundar uno de sus mayores propósitos, y es en ésta facultad de Ciencias Políticas y Sociales en donde se ha proclamado con mayor reconocimiento. Sin embargo, esta concepción de la Grecia de Aristóteles en donde la política es una cualidad integrada e inherente al ser humano, no es la misma que se entiende y se practica hoy en día. Si para los griegos en toda relación humana ya está inscrito el ser y hacer político, para nosotros lo político es el para qué hacer. Ellos ya habían dividido este entendimiento de sí mismos respecto de los bárbaros que según ellos no lo comprendían, el *zoon politikon* sólo aplicaba como una cualidad adherida a la comunidad y como la capacidad superior de convivir dentro de la *polis*, pero contrariamente la tradición occidental no ha seguido ese camino y ha dejado a un lado la idea del *animal político*.

Si entonces se nos ha *aniquilado* dicha idea, es deber y más que obligación recuperarla, nuestra propia naturaleza así lo exige. Sin embargo, parece ser que esa división que hicieron los griegos respecto de los bárbaros que no entendían el lenguaje políticamente humano se ha extendido hasta la actualidad, que con el curso de la ciencia política y del modo de

---

<sup>21</sup> Vocabulario comúnmente utilizado por el autor en cuestión.

<sup>22</sup> Ortega y Gasset, José, *Lecciones sobre la filosofía de la historia universal*, p. 16.

producción capitalista del cual somos parte, han generado una estructura en la cual, siguiendo este tenor, no hemos dejado de ser bárbaros.

Es decir, que la política que aprendemos, memorizamos y practicamos es ajena a nosotros, nos excluye cual esclavo en plena ágora. Encontrar el hilo que nos llevaría a deshilvanar una hermenéutica del significado u origen de la política y lo político, a mi parecer, nos llevaría a embrollarnos en teorías de diversas índoles, en principios distintos y para causa de esta investigación interesa más bien partir de una noción que va más acorde con el pensamiento Aristotélico y Spinoziano, encontrando allí los fundamentos de un entendimiento político humano más justo y de su corrupción.

Es por ello que en el presente capítulo la explicación Aristotélica y Spinoziana de la política y lo político tiene la finalidad de fundamentar que absolutamente todo con lo cual estamos relacionados por ser naturalmente comunitarios es ya política. Por el lado Aristotélico en el sentido de retomar la naturaleza política del hombre potenciada en la ciudad (*polis*) como la idea fundadora que ha permeado todo occidente; pero sobre todo con la filosofía Spinoziana que da un vuelco a ese animal político restringido al ciudadano dentro de la *polis* para argumentar, que el *ser político* es ya un derecho natural como un poder humano intransferible. Un poder natural que se potencia con la cualidad innata y específica del lenguaje que posee todo ser humano, y así mismo nos permite potenciar ese poder político que nos hace posible formar comunidad.

Pero es sin duda la noción de *animal politikon* la que abre el camino para entendernos en nuestra justa naturaleza humana. A pesar de que para el gran filósofo griego que acuñó dicho término, el ser de la comunidad política radicaba exclusivamente dentro de la *polis* y se asumía solo a los ciudadanos, esta tradición de pensamiento es reconocido por haber estructurado una organización civil dentro de una estructura política medianamente participativa, que pese a su posterior detrimento, sentó la base del despliegue moderno occidental.

Jean Pierre Vernant adjudica a toda esta forma de estructuración el hecho de que los griegos se concebían desde la relación inseparable de comunidad entre los hombres y el mundo animado que les rodeaba, relación que Aristóteles explica como el fundamento de la forma

superior que les permitió organizarse y comprometerse como una comunidad no solamente humana sino también cívica. De esta forma fue que la política no era algo abstracto y ajeno a la ciudadanía<sup>23</sup>; por ejemplo, en la democracia directa todo ciudadano era igual en virtud de su participación en los asuntos de la comunidad porque se tenía conciencia de la relación práctica con el entorno, lo cual quiere decir que asumirse como sujeto político es la base de toda conformación humanamente comunitaria.

El problema es que esa afirmación como sujeto político radicaba en un entendimiento de la sociedad en su contexto; como antes mencioné, solo los ciudadanos libres podían participar en los asuntos que atañían a la comunidad, mujeres y esclavos estaban excluidos. A pesar de que la estructuración social de la civilización griega clásica surgió gracias a la implantación de una economía esclavista, las relaciones sociales que pusieron en funcionamiento una democracia directa sin división entre Estado y Sociedad, solo entendieron por sociedad la conformación de ciudadanos libres<sup>24</sup>, y pese a dicha exclusión la importancia radica en el gran paso de la conformación humanamente comunitaria de la ciudadanía.

Hoy en día en nuestras leyes y principios éticos mundiales; la esclavitud, por ejemplo, ha sido abolida; sin embargo pareciera ser que al no tener participación en la política como lo tenía un guerrero griego respecto de su esclavo, esa relación a pesar de no ser la misma funciona bajo el mismo principio, ya que en la actualidad; por ejemplo, el voto como forma de participación en lo que conocemos como democracia representativa, justo nos coloca un pie delante del esclavo pero uno atrás de un verdadero animal político.

Verdadero en el sentido de que tomar la noción Aristotélica del *zoon politikon* para el presente trabajo tiene tres propósitos fundamentales: el primero es para constatar que es ésta idea de la política y lo político la que ha marcado toda la tradición política democrática representativa de occidente, desde la gran Revolución Francesa y la defensa de los derechos modernos del hombre libre y emancipado, hasta la consumación del hombre libre representado. El segundo propósito es para fundamentar justamente que el ser político es ya

---

<sup>23</sup> Entendiendo quienes eran considerados ciudadanos libres de nacimiento, sabido es que los esclavos y las mujeres que no tenían relación con la aristocracia (sabios y guerreros) no podían participar, ya que sus actividades estaban concentradas en la vida doméstica.

<sup>24</sup> Ver primera parte de *Transiciones de la Antigüedad al Feudalismo* de Perry Anderson, donde analiza la Antigüedad de la Grecia clásica desde una perspectiva histórica de las condiciones materiales que dieron paso a la estructuración de Occidente.

parte de nuestra naturaleza humana y por tanto la comunicación política también; el tercero, que esa naturaleza no es propia de los llamados ciudadanos como en la antigua *polis*, sino que en una dimensión más justa, tendría que ser entonces propia de cada ser humano que habita el más recóndito lugar de la tierra como un poder/derecho natural.

La esencia del ser humano son sus relaciones sociales, y toda relación social, al ser inherentemente comunitaria es política, el mismo Aristóteles defendió ya la idea de que el ser hombre solo es posible en relación con el todo político, es decir, en la formación de la comunidad, de la familia y de la ciudad. Relaciones que se tejen únicamente a base del lenguaje, ya que el hombre es el único animal que posee el don de la palabra y en ese sentido, en toda relación política está inscrita ya una comunicación política, “La lengua misma es tanto producto de una entidad comunitaria, como, desde otro punto de vista es ella misma la existencia de una entidad comunitaria y la existencia de esa comunidad en cuanto ella misma hablante”<sup>25</sup>.

No hay política sin lenguaje y la lengua es la capacidad creadora única del ser humano, sin embargo no todos tenemos conciencia de dicha inmanencia porque con el paso del despliegue de occidente se ha establecido una política que nos es ajena a pesar de ser hombres y ciudadanos libres, “(...) los ciudadanos eran iguales pero no todos eran igualmente ciudadanos”<sup>26</sup>, dice Robert Musil respecto de la Austria del Imperio.

Por ello, rescatar el concepto de animal político en tanto uno de los principios políticos del despliegue moderno occidental, nos permite pensar en la búsqueda de una refundamentación posible de alternativas teórico prácticas sobre una política distinta que parta de la concepción del derecho natural como poder político, y con ello ampliar el sentido que tiene la comunicación política dentro de las condiciones materiales que determinan nuestra realidad.<sup>27</sup>

Esta forma de política descrita anteriormente no es la misma que tenemos hoy en día, las relaciones sociales y materiales del hombre han cambiado y por ende también la manera de

---

<sup>25</sup> Marx, Carl, *Formaciones económicas precapitalistas*, p. 69

<sup>26</sup> Musil, Robert, *El hombre sin atributos I*, p. 36.

<sup>27</sup> Por ejemplo, la tesis primordial que sostienen Adorno y Horkheimer sobre el mito como Ilustración encontrado en la *Odisea* como el primer documento de la naciente burguesía occidental.

entenderla y practicarla. La política como actividad humanamente comunitaria, aún en la Grecia clásica no fue perfecta ni totalmente justa, la manera en que comienza a corromperse se verá dilucidada en el transcurso del proceso de transición histórica de la llamada Antigüedad a la Modernidad; y en el paso moderno del capitalismo como el momento transitorio donde comienza a confluir todo el proceso histórico de la corrupción de la política en tanto propaganda.

Al ser para Aristóteles la política un derecho propio del *ser ciudadano* por tener como condición estar bajo el manto de la razón, el devenir de occidente daría la pauta a una tradición filosófica política que marca históricamente un paso del estado de naturaleza a la formación de un Estado racional moderno. La historia lineal del progreso nos enseña la transición Oriente-Occidente justamente como un eslabón hacia la construcción de la política moderna como la forma más acabada del animal político, desde la Antigüedad, el paso por la Edad Media, el Renacimiento y la Ilustración, hasta la Revolución democrática e Industrial. Momentos en donde la Política se estructuró no como naturaleza y mucho menos como derecho/poder político, sino como el poder que se ejerce sólo dentro de la conformación de un contrato social como condición para vivir dentro del Estado.<sup>28</sup>

De esta manera es como toda la narrativa racional del Estado político moderno, ha estructurado la división de una relación obediencial no participativa de la política; el derecho solo se ejerce en tanto se es aceptado como animal político, como ciudadano, y dicha forma de vida es impuesta como la ley del mandato de unos sobre otros. Sin embargo, el pensador holandés Baruch Spinoza, daría en el siglo XVII un revuelo al pensamiento Aristotélico y estoico al menos en este sentido, ya que en una interpretación acorde con Atilano Domínguez identificaría contrariamente a ellos, el concepto de derecho natural con el poder natural inmanente de cada individuo.

Para Spinoza el derecho no se posee solo como *animal politikon*, sino que aún antes de formar comunidad ya está inscrito un derecho/poder que nos identifica naturalmente como seres humanos. Este derecho lo llama *potentia*, mismo que se convierte en *potestas* cuando en

---

<sup>28</sup> No está demás decir que sigue siendo Locke, Hobes, Rousseau y Hegel los grandes pensadores que han marcado la tradición de la teoría política moderna, sosteniendo que la transferencia como sometimiento del derecho natural es la base de la formación del verdadero Estado político.

conjunto se cede a la determinación de la voluntad de todos para que bajo el influjo de la razón pueda coexistir un pacto como el supremo derecho de una asociación política general. Aristóteles concebía a la ciudad (comunidad) como la organización política por excelencia aún antes del mismo hombre y la familia, lo cual quiere decir que pese a que el hombre por naturaleza ya es político no tiene poder sino hasta congregarse en la comunidad (ciudad). Spinoza dirá que no es que no se tenga poder, sino que ese derecho/poder se hace uno para poder vivir en comunidad.

Para la filosofía política de Spinoza es de suma importancia esclarecer que el hecho de acordar un pacto en fin del bien común no es condición de ceder la *potentia* a la suprema potestad o *potestas*, puesto que al ser un derecho natural es imposible como condición de *conatus*<sup>29</sup> transferir ese poder inalienable. Si bien se deberá preferir el derecho público acordado por la voluntad y el bien de todos, pero no como condición de eliminar el poder natural en donde se encuentra la verdadera esencia y naturaleza humana. Contrariamente a toda la teoría contractualista el hombre no se puede regir solamente por las leyes racionales que norman sometiéndose al pacto político, no sin antes dar lugar a las leyes que rigen su propia naturaleza.

El hombre obra primero por el derecho que tiene de velar por su propia comodidad, por su “deseo y apetito”, es decir, que se rige por las leyes de la naturaleza, y aún si se rige por la razón no hace nada que no esté acorde con dichas reglas. Por eso su crítica al contractualismo sobre todo Hobbesiano es en el sentido de que este derecho natural no puede transferirse porque es *contra natura*, es decir, inmanente; y porque a Hobbes le sirve para justificar la idea de la legitimidad del soberano como la máxima *potestas*.

Si bien es la concepción de animal político la que ha marcado toda una tradición política en occidente, al menos hasta la teoría política como ciencia política en Maquiavelo; sin embargo, es fácil dilucidar que dicha noción se ha perdido consumándose como una pertenencia de lo que ahora conocemos como lo que es la política y lo político moderno. Somos políticos en tanto somos reconocidos por el contrato social como parte de ello, lo cual

---

<sup>29</sup> Entendiendo por *conatus* la expresión del derecho/poder natural en la existencia de la vida práctica/social de los hombres según la Ética de Spinoza en De la naturaleza y origen del alma y Del origen y naturaleza de los afectos. Spinoza, *Ética*, 2004, p. 107-189.

si queremos ir acorde a una visión más justa, todo el devenir de la teoría política occidental-racional-moderna no es justa con el todo político.

Si somos políticos por naturaleza entonces no hay por qué ceder nuestra *potentia*, Spinoza es claro con ello y nos ofrece una perspectiva de la cual se puede estructurar otro sentido en una dimensión más justa de lo político y la política, por ejemplo; tal como la filosofía política de Enrique Dussel lo ha planteado. En ese sentido se entenderá por política tanto aquello que poseemos naturalmente como un derecho de poder, como actividad social y humana, y también aquello que nos hace identificarnos y formarnos como comunidad; el ser hombre es ser inmanentemente político en todos los ámbitos de la vida común, individual, familiar, en la ciudad, en el trabajo, etc. Por eso lo político no puede menos que ser todo lo que nos rodea en plena coexistencia, no sólo aquello que atañe a unos cuantos, sino a todos a la vez.

Por esta razón también será el lenguaje nuestro ser político por excelencia, porque nos permite comunicar nuestro ser en sí como *potentia* para formar aquella potestad suprema que no sería posible sin la lengua. Si la política es lo que nos hace naturalmente humanos, la comunicación política no es entonces más que la acción de ello mismo, el campo de esa actividad social y humana; sin embargo, como se verá más adelante, su estructuración como ciencia ha sido producto de la modernidad que reproduce una idea de la política y lo político muy contraria a lo explicado anteriormente. La comunicación política no tendría razón de ser si obedeciera a lo que comunica su propio nombre, es decir, la acción de la política misma.

Pero las fuerzas materiales que generan el movimiento de la estructura política, económica, social y cultural, la ha racionalizado desde una perspectiva moderna en donde no se entiende, en gran medida, sino como el estudio de la política como propaganda y *marketing*. Una Política fetichizada que no expresa ésa *potentia* inmanente, sino algo ajeno a nosotros que aceptamos como lo objetivado que estructura el funcionamiento de la sociedad. Es entonces que la comunicación política al reproducir una política corrompida por la misma *fetichización del poder*, está sosteniendo la instrumentalización de la política en un plano actual en donde es más que urgente dar la oportunidad a aquellas nociones de la política como derecho natural, en tanto que no han sido y que debemos hallar la posibilidad de potenciar ese poder político.

## 1.2 La fetichización del poder: *potentia*/*potestas*.

Desde mucho antes de que Maquiavelo estableciera la Política como una ciencia que refiere el estudio del poder de dominación, de la estructuración de lo político como el poder legítimo de los unos sobre los otros, el hombre ya se había separado de su naturaleza política; pero es a partir de este momento cuando en la tradición teórica occidental se prefigura una idea de la política como el poder de dominación<sup>30</sup>, la política como instrumento se separa de toda inmanencia humana. Basta recordar que desde la educación básica se nos enseña que la política es algo que concierne a las instituciones que nos prestan servicios, a las instancias electorales, a las oficinas gubernamentales; que los políticos son los que se ven en televisión, se oyen en la radio y son primera plana, y por ende nosotros, tal cual teatro, somos el solo espectador.

Ya Enrique Dussel es uno de los ejemplos más emergentes de la elaboración de una teoría filosófica-política que da cuenta de esta separación entre *la política* y *lo político*; problema que para el filósofo no se entiende sino como resultado de una *fetichización del poder*, concepto que refiere a la política que se ha burocratizado y en donde el poder ejercer o participar en o de ella sigue siendo concebido como dominación. Dussel mismo parte de la teoría filosófica Spinoziana esbozada párrafos anteriores, adjudicando el problema de la supresión de la *potentia* y el sometimiento de este derecho natural a la *potestas* como un problema mismo de la *fetichización del poder*, que sirve para comprender la política instrumentalizada como la política del uso de la dominación y de la propaganda.

Es por ello que para Dussel es importante esclarecer en un marco conceptual que el poder no es sinónimo de dominación solamente, sino una cualidad inherente al ser humano y a toda actividad práctica, que en el terreno de lo político se ejerce como el principio del “mandar obedeciendo”. En sus *20 Tesis de Filosofía Política* explica ello, el del *ejercicio delegado del poder obediencial* como una actividad práctica, como una vocación; en donde el poder político sería entonces algo que todos poseemos. Así, *la política* ya no es un abstracto que se concretiza en Los Pinos o en el Senado, sino que es toda actividad práctica socialmente

---

<sup>30</sup> Weber mismo, es uno de los sociólogos más reconocidos, estudiados, y aprendidos sobre esta idea de la política como el poder legítimo de dominación, un vínculo que establece una relación de acceso al poder dentro o del propio Estado. La política como una actividad humana que ejerce un poder como medio para lograr ciertos fines.

humana que atraviesa todos los ámbitos del campo social, tanto cultural, económico, educativo, deportivo y demás.

El concepto de *lo político* por su parte se define como totalidad, en donde no es ninguno de sus componentes sino todos a la vez; es decir, todo aquello que nos hace naturalmente gregarios y comunitarios. Lo político como concepto se ha corrompido de aquello que por ejemplo, para los griegos, es toda relación de convivencia con lo físico y espiritual que nos rodea. Para Dussel dicha corrupción emana de la *fetichización del poder*, la cual, en la idea del poder como dominación no ha hecho más que relegar toda ésa inmanencia política.<sup>31</sup> El mismo Imperio Romano estructuró su forma de democracia gracias a la conservación y estructuración del poder político como propio de la nobleza, “la nobleza hereditaria mantuvo intacto su poder mediante la formación de una constitución civil”.<sup>32</sup>

Si el poder es entendido como dominación lejos del derecho/poder natural; la Política no se entenderá sino como lo público que acontece a la esfera política del gobierno, de los partidos, del ejército, de la “dominación legítima”, de las organizaciones nacionales de salud, seguridad, comercio, etcétera. Cuando el poder delegado por naturaleza como *potentia* se suprime y a la par se naturaliza el poder como dominación (*fetichización del poder*), no puede surgir un reconocimiento ni de un poder como derecho natural, ni mucho menos una Política justa. Lo que resulta de ello es la configuración de una totalidad en la cual éste poder fetichizado instrumentaliza y corrompe a la Política misma, estructurando una separación entre dominadores y dominados, entre los que tienen el poder y quienes obedecen ese poder.

Esta separación de la inmanencia política sin duda es más clara y evidente en el transcurso del proceso histórico de la modernidad; esto en el sentido de que es aquí donde la Política ha encontrado su mayor decadencia pero también en donde surge la emergencia por comprenderla desde un sentido de la praxis<sup>33</sup> socialmente humana. Cuando el proyecto de la modernidad se estructuró en tanto superación de una época histórica de la religión y la

---

<sup>31</sup> Ver Dussel, Enrique, 20 tesis de política, p.167

<sup>32</sup> Anderson Perry, *Transiciones de la Antigüedad al Feudalismo*, 2005, p.48

<sup>33</sup> En el sentido que Marx explica la praxis no como la ejecución de algo, sino como un proceso subjetivo de la relación entre sujeto-objeto en donde se vislumbra la actividad práctica humana permitiendo reconocer su significado y su sentido en la realidad, es decir; que éste proceso de la praxis socialmente humana en la reversión al plano subjetivo, en considerar las relaciones sociales como la esencia del ser humano y en la consideración del objeto como el producto de la actividad material humana, es ya un proceso estrictamente político.

superstición, para dar paso al desarrollo de un arte y una ciencia comandadas bajo el influjo del hombre guiado por la razón y encaminado hacia el progreso, poco contempló que dicha práctica estaría sustentada en el dominio y la esclavización de otros.

Tan solo es en años paralelos a la Francia de Robespierre luchando por los ideales de la libertad del hombre y el ciudadano, por la igualdad y los derechos democráticos, cuando en Haití se estaba luchando por desencadenarse del yugo colonial de la Europa ilustrada. Decir que es la modernidad donde la política encuentra su mayor decadencia es justamente por esto, porque desde su fundamento ha traicionado sus propios principios. Ya Theodor Adorno y Max Horkheimer en su *Dialéctica de la Ilustración*, dieron cuenta del mito al cual había caído el proyecto de la Ilustración y con ello el devenir de la modernidad misma; “La humanidad no sólo ha avanzado hacia el reino de la libertad, hacia la plenitud de la Ilustración, sino que más bien retrocede y se hunde en un nuevo género de barbarie”.<sup>34</sup>

Adorno y Horkheimer vieron el problema en una época que comenzó prometiendo ser el nuevo gran siglo de la industria, de las artes, de la ciencia; y bastó la primera mitad del siglo XX para que surgiera el hecho histórico que cambiaría la idea del avance y el progreso social y científico, es decir, la Primera y la Segunda Guerra Mundial. En medio de un discurso del porvenir, de la fiel creencia en los valores de igualdad y libertad, se mostró que el hombre de la razón ilustrada podía ser capaz de llevar a una cámara de gas a cientos de personas con el fin de defender una idea, la idea del progreso.

La política no sólo se vio deshecha como *potentia* y estructurada en lo político institucional, sino que se instrumentalizó como una herramienta que utilizaría a la propaganda como un medio de comunicación para difundir contenidos ideológicos de diversas posturas y para persuadir políticamente a la ciudadanía. Las democracias representativas occidentales se basaron en esta idea de la política y lo político, demostrando que el derecho a la igualdad y a la libertad democrática del hombre moderno, guiado por la razón, se quedaría en un plano discursivo, y en su dialéctica estructurarían un tipo de anulación del derecho a tener dichos derechos.

---

<sup>34</sup> Adorno y Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración*, p. 11

Las potencias europeas desde el Siglo de las Luces no habrían podido ser lo que fueron a costa de la colonización de América o África, por ejemplo. La política halla su decadencia en este justo sentido; porque naturalizó la política como el poder de dominación de unos sobre otros, sustentándolo en una política del derecho que anula el derecho natural como poder político (*fetichización del poder*) y sustrae esa naturaleza política a su entendimiento instrumental. Pero para poder entender en toda su amplitud el proceso por el cual surge ello, se debe tener en cuenta que es a través del proceso histórico de disolución del modo antiguo de producción en donde se transforman las relaciones humanamente comunitarias y por lo tanto la política también.

De esta forma remitir al trabajo que Marx realizó en *Contribución a la crítica de la economía política* (publicado como los famosos *Grundrisse*) y que retomamos ahora de los extractos compilados por la editorial Siglo XIX conocidos como *Formaciones Económicas Precapitalistas*, son de suma importancia, ya que ofrecen una interpretación que en su amplitud nos brinda la posibilidad de comprender de una manera histórica el proceso económico, y con ello, también el político y social por el cual se da esta separación de la política como *potentia* y de la política como *potestas* a través del proceso de la *fetichización del poder* que ha llevado a la estructuración de una política que hace uso de la comunicación política como propaganda y marketing político, instrumentos de dominación.

La identidad comunitaria en la que los sujetos se encuentran inseparables de todo valor social que son reconocidos por la comunidad misma o posteriormente por la ciudadanía, se hayan transformados por la conversión del modo de producción que genera las condiciones naturales del hombre para producir mediante lo que Marx llamó *trabajo vivo*, los productos necesarios para su subsistencia y la de la comunidad; mismo que se disuelve a la par del desarrollo histórico de las fuerzas productivas del capital, lo que conlleva también a la transformación de la vida política y social del hombre.

Es por eso que ya para el siglo XIV el comercio tiene una importancia trascendental en el sentido de que genera las condiciones del *valor de cambio* de lo que anteriormente se producía como *valor de uso*. Marx ejemplifica el desarrollo histórico del hilado, por ejemplo, como una actividad humana que era utilizada en virtud del trabajo libre de la agricultura como *valor de uso*, misma que se transforma en una actividad humana como profesión en

virtud del desarrollo del comercio como *valor de cambio*. Con ello quiero decir que es éste mismo proceso de transformación de dinero en capital, de *valor de uso* a *valor de cambio*, el que ha generado las condiciones del desarrollo de toda una estructura en donde la política pasó a reproducir el modo de producción capitalista.

Este modelo económico que, en la idea del poder como dominación, que con el desarrollo de las fuerzas productivas materiales y con la transformación de las relaciones políticas, sociales y culturales del hombre, crea, sostiene y reproduce esa *fetichización del poder*. Como cualquier actividad productiva libre, la política se fetichizó no solo como poder que nos es ajeno o superior, sino que también se objetivó como parte del mercado como uno de los negocios más codiciados y retributivos. La política se vende como una idea de lo político fetichizada que tiene por base su fundamento en la idea de un progreso que nos aleja de nuestra más cotidiana realidad.

### **1.3 Comunicación política como propaganda y marketing político.**

Sin duda alguna esta afirmación se ha convertido en una preocupación fundamental del sentido de la política en nuestro tiempo, porque la misma estructuración de la política instrumental, al relegar todo entendimiento humanamente comunitario, solo reproduce una forma de ella misma como una política que no tiene sintonía con la experiencia diaria, y en ese entendido es a través de una apariencia intencionalmente prefigurada que se manifiesta como una idea de progreso y bienestar, que para fines de esta investigación, está presente en la noción de comunicación política como propaganda y marketing político; idea para la cual Walter Benjamin brinda la posibilidad de “redimir” ese contenido progresista dentro de un proceso histórico con miras al pasado, para así poder encontrar un sentido positivo en nuestro presente.

Sin embargo, no aterrizaremos en la tesis primordial sin antes entender el proceso histórico por el cual ha atravesado el desarrollo de la comunicación política como propaganda y *marketing político*, ya que es ahí en donde la política se expresa como una herramienta que reproduce la política de la dominación, el espectáculo y el ideal del progreso, enunciando una verdad que no tiene coherencia con la realidad y que es totalmente ajena a la política como derecho/poder.

No quiere decir que la propaganda, por ejemplo, sea propia de la modernidad, siguiendo a J.P Domenach, esta ha existido desde el inicio de las pugnas políticas dentro del espacio político común, antes y después de los Griegos, Romanos y hasta nuestros días, sin embargo, es en el siglo XX en donde se manifiesta un quiebre que no permite encontrar punto de comparación,<sup>35</sup> el proceso de *fetichización del poder* abarca por consiguiente esta esfera en donde el fin político de la propaganda justificará todos los medios necesarios para formar a la opinión pública.

Sabido es que fue el Imperio Romano quien estableció el inicio del uso de la propaganda como herramienta política; se tejió una relación despolitizada del proceso dialógico cara a cara entre gobernantes y gobernados como se hacía aún en la antigüedad clásica. Los asuntos políticos que atañían a la ciudad entera, se quedaron representados en los medios de comunicación, tales como las “Acta Divina”.<sup>36</sup>

La política como espectáculo se inauguró aquí, gobernantes romanos, tales como Tito Livio, realizaban días oficiales de fiesta y diversión para hacerse de publicidad e influir de manera positiva en el *status quo* de la actividad práctica de los habitantes. En el período histórico denominado como la Edad Media, apunta el historiador Jaques Ellul: “La influencia de los juglares, particularmente en Francia, era tan reconocida que el regente de Inglaterra Guillermo de Longchamp, importó a varios juglares franceses para que contaran sus alabanzas en las plazas públicas”.<sup>37</sup> Los mismos Legistas cristianos fueron los primeros en utilizar el llamado *slogan*, es decir, la elaboración de frases a manera de lemas, para expresar mensajes simples y breves que le fueran al receptor fácil de recordar, “ya que le pueblo se deja llevar siempre por las apariencias, no juzga más que por lo que ve. El pueblo es casi todo el mundo, y la mayoría no cuenta más que cuando la multitud no sabe en que apoyarse”.<sup>38</sup>

Lo que observaba Maquiavelo era la realidad del inicio de un proceso histórico de despolitización, porque si bien el pueblo se dejaba llevar por apariencias; entre otras cosas,

---

<sup>35</sup> Domenach, Jean Pierre, *La propaganda política*, p. 6

<sup>36</sup> El historiador Jaques Ellul refiere en su libro *Historia de la propaganda*, a las Acta Divina como el primer medio de propaganda utilizado por César para informar al pueblo romano sobre las actividades políticas del Imperio. (Ellul, Jaques, *Historia de la propaganda*, 1969, p. 38)

<sup>37</sup> Ellul, Jaques, op.cit. p. 62

<sup>38</sup> Nicolás Maquiavelo en, Ellul, Jaques, op.cit. p. 68

se debía también a que apariencias era lo único que tenía al alcance para formarse de una opinión pública. Ellul nos cuenta que personajes tales como Luis XIII y Richelieu, escribieron propaganda política a través de seudónimos en la *Gazette de France*. Tiempo después, antes del estallido de la revolución de 1789, partidarios del realismo constitucional que apoyaba a la monarquía francesa, contaba ya con una organización de propaganda.

Para Ellul “La enciclopedia fue realmente un acto de propaganda por su vulgarización del racionalismo aplicada al dominio político y social”.<sup>39</sup> Sin embargo, es hasta la llegada del *Sansimonismo* que se da el uso de la propaganda a un nivel masivo, ya que se comenzó a hacer uso de las octavillas (papel de tipo panfletario) y de la elaboración de canciones e himnos populares, por ejemplo. Los alcances de la fetichización de la política se hacen manifiestos a la par del desarrollo de la política democrática moderna. La política como propaganda y espectáculo tocará la cima entrando al siglo XX, espacio temporal donde surgen las condiciones materiales, ya explicadas, que dan pauta a la creación del estudio de la comunicación, y posteriormente de la comunicación política como el campo disciplinar que da sustento a esta política.

Si se ha sostenido entonces a la comunicación política como cualidad inherente de la misma, quiere decir que al establecerse como profesión, las relaciones sociales que se han tejido desde el siglo XX donde surge, la han configurado también no solo como referente a la propaganda sino también al marketing político<sup>40</sup>, reproduciendo así las fuerzas productivas que nos estructuran en el presente y que más que formar política (como derecho/poder) que nos acontece como comunidad y que nos hace ser parte de un todo, suprime una participación que por naturaleza estamos obligados a potenciar.

Como parte de éste despliegue moderno occidental nuestra estructura social en todas sus condiciones tanto políticas, económicas, culturales, etcétera, está ya determinada y es determinante a la vez de dicha fetichización de la política, que aunado al desarrollo de las

---

<sup>39</sup> Ellul, Jaques, op.cit. p.101

<sup>40</sup> Entendido como *herramienta* de la comunicación política, y en ese sentido, “como un proceso mediante el cual se investigan necesidades de la población con el fin de satisfacerlas a través del diseño e implantación de un programa de trabajo”. En Reyes Arce, Rafael y Munch, Lourdes, *Comunicación y mercadotecnia política*, 2005, p. 9

fuerzas productivas del capital no ha dejado de reproducir lo que se ha definido como su corrupción. Esta estructura ha creado las condiciones para que la política no sólo se haya separado de toda inmanencia humana y comunitaria, sino también para que se estableciera como una disciplina científica propia de su corrupción como (*fetichización del poder*).

Si se encamina esto junto con el desarrollo de la democracia representativa que ha imperado como parte del despliegue de occidente, y del desarrollo de la modernidad capitalista, se tiene indudablemente no solo el resultado de la fetichización de la política, sino también el de la objetivación de la comunicación política como el espacio académico que estudia las herramientas, técnicas y usos del lenguaje, con la finalidad de reproducir la idea de lo político instrumental. Eso significa que hasta la propia universidad ha sido tocada por la modernidad, y en ese sentido la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, así como la disciplina en Ciencias de la Comunicación son parte de su despliegue, su formación obedece absolutamente a las leyes del capital; pero, ¿Cómo es que obedecen?, ¿Cómo es que la propaganda y el marketing político se estructuraron como parte sobresaliente del campo de estudio de la comunicación política?, ¿A qué se refiere esto?

Aquello que se denomina modernidad es sin lugar a dudas algo sumamente complejo, visto como concepto, como hecho histórico, como desarrollo, como el comienzo de una época, en fin. Sin embargo al menos se puede acercarse a eso que es desde una mirada totalizadora que tiene reconocimiento en el Siglo de las Luces europeo, en el surgimiento del racionalismo cartesiano, del empirismo inglés y hasta de la modernidad como colonialidad.<sup>41</sup>

Tener en cuenta éste proceso histórico no va en el sentido de hacer historiografía sobre el pensamiento científico, se trata de indagar en el desarrollo histórico del pensamiento social, que tiene por base el surgimiento del pensamiento moderno del siglo XIX como un momento en el que la ciencia buscó cumplir la promesa de la Ilustración sobre la elaboración de un método experimental (Bacon y Galileo) que culminó con la idea del dominio de la naturaleza y del avance del progreso.

Con la victoria del liberalismo y el naciente industrialismo europeo, surge en Francia una teoría fisiológica de lo social que mantiene dicha promesa con el fin de dar solución a los

---

<sup>41</sup> Véase Gandarilla Salgado, José G, *Asedios a la totalidad*, p. 354.

problemas de la ciudad desde el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Saint Simon inaugura la elaboración de un “sistema” de política positiva que a través de la clase prominentemente industrial contemplaba llevar a la sociedad francesa a ese progreso científico y tecnológico; sin embargo, su distinguido secretario fue quien elevó la teoría positiva a un nivel universal atendido al desarrollo de las fuerzas productivas del capital.

El positivismo de August Comte es una teoría que reclama el liberalismo industrial, su base es la fundamentación de que el valor de todo conocimiento social depende del dato empírico, que como praxis desemboca progresivamente hacia el dominio científico y técnico de la naturaleza. La filosofía de la ciencia positiva fundó en el campo de lo social los estudios empíricos de los cuales se sigue haciendo ciencia, teoría y práctica; *Las reglas del método sociológico* han sido el manual de la ciencia social hasta nuestros días y la teoría que devino de ello es la que guio el curso del siglo XX.

Esta tradición siguió su cauce a la par del desarrollo del capitalismo desembocado en el imperialismo, que ya estructurado y con una economía mundial moviéndose bajo el rapaz control de la comercialización fuera de los límites territoriales de las potencias europeas, la aspiración al control de un mercado seguro tenía que implementar y defender la idea de la estabilidad y el equilibrio social que traería consigo la conquista de los nuevos territorios, para así poder absorber la sobreproducción de las manufacturas de las grandes potencias y suministrarse de materias primas a menor costo de lo que implicaría producirlas dentro del estado.

Las necesidades del capitalismo imperial crearon las condiciones para que surgiera una escuela sociológica que miró a la sociedad como un sistema funcionalmente estructurado y equilibrado, la concepción de la sociedad cual organismo vivo fungió como el principio para saber que la función que nos corresponde en la sociedad pertenece a una organización de actividades repetitivas e interdependientes que cumplen una necesidad específica llevándonos a la estabilidad y al progreso. El saqueo, la esclavitud y el sometimiento de las entidades periféricas al eurocentrismo y al modernismo norteamericano, son el ejemplo de la naturalización que desde lo teórico social representó la expansión, control y dominio de su proyecto civilizatorio.

Con el estallido de las dos Guerras Mundiales y de las consecuencias que trajo consigo fue aún más emergente fomentar dicha idea de progreso, la escuela sociológica norteamericana fue la gran exponente de principios a mediados del siglo XX. Su estudio de la ciencia social se fue enfocando hacia lo antropológico y lo cultural, este último con el fin de conocer la función de los medios de comunicación dentro del contexto de la guerra y la posguerra; la comunicación pasó a ser concebida no como una cualidad inherente de la naturaleza políticamente humana, sino como un proceso instrumental socialmente complejo que dentro de la teoría funcional se conceptualizó como un fenómeno de la “nueva sociedad de masas.”

¿Cómo es que la comunicación política decantó en esa estructuración? Es una pregunta que varios sociólogos de la comunicación han respondido desde diversos parajes epistemológicos; el famoso *Manual de Comunicación Política* de Dan Nimmo y Keith R. Sanders, radica en la importancia de la delimitación del campo disciplinar de la comunicación política como un problema epistemológico interdisciplinario esencial para las ciencias sociales, y en ese sentido para el estudio emergente de la política misma (como forma de gobierno de la democracia representativa).

Para Dominique Wolton,<sup>42</sup> en un principio tenemos la comunicación política que refiere justamente a lo desarrollado anteriormente, es decir, al estudio de la recepción política del electorado dentro del sistema democrático moderno, posteriormente a la masificación de la propaganda política vía campañas electorales, y por último al estudio de la esfera pública en tanto, podría decirse, Habermasiana, de la influencia y formación de la opinión pública. Y más tarde, del estudio de la influencia y relación de la comunicación política en tanto el uso de los medios de comunicación, de la propaganda, y del marketing político dentro de la esfera pública.

La estructura económica, política y social del siglo, aún antes, durante y después de la guerra, aunado al desarrollo de la industria y de la tecnología; al concebir *la política como lo político* necesitó de la fundación de un pensamiento sociológico que se sirviera de fines prácticos para reestructurarse. Ya Marx había dado cuenta de la relación de la superestructura con todas sus partes y de la determinación de ésta con el todo y viceversa; en este sentido, el

---

<sup>42</sup> Wolton, Dominique, *La comunicación política: construcción de un modelo*, 1998.

pensamiento funcional de lo social respecto de la comunicación, ya no en tanto actividad inmanentemente práctica sino como una herramienta que podría dar los mejores usos dentro del contexto, sentó las bases para el estudio de las Ciencias de la Comunicación.

Con el curso de las guerras mundiales y el inicio de la industria cinematográfica y de propaganda, se comenzó a cuestionar acerca de los usos y efectos de las nuevas tecnologías; la política moderna bajo la democracia representativa se hacía de una necesidad de influir políticamente en la sociedad a través de carteles, de anuncios, de comerciales televisivos y de proyectos cinematográficos, esto con la finalidad de llevar un mensaje ya no a la ciudadanía, sino al mercado. Domenach dice al respecto:

El progreso de la técnica pronto llevó la publicidad a un nuevo estadio: aquel en que se buscó "impresionar" más que convencer; sugestionar, más que explicar. El *slogan*, la repetición, las imágenes atractivas; ganaron terreno, progresivamente, a los anuncios serios y demostrativos: de informativa, la publicidad pasa a ser sugestiva. A incitación de los Estados Unidos, principalmente, se aplican nuevos modos de presentación, nuevas técnicas, que pronto se apoyaron en investigaciones fisiológicas, psicológicas y aun psicoanalíticas. Se especuló con la obsesión, con el instinto sexual, etc. La propaganda política, como ya veremos, no tardó en adoptar tales procedimientos.<sup>43</sup>

En los años 20 del siglo pasado Harold D. Laswell resumía a la propaganda como un instrumento de los más poderosos del mundo moderno, dando cuenta del contexto político y económico de mediados del siglo XX; en el cual, ésta sería la forma por excelencia de hacer política, que entendida como dominación se expresó en la propaganda como consumo político para la ciudadanía-mercado. Una estructuración distinta al entendimiento de una política como naturaleza referente a lo público como el espacio (ágora) que es común a todo ciudadano (Aristóteles) y una distinta al entendimiento de la política como derecho/poder (Spinoza). Por el contrario se instituyó una política referente a la "publicidad burguesa", aquella que definió Habermas en su *Historia y Crítica de la Opinión Pública*<sup>44</sup> como aquella que crea las condiciones del espacio público (Öffentlichkeit) en donde se da la opinión

---

<sup>43</sup> Disponible en [http://www.archivochile.com/carril\\_c/cc2013/cc\\_2013\\_00008.pdf](http://www.archivochile.com/carril_c/cc2013/cc_2013_00008.pdf) 13/01/17

<sup>44</sup> Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 337.

pública (öffentliche Meinung) como publicidad representativa, misma que ya proyectaba una política corrompida y excluyente de la participación ciudadana.<sup>45</sup>

Y es que el ejercicio de la democracia representativa como la forma política más acabada de la modernidad, al estar representado, ya no se requiere del juicio de la ciudadanía, ya que a través de esta representación se consume la política de la dominación moderna; la publicidad ya no es la vida pública que atañe a la comunidad, sino que al crearse las condiciones para que la clase burguesa ocupe los espacios públicos convertidos en el mercado donde se da el comercio del todo común, la publicidad se estructura en función del empleo de los medios de comunicación sobre los cuales tiene el control la misma burguesía. Esto con el fin de vender, además de productos de consumo, de difundir información de interés público; una política corrompida como dominación e instrumentalizada como el uso de la propaganda para comunicar los principios de la misma modernidad que la ha creado: libertad democrática, igualdad, justicia, progreso...

Es el periodismo, por ejemplo, la profesión que surge bajo las condiciones de la economía del siglo XIX, que junto con el comercio ya no sólo comunica a manera de noticias la información de interés pública, sino que éstas noticias pasan a ser traficadas y vendidas como mercancía. Dichas fuerzas productivas crean las condiciones para que la prensa se establezca como profesión, una que además de obedecer al mercado, lo hace también respecto de quien posee el poder político entendido como dominación y quien posee los medios de información. Los periódicos hacen público los asuntos de interés político como lo respectivo al gobierno, a las instituciones, es decir, a lo público entendido como la esfera de lo que concierne a los intereses que obedecen a la estructura económica, política y social moderna.

---

<sup>45</sup> (...) “El término Öffentlichkeit se formó en el alemán moderno incorporando primero el latinismo Publicität (trasladado del francés publicité) para luego germanizarlo. Se da, en cambio, la curiosa circunstancia de que mientras todos los idiomas latinos han ido perdiendo, al romper el siglo XX, las connotaciones y la denotación principal de la palabra (“publicidad” no significaba otra cosa en el castellano de hace una centuria que vida social pública), en el alemán de nuestros días se conserva ésta intacta. Eso explica la muy extendida traducción de Öffentlichkeit por “vida pública”, “esfera pública”, “público”, y hasta a veces por “opinión pública”. Cita tomada de “Modos de hacer”, proyecto editorial a cargo de Paloma Blanco, Jesús Carrillo, Jordi Claramonte y Marcelo Expósito, publicado por Ediciones Universidad de Salamanca, en España el año de 2001; del texto *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria*, de Alexander Kluge y Oskar Negt, p. 227.

Aún en la actualidad la prensa conformada como empresas de información obedecen a intereses políticos específicos, corrientes ideológicas, partidos políticos, empresarios y hasta el crimen organizado. Del mismo modo pasa con la comunicación política establecida como disciplina; que al no ser reconocida como inherente a la política como derecho/poder, y dada la objetivación de la política instrumental en el mundo moderno, y dado el desarrollo del capitalismo imperial y del surgimiento de la teoría social, pasa a ser estructurada dentro de una superestructura que se sirve de su estudio para reproducir esa corrupción de la política de la dominación y de los valores modernos de progreso.

Corrupción que se enlizará en dos sentidos relevantes para la intención de la investigación. La primera en el sentido que deviene de la *fetichización del poder* que naturalizó la política como una política de dominación que sustenta la democracia representativa en donde sólo se ejerce participación como ciudadano a través del voto y no como un poder delegado, es decir, como derecho/poder. El segundo en tanto la política fetichizada, aquella que se representa en el entendimiento de la comunicación política como propaganda y marketing político,<sup>46</sup> en donde se encuentra principalmente la reproducción doctrinaria del progreso.

La afirmación de Laswell sobre la propaganda como un “instrumento poderoso” es justamente en relación al proceso histórico que abarca las dos Guerras Mundiales como la gran época que define la política como espectáculo, que junto con la objetivación de la publicidad como mercadotecnia; se va configurando la forma moderna de hacer política.

En *Hitler y el poder de la estética*<sup>47</sup>, el historiador Frederic Spotts realiza una valiosa investigación sobre el proyecto cultural que emprendió Hitler en la Alemania nazi como uno que marcó el inicio de la *estetización de la política*. La idea del nuevo hombre, puro de raza, estéticamente perfecto e intelectualmente avanzado, tenía que ver justamente con la creación de las formas culturales y publicitarias que expresaran dicha idea del progreso. La Alemania nazi creó la mayor Industria Cultural del siglo XX, dando pauta a la utilización de todos los medios propagandísticos como expresión de la forma moderna de hacer política.

---

<sup>46</sup> Por marketing político nos referimos al conjunto de técnicas, modelos e instrumentos tanto teóricos como prácticos que se usan para diseñar y desarrollar estrategias de comunicación política con el fin de difundir información ideológica (propuestas, lemas), para conseguir el voto o la adscripción a la corriente o ideología política que se representa.

<sup>47</sup> Spotts, Frederic, *Hitler y el poder de la estética*, p. 537.

El proyecto de salvación, creación y progreso de esta Alemania es un gran ejemplo del ejercicio de la política de la dominación y del espectáculo, ya que “(…la técnica escénica se utilizaba para una gran variedad de propósitos políticos –no sólo para dar aún más bombo al culto al Führer, sino también para obligar a los militares a demostrar su subordinación colectiva”.<sup>48</sup>

La URSS de Stalin, igualmente uso hizo de una maquinaria propagandística para alinear culturalmente al Ejército Rojo, haciendo uso de carteles, del cine, de la música, etcétera. A la par de la gran propaganda que controló Goebbels, Estados Unidos de América diseñó también su propia industria; el cine principalmente, como medio y no como arte, se utilizó como una herramienta capaz de persuadir y llevar el mensaje político de la América protectora y salvadora.

Una forma de hacer política que no tardaría en extenderse a las periferias de occidente; en México, fue clara la influencia que tuvo la Industria Cinematográfica estadounidense de la Segunda Guerra Mundial, ya que el gran cine de oro que conocemos no habría sido posible sin el suministro de equipo técnico de filmación que abasteció la incipiente Hollywood a la industria mexicana, por supuesto, a cambio de difundir los contenidos culturales de los Aliados.<sup>49</sup> Las condiciones económicas y culturales de mediados del siglo XX darían la pauta para el establecimiento de una escuela de pensamiento que representaría ésta idea moderna de entender la política.

La escuela norteamericana funda los cimientos de las Ciencias de la Comunicación, siendo aquí el arranque de lo que posteriormente formaría el estudio empírico de la comunicación política como acepción de propaganda y marketing político. El funcional estructuralismo es la teoría que decanta de la teoría liberal del siglo XIX, las sociedades modernas son los nuevos organismos a estudiar, la complejidad de su estructuración es suficiente para llamar

---

<sup>48</sup> *Ibidem*, 139.

<sup>49</sup> Al respecto se puede consultar el libro *Cine y propaganda para América Latina: México y Estados Unidos en la Encrucijada de los años cuarenta*, del doctor Francisco Peredo Castro; libro coordinado por el Centro Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos/Centro de investigaciones sobre América del Norte, 2004, Pp. 509.

la atención de los primeros investigadores en sociología espontánea. El despliegue moderno del siglo XX crea las condiciones para que surjan los estudios de las nuevas ciudades como laboratorios sociales, y es Chicago la ciudad que será el primer experimento.

Chicago a inicios del siglo XX es lo que se llama “una ciudad floreciendo”, es parte de ese despliegue moderno que concibe el desarrollo industrial y tecnológico como un avance y progreso. El impulso industrial, junto al aumento de la población urbana por la migración de centro y sur América hacia Estados Unidos, lleva a Chicago a consolidarse como una de las grandes ciudades donde se da un eminente desarrollo capitalista pero también científico.

Fue después de un incendio en las postrimerías del siglo XIX que el estado se planea como la reconstrucción de una futura ciudad prominente, dicho suceso crea los motivos por los cuales surge la Escuela Urbanística; sin embargo es el advenimiento del pragmatismo filosófico europeo y de las teorías liberales de la ciencia y el progreso que devinieron durante todo el proyecto de la modernidad, lo que haría surgir el gran paradigma del estructural funcionalismo como la teoría representante de la sociología norteamericana institucionalizada en la ciudad del progreso.

La nueva estructuración de la sociedad crea las condiciones para el estudio de la misma como un organismo vivo, Chicago como un laboratorio ofrece las problemáticas sociales que los sociólogos de la Escuela de Chicago necesitan para fundamentar una teoría de la acción social encaminada a resolver los problemas fundamentales del “sistema”.

Al concebir la sociedad como un organismo y los elementos que funcionan entre sí, surge un pensamiento de la comunicación como un proceso que puede establecer un equilibrio social. Para los representantes de dicha escuela la comunicación es una técnica que influye en el cambio social; la publicidad, la prensa, el cine, la radio y la televisión, son los nuevos medios modernos que construyen la realidad y que tienen el poder de afectar individualmente a la sociedad.

De esta manera la comunicación es un proceso conductual que está mediado por los nuevos medios y las nuevas técnicas de comunicación masiva, sobre todo los usados durante las guerras y los mismos que a su vez son considerados instrumentos útiles para una investigación empírica de la realidad social que fomente la creación de un estudio científico

que pueda conducir a la sociedad de masas hacia el cumplimiento de la modernidad en tanto progreso. Un progreso que se ve amainado con la gran crisis del 29 y que contrariamente a cambiar la dirección de la sociología y de los estudios de la comunicación hacia un sentido más amplio y totalizador de su propio significado y relevancia social, se encaminó, junto con el nuevo modo de producción como capital financiero, hacia la dirección de la sociología positiva.

Ya para 1940 fueron matemáticos e ingenieros quienes acuñarían el término comunicación como un sistema “funcional” dentro de un proceso lineal de información en donde participa un emisor, un mensaje y un receptor. Se trataba de crear un modelo matemático de comunicación que se refiriera al funcionamiento de las condiciones técnicas de la transmisión de mensajes, al cual solamente se le fueron agregando elementos que harían un estudio más preciso, como *retroalimentación*, *feed-back*, *ruido*, etcétera.<sup>50</sup> El símil entre ellos es la preocupación por la creación de un modelo que la explicara como función, instrumento o herramienta para el “uso” apropiado de ella dentro del nuevo contexto histórico de la posguerra.

La economía estaba reestructurándose después de la gran crisis que llevó consigo la Segunda Guerra Mundial, occidente estaba enfocado en una economía civil que volviera hacer creer en la libre empresa y a volver a generar confianza en los arruinados bancos. El bloque anti socialista no sólo necesitaba de una economía preponderante sino también, el de una política abarcadora que hiciera posible la salvación del mundo. La integración de los mercados bajo la política económica de Inversión Extranjera Directa y el fortalecimiento de las corporaciones transnacionales y de la política económica Keynesiana, hicieron posible el crecimiento de los mercados internos con la recuperación de las industrias tanto de consumo como de producción.

Bajo el cobijo del flujo financiero internacional que proveyeron las empresas multi o trasnacionales, la integración productiva internacional impulsó un crecimiento que se desplazó hasta los países subdesarrollados y que dentro de la economía interna pudo hacer del nivel de vida occidental un total sueño dorado. La *American way of life* fue dicho sueño,

---

<sup>50</sup> Ver E. Shannon, Claude y Weaver, Warren, Teoría matemática de la comunicación, p. 159

mismo que necesitó del movimiento y la articulación de toda una estructura de marco capitalista que sustentara las bases del nuevo entramado económico, político y social.

Es en la primera mitad del siglo XX en donde politólogos y sociólogos norteamericanos como Haroll Laswell y Paul Lazarsfeld comienzan a realizar estudios analíticos y experimentales sobre propaganda y comunicación política como herramientas poderosas en la influencia, percepción y recepción de la consciencia humana convertida en “masa”, “audiencia” o “público”. Los llamados análisis de contenido, de audiencias y efectos nacen aquí y se consagran como el fundamento de una teoría social-conductual de los medios de comunicación. La escuela funcional estructuralista da origen a la creación de una institución académica que es resultado del modo de producción capitalista de la posguerra y de la transformación de las relaciones sociales del hombre modernas.

Es en los primeros años del siglo XX que en la Universidad de Chicago se sientan las bases de lo que hoy se denomina comunicación interpersonal. La retórica, la oratoria y la argumentación comienzan a ser abordadas como *conducta*, como interacción humana cargada de significación; y no sólo como lenguajes simbólicos. La comunicación es también concebida como el estudio empírico de conductas “microsociales”, iniciando una etapa de intercambio e influencia recíproca con la psicología de la comunicación, hacia las patologías (la escuela de Palo Alto), los modelos de comunicación (Shannon y la teoría matemática de la comunicación/información) y la Cibernética de Wiener.<sup>51</sup>

La llamada comunicación de masas sienta las bases, como ya se ha señalado, del estudio de la propaganda como una herramienta de la política y por tanto, también de la comunicación y más tarde de la comunicación política. La estructuración de la democracia representativa principalmente, ha generado ciertas maneras de entender los procesos comunicativos y políticos para su eficaz desarrollo. El uso de la propaganda como herramienta, es solo una de las primordiales herramientas que se usa como medio para conseguir un fin, ya que conforme se desenvuelve la política moderna, las disciplinas sociales, tales como la comunicación política, se han ajustado a los requerimientos mismos de la democracia moderna. Si una de las principales características del sujeto social moderno, es su desligue (despolitización) de los asuntos de interés público que atañen la sociedad entera, por consiguiente, las formas de

---

<sup>51</sup> Vizer, Eduardo A. *La trama invisible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. p. 112.

interactuar políticamente serán también modos fetichizados y ajenos. La participación, por ende, comunicación política dentro de la esfera privada y primordialmente pública, no será la misma que se da de una interacción frente a frente, dialógica, común, participativa; que de una transmisión publicitaria; llámesele proceso de *feed-back*, *two step flow*, etcétera.

Por ejemplo, el trabajo del académico y consultor Rafael Reyes Arce, pertenece a toda esta línea de pensamiento que ha reducido el campo disciplinar de la Comunicación Política. En uno de sus escritos, defiende la “necesidad” de plantear una relación comunicativa entre gobernantes y gobernados (tal como Sartori define la primera referencia que generalmente se tiene cuando se piensa en política<sup>52</sup>) a través de estrategias electorales que determinen el curso de la participación ciudadana en lo que llama *la transición democrática latinoamericana*. Para lograr tales fines propone el uso del marketing como la estrategia más acabada de comunicación política de nuestros tiempos, herramienta sin la cual el ejercicio de la política no se sostiene. Al respecto, dice Reyes Arce:

...la aplicación de la mercadotecnia representa una de las estrategias más poderosas para captar un mayor número de votos y para desempeñar con profesionalismo, ética y dignidad un puesto de elección popular. Si los modelos estratégicos de mercadotecnia fundamentan gran parte del éxito de las corporaciones nacionales e internacionales, lógicamente éstos pueden ser un factor clave para lograr el triunfo de los partidos políticos. La utilización de la comunicación y la propaganda en el ámbito político no son esquemas novedosos, en cierta forma se han utilizado siempre, aunque sin el rigor metodológico que propone la mercadotecnia<sup>53</sup>.

Se entiende entonces, a la comunicación como instrumento, que al igual que la propaganda, funciona en la actualidad bajo el “esquema de un rigor metodológico” que obedece a los fundamentos de la mercadotecnia. La definición de Reyes Arce no carece para nada de sentido ni de realidad, ya que justamente es este tipo de entendimientos los que todo el proceso histórico material de la instrumentalización de la comunicación política, se han objetivado a la par de la profesionalización de la disciplina bajo el influjo del desarrollo del llamado marketing político. Un concepto que dentro del terreno disciplinar que compete a la

---

<sup>52</sup> Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?* p. 483

<sup>53</sup> Reyes Arce, Rafael, op.cit. p. 9

investigación, ha ido ganando importancia dentro del estudio de la comunicación política por ofrecer estrategias para su funcionamiento; “la mercadotecnia política es un proceso mediante el cual se investigan las necesidades de la población con el fin de satisfacerlas a través del diseño e implantación de un programa de trabajo”.<sup>54</sup>

El marketing político busca a través de la implantación de estrategias; principalmente electorales, analizar, saber y conocer la percepción ideológica y las necesidades de la ciudadanía con el fin de satisfacer las mismas. Siguiendo a Philippe Maarek cuando define al marketing como “el conjunto de medios de que disponen las empresas para crear, mantener y desarrollar sus mercados, o, si se prefiere a su clientela”,<sup>55</sup> se puede identificar la similitud que se hace para definir al propio marketing político, con la diferencia de que los objetivos son crear, mantener y desarrollar la democracia representativa actual cual mercado, y a la clientela cual ciudadanía.

Este tipo de concepciones pragmáticas son parte de aquello que se ha tejido en la relación, que para Gianpietro Mazzoleni existe entre la esfera pública y la comunicación política. Lo cual quiere decir; y regresando a lo explicado en capítulos anteriores, que si bien, la comunicación política entendida como acción de la política, configuración del espacio público, actividad social... ha existido desde una documentación histórica, al menos, a partir de los griegos en tanto la formación de la opinión pública mantenida dentro del ágora, como discusión pública de los intereses concernientes a la comunidad de la polis, etcétera; y que sin embargo, refiriendo a Habermas, esa transformación de la opinión pública como meramente burguesa, ha llegado a tal punto de reducirla a un proceso de estrategia electoral, en donde la comunicación ya no refiere a aquello que se experimenta en la *espacio público* de Hanna Arendt<sup>56</sup> donde toda actividad humana está condicionada por su condición gregaria, tampoco a un proceso dialógico que surge dentro de la *esfera pública* participativa, según Habermas, propio del siglo XVIII, o a un proceso formador y potenciador de toda actividad social, de recreación de lo público, de recuperación de cierta politicidad entendida como *potentia/potestas*, y mucho menos como formación de una praxis socialmente justa.

---

<sup>54</sup> *Ibíd.* 13

<sup>55</sup> Maarek, Philippe J, *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. p. 42

<sup>56</sup> Arendt, Hanna, *La condición humana*. p. 366

Esa llamada esfera pública se ha transformado a la par del desarrollo de las formas de gobiernos democráticos actuales, y por esta razón es que Mazzoleni define entonces a la comunicación política como: “el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público-político que produce el sistema político, el sistema de los medios y el ciudadano-elector.”<sup>57</sup>

La política vista como ajena a toda naturaleza humana y contrariamente como un medio entre gobernantes elegidos y gobernados representados, se hizo visible y práctica a través de la configuración de una estructura académica que ha sustentado la indiferencia que hay hacia la acepción comunitaria y participativa de la comunicación política, sustrayéndola a un campo práctico de la vida que se enfoca a reproducir una política ajena y direccionada en un plano discursivo e ideal, al curso histórico de la humanidad como un camino que se dirige al progreso y al bienestar; y que en su complejidad expresa un verdadero problema de praxis social, ya que no ha sido coherente ni justo con la experiencia política real.

La comunicación política que refiere a la propaganda y el marketing político es entonces, parte de esa estructuración científica y social que reproduce la *fetichización de la política*. Definir el campo disciplinar de la comunicación política es una tarea epistemológica que se lleva haciendo pasando la mitad del siglo XX, y en donde se ha reconocido la dificultad de establecerla dentro de un solo campo de estudio, por ello mismo, abordarla solo desde este ámbito es en tanto que aquí se visualiza aquello que Walter Benjamin está mirando en el adoctrinamiento del progreso moderno.

No quiere decir que absolutamente todo el fundamento de la comunicación política esté enfocado en su totalidad al entendimiento como propaganda o marketing político; si bien la escuela tiene su origen en los años 60 del siglo pasado, desde una percepción pragmática, instrumental y conductual de los procesos comunicativos de la época, no todos los estudios posteriores se estructuraron a partir del funcional estructuralismo norteamericano. Desde otras posturas de conocimiento se debe reconocer que se han hecho valiosos métodos de investigación para dotar a la comunicación política de otras epistemologías; vista como proceso simbólico a través de los cuales se constituyen tipos de culturas, como un proceso

---

<sup>57</sup> Mazzoleni, Gianpietro, *La comunicación política*. p. 36

humano de participación mutua, desde el rescate etimológico del *communicare* para fundamentar a la comunicación política como un proceso necesario de participación humana, de ciudadana; como el proceso del *poner en común* necesario para la vida política comunitaria, etcétera.

Ya el trabajo de Felipe López Veneroni, en *Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación*, nos ofrece una de las escasas y valiosas contribuciones al estudio epistemológico de la ciencia de la comunicación, criticando justamente su reducción a un mero proceso de emisión-recepción, y abriendo alternativas de reflexión para sacar al estudio de la comunicación de la objetivación como fenómeno solo mediático, como un proceso que denomina ya cosificado, y en ese sentido, es necesario y aún urgente problematizar desde un comienzo; propone el doctor, desde la teoría misma del conocimiento de donde se despliega su estructuración como fetiche.<sup>58</sup>

Sin embargo, la noción de la comunicación política no sólo desde la experiencia propia como estudiante de la misma sino de la visible estructuración de ella en tanto propaganda y marketing político, nos obliga a pensarla desde una fundamentación que ofrezca un lugar basto para la crítica, en el sentido de potenciar posibilidades de refundamentación para que sea un soporte a la búsqueda de una política distinta.

Por ahora no se ahondará en ello, mencionó el caso solo para no reducir la disciplina a su ámbito instrumental sino solamente en el sentido de tomarlo en cuenta para los fines de esta investigación. Si bien, el enfoque crítico está fundado en la desmitificación de la comunicación política como la disciplina que refiere a la propaganda y al marketing político, sin embargo, no se pueden hacer a un lado los esfuerzos teóricos que hay dentro del campo de estudio de la propia comunicación en su sentido más amplio. Un sentido que encaminaré al entendimiento de dicha disciplina como acción política comunicativa, y por consiguiente de las definiciones acertadas que han acercado este campo de estudio en relación con la definición de comunicación política como acción política que permite el entendimiento dentro del ámbito político como espacio público, campo de actividad social; que posibilita el conocimiento y reconocimiento de los otros.

---

<sup>58</sup> López Veneroni, Felipe, *La ciencia de la comunicación: método y objeto de estudio*, p.148.

Ya Antonio Pascuali, por ejemplo, ha dado una definición de la comunicación como un proceso dialógico que posibilita la interacción dentro de lo que Habermas concibe como “mundo de la vida” y dentro del espacio público en donde nos desenvolvemos políticamente y por consiguiente donde se tiene la oportunidad de participar comunitariamente. Así, la comunicación como “acción comunicativa” que permite el entendimiento nos acerca a una concepción de comunicación política como definición también de la vida pública, y no solo de una visión reduccionista como difusión de propaganda y creación de un proceso de marketing político.<sup>59</sup>

En ese sentido, ¿no es acaso esa concepción del concepto de comunicación política como un proceso dialógico, de mutuo entendimiento, de dilucidación del espacio, esfera o vida pública; uno que tiene que potenciarse desde otros horizontes no instrumentales? A mi parecer sí, y es por ello que entender la comunicación en tanto propaganda y marketing político, va en el sentido de hacer la crítica al despliegue de la propia política instrumental expresada en la materialización de una disciplina académica con fines prácticos al desarrollo de una idea de progreso que no es coherente con la realidad más cercana, pero al mismo tiempo, retomar el sentido más positivo de definiciones teóricas acercadas a la comunicación política como ese proceso de mutuo entendimiento que pueda brindar la posibilidad de acercar su campo de estudio a un proyecto teórico que permita reconocer, dilucidar y desmitificar; a través de la propuesta que Walter Benjamin concibió en todo el proyecto de las *Tesis de la historia* y del *Libro de los Pasajes*, su acepción instrumental, técnica y progresista en su estetización política; y con ello abrir espacios para una reificación no solo política estética, sino que como praxis política transformadora abra posibilidades de entenderla y forjarla como campo social de la actividad humana.

---

<sup>59</sup> Dichas definiciones se pueden consultar en Antonio Pasquali, *Comunicación y cultura de masas: La masificación de la cultura por medios audiovisuales en las regiones subdesarrolladas*, Caracas, Monte Ávila, 1972, p.551. y en de Jürgen Habermas, *Teoría e Historia de la acción comunicativa I*, Madrid, Santillana, 1999.

## Capítulo 2. Propaganda/ marketing político y progreso.

### 2.1 La idea de progreso en Walter Benjamin.

“Ir hacia adelante”, “avance”, “perfeccionamiento”, es lo que nos dice Google cuando se busca el significado de la palabra progreso. Desde el primer curso de historia que se nos da de pequeños nos enseñan eso, todo lo que existe es porque tiene una finalidad de crecer, de dar un paso sobre otro en la historia de la humanidad; y no solo en el ambiente escolar, en nuestras casas, en la calle, en la televisión se nos habla de ello, de la vida como un progreso constante, de encaminar triunfos, reconocimientos y experiencias. Crecer, vivir, procrear y morir, es una ley cultural de la vida que permea el entendimiento no solo de la palabra progreso sino del curso de la historia de la humanidad. Y no es que el mundo no avance, crezca o se desarrolle; está claro que en la tecnología se han transformado técnicas, inventos y condiciones para fines del desarrollo civilizatorio, la gran pregunta es si el avance de la humanidad entendida como progreso realmente es eso.

Cuando Walter Benjamin cita de Charles Baudelaire su postura sobre la *idea de progreso*, también está citando todo el entramado filosófico y social que se esconde tras dicha palabra que ha marcado desde al menos el Siglo de las Luces uno de los objetivos que envuelven la ideología y el pensamiento de lo político, económico y social hasta hoy día; esa búsqueda de lo siguiente, lo venidero, lo nuevo. Una búsqueda que comenzó en pleno siglo XVIII aunada a la del crecimiento, desarrollo o avance tecnológico y científico que tomó mayor significado al de su etimología latina como *progressus/avance*<sup>60</sup> en la propia época de la razón. Es por ello que para el poeta maldito, aun un siglo después, llega a describir esta idea como “...una lóbrega atalaya, invención del filosofar de hoy, permitido sin garantías de Dios o de la naturaleza, este faro moderno arroja un haz de oscuridad sobre todos los objetos de conocimiento...”<sup>61</sup>

Baudelaire como Benjamin miran en su siglo un contraflujo del curso del desarrollo de las cosas, es decir, si para la ciencia, la filosofía y la tecnología de aquella época ya estaba

---

<sup>60</sup> Disponible en: *Etimología de Progreso*. (s.f) <http://etimologias.dechile.net/?progreso>. 14/11/14

<sup>61</sup> Benjamin, Walter, *Libro de los Pasajes*. p. 341.

definida su idea de progreso, para el poeta no era más que algo sin entendimiento, un paso adelante, pero dos hacia atrás. Dice Baudelaire en *Las Flores del Mal*:

Se ve un trapero que llega, meneando la cabeza,  
Tropezando, y arrimándose a los muros como un poeta,  
Y, sin cuidarse de los polizontes, sus sombras negras  
Expande todo su corazón en gloriosos proyectos.

Formula juramentos, dicta leyes sublimes,  
Aterra los malvados, redime las víctimas,  
Y bajo el firmamento cual un dosel suspendido.  
Se embriaga con los esplendores de su propia virtud.

Si, esta gente hostigada por miserias domésticas,  
Molidos por el trabajo y atormentados por la edad,  
Derrengados y doblándose bajo un montón de basuras,  
Vómitos confusos del enorme París.<sup>62</sup>

Baudelaire tenía 46 años en 1856, año en que Charles Darwin publica *El Origen de las Especies mediante la selección natural o la conservación de las razas favorecidas en la lucha por la vida*, y en donde se da el comienzo de una teoría científica que repercutiría en lo social de una manera clave para el entendimiento de esta idea de progreso que el poeta ya había descrito.

Una pieza clave está debajo del llamado Darwinismo Social, una teoría desarrollada bajo el influjo de lo que Darwin llamó Selección Natural. Para el biólogo más reconocido de todos los tiempos las especies animales, vegetales y demás no eran resultado de un desarrollo independiente sino de una descendencia hereditaria producto de otras especies; este principio hereditario genéticamente hace que todas las variedades de especies sean seleccionadas naturalmente según sus características, su forma de propagarse y adaptarse, de esta manera la selección natural funciona cuando las especies conservan sus propiedades útiles y cuando tienen la capacidad de eliminar aquellas formas imperfectas, por ello se tendrá mayor

---

<sup>62</sup> Disponible en [Baudelaire-poesia\\_y\\_piezas\\_condenadas\\_completo.pdf](#) 17/06/2015

probabilidad de sobrevivir cuando se es naturalmente seleccionado<sup>63</sup>. Darwin sin saberlo apuntaría a dar la mayor influencia al comienzo de una corriente de pensamiento que llevó la teoría de la Selección Natural como el proceso mediante el cual se da la Evolución de las Especies al campo de lo social. La revolución científica Darwiniana se convirtió en una mutación cultural que interpretó este desarrollo evolutivo como una constante en el tiempo histórico visto como un progreso natural formador del espíritu positivista del siglo XIX y XX que repercutió en el proyecto civilizatorio europeo del momento extendido en su despliegue occidental. Dice Darwin:

Porque las nuevas variedades se forman muy lentamente, pues la variación es un proceso lento, y la selección natural no puede hacer nada hasta que se presenten diferencias y variaciones individuales favorables, y *hasta que un puesto en la economía de un país puede estar mejor ocupado por alguna modificación de alguno o algunos de sus habitantes; y estos nuevos puestos dependerán de cambios lentos de clima o de la inmigración accidental de nuevos habitantes*, y, probablemente en grado aún mucho mayor, de que algunos de los antiguos se modifiquen lentamente obrando y reaccionando mutuamente las nuevas formas producidas de este modo y las antiguas.<sup>64</sup>

Es por eso que para el pensamiento filosófico de la época como Herbert Spencer y toda la línea de sociólogos, psicólogos y antropólogos; la teoría de la evolución se entendió como punto de referencia para igualar al terreno de lo social una teoría que podía explicar la culturización y civilización europea. El llamado *Darwinismo* fue dicha sociología que decantó del propio espíritu positivista del siglo XIX, mismo que se direccionó más que a dar un vuelco a la metafísica o al idealismo, hacia un análisis racional de los fenómenos de la sociedad europea.

Aquello que estaba mirando Benjamin con el curso del ascenso del fascismo, era que dicha “mutación social” se estaba encaminando hacia la imposición de un *continuum* temporal histórico del progreso. La lectura astronómica-revolucionaria, podría decirse, que interpreta desde Blanqui en *La eternidad a través de los astros*, es justamente uno de los fundamentos

---

<sup>63</sup>Disponible en: [http://web.ecologia.unam.mx/laboratorios/evolucionmolecular/homes/pdfs/Darwin\\_1859\\_ElorigenDeLasSpp.pdf](http://web.ecologia.unam.mx/laboratorios/evolucionmolecular/homes/pdfs/Darwin_1859_ElorigenDeLasSpp.pdf) 17/11/2014

<sup>64</sup> Disponible en: [http://darwin-online.org.uk/converted/pdf/1921\\_OriginSpanish\\_F776.2.pdf](http://darwin-online.org.uk/converted/pdf/1921_OriginSpanish_F776.2.pdf) 20/11/2014

puntuales para dirigir las tesis contenidas tanto en el *Libro de los pasajes* como en *Las tesis sobre la historia*. Dice el propio Blanqui en su obra:

Cada segundo de la eternidad ha visto y verá la situación de hoy... Todas estas tierras se abisman, una tras otra, en las llamas renovadoras, para renacer y recaer una y otra vez, una clepsidra que se vuelca monótona, dándose vuelta sobre sí misma y vaciándose eternamente. Es lo nuevo siempre viejo, y lo viejo siempre nuevo...no hay progreso. ¡Una pena!, ¿no? Son reediciones vulgares, repeticiones... Sólo el capítulo de las bifurcaciones queda abierto a la esperanza. No nos olvidemos que *todo lo que se habría podido ser aquí abajo, se es en alguna otra parte*.<sup>65</sup>

No debe sorprender entonces aquellas anotaciones que llevaron al filósofo en cuestión a confiar en esa bifurcación abierta a la esperanza, el vuelco dialéctico al pasado, la historia como discurso crítico del pasado; aquél que no ha cesado de repetir constantemente la barbarie humana, pero que no por ello no deben olvidarse los caminos abiertos para irrumpir su curso. Cuando Benjamin nos dice que el núcleo de esta filosofía de la historia es la noción de progreso, no hace sino rescatar y puntualizar aquello que en 1905 George Sorel teorizó.

La lectura sobre el progreso que Benjamin adquirió, es aquella que el propio Sorel estaba vislumbrando en el desarrollo de la filosofía francesa del siglo XIX. La máxima en el *Manifiesto Comunista* sobre la historia de las ideas como la propia historia de las ideas de la clase dominante, es interpretada por Sorel, como la historia de la idea del progreso propia de la aristocracia del siglo, la cual se adaptó perfectamente a la filosofía racionalista devenida en el desarrollo del positivismo, que instauró el progreso como una doctrina que ha sido *una de las bases ideológicas de la superstición del Estado moderno*.<sup>66</sup>

De esta manera es que el filósofo berlinés mira con desencanto el curso de la historia como un *continuum* direccionado al progreso; por una parte porque está vivenciando el mismo la barbarie a la que fue sometido por ser judío, y por otra, porque cree fielmente en lo que Blanqui piensa sobre el curso del universo como una repetición constante de momentos y actos, y en ese sentido, todo afán de seguir linealmente el avance de la historia, no es más que un engaño, pero sobre todo, un obstáculo que impide detener ese curso de ida y vuelta

---

<sup>65</sup> Blanqui, Jean Auguste, *La eternidad a través de los astros*. p. 59

<sup>66</sup> Sorel, George, *Las ilusiones del progreso*. p. 26

en los momentos donde el hombre puede y debe hacerse justicia; ya que siguiendo el curso lineal de la historia como progreso se deja atrás la posibilidad de encontrar restos que pueden potenciar una transformación necesaria.

### **2.1.1 El tren de la historia.**

(...) nada tiene el progreso para aportar en una época en la que él mismo se ha transformado en dato miserable del destino humano.<sup>67</sup>

La doctrina filosófica de la historia como historia lineal y ascendente, que aunada al avance científico, tecnológico, a la expansión colonial europea y a la consolidación de un modelo político democrático; desenvuelve una idea de progreso como bienestar social y como fin último de la culturización europea. La “nueva ilustración” basada en los principios de racionalidad del Renacimiento, que fundados sobre el espíritu científico moderno de los principios de Bacon y Descartes, promueve la búsqueda del establecimiento de leyes que regulen el comportamiento de la naturaleza.

El naturalismo inglés estaba siguiendo el moderado curso de una tradición empirista y utilitarista que desembocará en el pragmatismo liberal de John Dewey... Desde contemporáneos de Hegel como Schopenhauer a filósofos posteriores como Nietzsche, no eran pocos los que percibían en la culminación Hegeliana del idealismo alemán una forma más o menos encubierta de teología. De ahí que las ideas positivistas del XIX tomaran en Alemania la forma de una pragmática secularización del hegelianismo, considerada necesaria para la secularización de la cultura.<sup>68</sup>

Spencer lee en la obra de Darwin una forma de extrapolar los principios evolutivos a la fundamentación de una teoría y política social que ponga en práctica los fines últimos de la evolución como conservación de la especie humana dentro de la sociedad como un organismo vivo que abogue por el progreso espiritual y material.

---

<sup>67</sup> Benjamin, Walter, *op.cit.* p.167

<sup>68</sup> Pacho, García, Julián, *Positivismo y Darwinismo.* p. 30.

Cuando Darwin dice que “*un puesto en la economía de un país puede estar mejor ocupado por alguna modificación de alguno o algunos de sus habitantes...*”<sup>69</sup>, se demuestra no solo la relación que mantuvo con Spencer, a quien cita en *El origen de las especies*, sino también la expresión del espíritu positivista de la época, en el cual, bajo el concepto de “supervivencia del más fuerte”, se despliega una filosofía de la historia que concebirá la determinación de la sociedad encaminada al progreso bajo la condición de modificar a la especie humana. Surge una reducción del sujeto a mero objeto, una reversión de éste último sobre la persona humana que se ejemplifica en la extensión geográfica de dicho espíritu europeo sobre África, por ejemplo. Pero también en un despliegue de la cultura como el clímax máximo del progreso.

Dice Gabriel Zaid al respecto:

El progreso llegó a ser el tema unificador de todas las disciplinas (cosmología, evolución de las especies, historia, reflexión, ciencia, tecnología, vanguardias literarias y artísticas), así como la cuestión central de la vida humana (personal, social, política, religiosa) ... Pero hay que distinguir entre el progreso, la conciencia (laudatoria o crítica) del progreso, la fe en el progreso (como providencia divina, ley natural o ley histórica) y la voluntad de progreso (ciega o autocrítica). No todo surge al mismo tiempo. Lo que empezó en el siglo XVIII fue la ciega voluntad de progreso, criticada en el XIX por el movimiento romántico y en el XX por los jóvenes pacifistas que se fueron en busca del amor, la naturaleza, las culturas atrasadas, las religiones orientales, la meditación, las drogas, las comunas y la vida centrada en el ahora, no en el futuro mejor.<sup>70</sup>

Y es justamente la estructuración del progreso en tanto “ley histórica” como la entenderá y objetivará la cultura europea del siglo XX, principalmente la surgida desde la burguesía alemana que culmina en un proyecto más que político, culturizante, expresado en el nacionalsocialismo de Hitler. Occidente mitifica el concepto de progreso como uno de los fines últimos de la historia, y en ese sentido, el Estado como el fin último y absoluto de Hegel, culmina en el propio estado alemán, en su propia cultura y su noción de progreso.

Una noción que es indisociable de la propia occidentalización del mundo, que parte de una noción de conquista y de expansión colonialista justificada en la búsqueda no solo de un

---

<sup>69</sup> Darwin, Charles, *op.cit.* Disponible en:

[http://darwinonline.org.uk/converted/pdf/1921\\_OriginSpanish\\_F776.2.pdf](http://darwinonline.org.uk/converted/pdf/1921_OriginSpanish_F776.2.pdf) 20/11/14

<sup>70</sup> Disponible en: <http://www.lettraslibres.com/revista/convivio/la-fe-en-el-progreso> 20/11/14

abastecimiento interno comercial, sino de una extensión territorial y económica fundada en la búsqueda de un desarrollo económico cultural. La expansión marina con los viajes oceánicos de España y Portugal durante el siglo XVI, que culminaron en la conquista de la mayor parte de Centroamérica, justo se fijaron bajo una lógica de occidentalización geográfico cultural, ya que, aun cuando los chinos contaron con los instrumentos necesarios para expandirse por todo el orbe, no lo hicieron puesto que no se tenía esa noción de conquista, de invasión.

Se experimenta vivencialmente la redondez de la tierra y con el ello el lugar en el cosmos (el significado de ello es una revolución en la cosmogonía), y este descubrimiento empírico (en que españoles y portugueses no viajan a ciegas sino que utilizan la cartografía y las técnicas de navegación chinas, según investigaciones recientes (Menziés, 2006) posibilita toda una revolución mental que resquebraja la *episteme* precedente, religiosa y medieval. La conexión atlántica permitirá, con la apropiación y afluencia de los metales preciosos, la compra de la mercadería oriental, el flujo del crédito y la revolución de los precios; cada uno de estos procesos palanca fundamental para echar a andar la maquinaria capitalista en sus formas primigenias; por ello es que Marx llega a decir: «El comercio y el mercado mundiales inauguran en el siglo XVI la biografía moderna del capital» (Marx, 1984:179).<sup>71</sup>

Y es en este despliegue de la modernidad occidental en el que se estructura el concepto de progreso como uno de los fines últimos de la cultura europea de siglos posteriores, no ya en el ámbito científico tecnológico, sino también visto como un desarrollo de perfeccionamiento para la humanidad. Sorel apunta al respecto:

El progreso será siempre el elemento esencial de la gran corriente que llegará hasta, la democracia moderna...para nuestros demócratas, lo mismo que para ciertos espíritus cartesianos, el progreso no consiste en la acumulación de medios técnicos ni en los conocimientos científicos, sino en el ornamento del espíritu que, libre de prejuicios, seguro de sí mismo y creyente en el porvenir, se forja una filosofía que asegura la felicidad a todos los que poseen medios para vivir mucho.<sup>72</sup>

Un nuevo concepto de historia se teje para sustentar, en palabras de Walter Benjamin, el sueño de la modernidad. Despertar de ese sueño como tarea del historiador, no es sino

---

<sup>71</sup> Gandarilla Salgado, *op.cit.*, p. 57

<sup>72</sup> Sorel, George, *op.cit.* p. 26.

aquello mismo que Sorel está pidiendo reconocer, el dogma de la doctrina del progreso que se ha instaurado al mezclarla con los principios evolutivos de la naturaleza, y que por ello es necesario restablecer una verdad histórica que reconozca la ideología de los vencedores que subsumen toda posibilidad de potenciar un interés práctico inmediato en los vencidos. Dice Willie Bole al respecto que el mismo benjamín se veía así mismo como un historiógrafo, al intentar presenta en el *Libro de los Pasajes* el método dialéctico en la historiografía para formar una verdadera historia crítica.<sup>73</sup>

Es en ese ambiente de finales de siglo XIX y principios del siglo XX, en donde Benjamin vio de manera perspicaz el desenvolvimiento del curso de la historia a la par de la evolución de la naturaleza como un problema que engendró de manera práctica en el proyecto civilizatorio europeo. Un problema que siguiendo *El libro de los Pasajes* aporta a su creación teórica Anne-Robert-Jacques Turgot, quien es considerado el gran teórico del progreso; en el sentido justamente de pronunciar en su “Cuadro filosófico de los progresos sucesivos del espíritu humano” la historia como progreso.

Este punto es crucial en Benjamin, ya que al decir que “el concepto de progreso tenía aún funciones críticas”<sup>74</sup> en Turgot, sugirió conceptualizar como *imagen dialéctica* la idea de progreso, es decir; tal como argumenta Gabriel Zaid de diferenciar la idea de progreso de su entendimiento como “movimiento romántico”, como “meditación”, como la búsqueda de “un futuro mejor”,<sup>75</sup> no como una fe ciega o “una lóbrega atalaya” que inicia en el Siglo de las Luces.

Para ilustrar aquí la importancia no sólo de la influencia de la lectura de Turgot en Benjamin sobre el progreso, sino de su posible refundamentación como concepto, hay que recordar que Benjamin pretendió hacer una metodología de citas que es muy visible en el *Libro de los Pasajes*; en donde al momento de colocar la cita y agregar sus comentarios, ponía como *imagen dialéctica/fantasmagoría*, en este caso, de progreso; para hacer “saltar” o “resaltar” su posible crítica a través de un vuelco dialéctico. Por ello es que mira en Turgot tanto la estructuración del progreso como la fe ciega de la modernidad europea, pero también la

---

<sup>73</sup> Bolle, Willie, *Conceptos de Walter Benjamin*. p. 537

<sup>74</sup> Benjamin, Walter, *op.cit.* p.479.

<sup>75</sup> Disponible en <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/la-fe-en-el-progreso> 20/11/2014

posibilidad de mirar el concepto en un sentido crítico en el cual la política, por ejemplo, pueda “prever el presente”.<sup>76</sup>

El progreso como “tren de la historia” expresa la ideología en la que la sociedad alemana experimenta, tal como ellos pensaban, un *espíritu* revelador que declaró un proyecto civilizatorio edificado en lo cultural. Dicha reivindicación cultural se sobrepuso sobre una política que se vio rebasada en una estetización que albergó en su lenguaje más explícito una evolución hacia el progreso. Benjamin mira el proceso como una confusión dogmática de la cultura alemana, que influenciada por el idealismo y el positivismo de la época, entendió los principios de la evolución de las especies, de la naturaleza, de la tecnología, de la ciencia; como el curso lineal, ascendente e imparable de la historia.

Bajo estos principios la socialdemocracia se ve determinada por un cambio en la episteme histórica de un proyecto moderno que despliega sus alas para alcanzar el progreso cultural europeo como la parada última del tren de la historia occidental.

### **2.1.2 La estética del progreso.**

La pregunta es, ¿qué hay detrás de la imagen dialéctica del progreso que Walter Benjamin estaba mirando en la Alemania del siglo XX? Al respecto, resultan interesantes los estudios del sociólogo alemán Wolf Lepenies, quien da cuenta del proceso de separación histórica que tuvo particularmente Alemania frente al resto de Europa, entre la cultura y la política. Una separación que es relevante puntualizar ya que es esa cultura alemana de finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX, la que llevó al *espíritu* alemán a establecer el ideal de progreso como uno de los fundamentos más destacados de la estetización política del nacionalsocialismo.

Resulta curioso e interesante ver cómo es que en plena modernidad alcanzando uno de sus puntos álgidos dentro del mundo centro europeo, con los avances científicos y tecnológicos que marcaron el desarrollo de ese curso del progreso, los alemanes hayan optado, dice Lepenies en su consideración, por reavivar el espíritu y “la filosofía de la vida” que encarnó

---

<sup>76</sup> *Ibidem.* p. 480

en la literatura alemana de Goethe como principal progenitor; décadas después, llevará al enaltecimiento del espíritu a querer borrar el resto del espíritu del mundo:

Ilustración e industrialización, democratización y urbanización, la conversión en ciencia de sectores cada vez mayores de la experiencia y del progreso de la tecnología provocan por toda Europa reacciones parecidas. Pero como en el siglo XIX nada puede detener la marcha triunfal de las ciencias naturales, en esta época toda crítica de la razón y todo escepticismo sobre la ciencia lleva adherida cierta testarudez y obstinación, pedantería y reaccionarismo.<sup>77</sup>

Pero más que connotar en un tono despectivo lo que evidentemente refiere la anterior cita al desarrollo del romanticismo e idealismo alemán, nos da una pauta para comprender en su dimensión histórica el proceso por el cual el concepto de cultura sobrepasó el de política en la época de la razón; “les interesaba la metafísica, la poesía y la música, pero el derecho a votar o el funcionamiento del sistema parlamentario les eran indiferentes. La *Crítica de la razón pura de Kant* les parecía mucho más radical que la proclamación de los derechos humanos”.<sup>78</sup>

Al respecto es necesario analizar dicho proceso a la par del desarrollo de la ciencia positiva, ya que mientras la ciencia del occidente europeo estaba encarando el problema de la fundamentación y rigor científico del estudio de lo social en un momento de emergencia dentro del campo científico y de su pretensión metódico universal. Alemania estaba rechazando los afanes de la nueva ciencia, intentando reivindicar un concepto de cultura que enfrascó a la sociedad dentro de una esfera privada despolitizada, ajena a los intereses políticos del Estado y de los científicos del resto de Europa:

(...) en Alemania surgió una concepción histórica que de inmediato resultó opuesta a la sociología del Occidente europeo. El empirismo, es decir, “el afectuoso enfrascamiento en la peculiaridad del proceso histórico” se alzaba contra una precipitada sistematización, y si bien en Francia e Inglaterra mismas hubo resistencia contra los intentos de un Comte, Buckle y John Stuart Mill por trasladar a la historia los métodos de las ciencias naturales y fundar de

---

<sup>77</sup> Lepenies, Wolf, *Las tres culturas. La sociología entre la literatura y la ciencia*. p. 234

<sup>78</sup> Lepenies, Wolf, op.cit, p. 38.

ese modo una ciencia de la sociedad, esa resistencia adoleció de la falla de no desarrollar principios y conservarse ingenua y superficial.<sup>79</sup>

Y es justamente esa “resistencia adolecida” la que dio la pauta para que la pusilánime cultura alemana alcanzara su máxima expresividad en la creación de una ideología política basada en el sentimiento, resaltado por el espíritu, sobre la política de la razón. El nacionalsocialismo fue la gran consumación del espíritu de la época, y la política como propaganda el único medio posible de entendimiento entre el Estado y la sociedad.

El historiador del arte Jorge Jofre, encuentra también un desarrollo historicista devenido del proceso histórico desde la Edad Media, encontrando ahí los rasgos iniciales de una linealidad progresista. Dice al respecto:

En “Discursos interrumpidos”, Benjamín, alude a la idea de un tiempo “*homogéneo y vacío*” donde lentamente se depositan los sucesos. Para el filósofo la historia no solo es una secuencia mecanicista de hechos, sino también un conjunto de sucesos que se depositan en un no material receptáculo que él denomina como “tiempo *homogéneo y vacío*”. El conjunto de los sucesos determina la idea del progreso; pasado, presente y futuro juegan un rol nuevo y distinto dentro de tal estructura, donde “*La filosofía de la Historia*” de Hegel finamente tamizada por Benjamin, hace acto de presencia. Así es como bajo esta mirada, un episodio presente solo tiene validez vinculado al pasado que anula y al futuro que aguarda para completar el total del proceso....el presente no es totalidad, solo un engranaje de la gran maquinaria de la historia; “*solo cuenta a título de fragmento*”.<sup>80</sup>

El mismo Thomas Mann llegó a afirmar que la única respuesta de salvación al fracaso de la República era la reivindicación en la cultura (*Kulturstadt*). Es por ello, como apunta Lepenies, que pareciera ser como si la “revuelta romántica” que Alemania lanzó contra el despliegue del concepto de acción de *civilización* del resto de Europa, más que forjar el concepto de cultura, preparó el escenario para el montaje de lo que Benjamin clasificó como la estetización de la política nazi, sobre una politización de la cultura que a diferencia de los regímenes fascistas, se trabajaba en el campo de acción política comunista.

---

<sup>79</sup> *Ibidem.* p. 251

<sup>80</sup> Disponible en: <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero40/edmedia.html> 13/01/17

¿Cómo es que la Alemania del *Truerspiel* se convirtió en el campo de acción de una política que subsumió toda subjetividad, basada en la estetización de la apología del progreso? Sin duda es una de las interrogantes que inquietaron tanto al pensamiento de Walter Benjamin como a aquellos que se vieron afectados por la ideología nazi como por las repercusiones en el campo de lo político social. Pero para poder aterrizar al entendimiento de la idea prometeica de progreso en la política, es más que necesario mirar al complejo cultural que Benjamin estaba vivenciando y el que también marcó, desde la Alemania nacionalsocialista, el punto máximo de la estetización de la política del progreso.

Una de las claves importantes de dicho entendimiento ya la había dado el propio Benjamin en *El origen del Trauerspiel Alemán*, que a pesar de tener como objetivo la desmitificación de la tragedia alemana como género literario que deviene de la tragedia clásica, y de la *destrucción* de dicha estética barroco literaria como símbolo histórico de la propia tragedia; aduce, además, ciertos rasgos que explican el por qué de esa *melancolía* tan característica de la cultura alemana. Por ello, centrar el origen del drama barroco alemán es ponerlo en una justa dimensión histórica, en la que las condiciones materiales (Guerra de los 30 años- la Reforma de Lutero) generó un movimiento teológico que unido a la tristeza y desolación de la guerra engendró un género literario de abatimiento y pura melancolía. El hombre del barroco alemán se funde en una profunda reflexión sobre la vida que lo lleva a un pesimismo representado en toda la obra del *Trauerspiel*.

El barroco alemán está enteramente marcado por la Reforma Luterana. A diferencia de la contrarreforma, el luteranismo adoptó una actitud antinómica con respecto al mundo terrenal: si por un lado inculcaba una rigurosa moralidad en la conducta de los hombres, por otro lado rechazaba el poder de las buenas obras en tanto acciones milagrosas capaces de remitir el alma a la gracia de la fe...En oposición a la corrupción generalizada propia de la iglesia católica de la época, los principios luteranos propugnarían un estricto sentido del deber en el pueblo, y siguiendo a Benjamin, un profundo sentimiento de melancolía en los poderosos...La idea de progreso, en este sentido, no puede ser más que ilusoria ante el espectáculo contradictorio y desgarrado del mundo.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Disponible en: <http://observacionesfilosoficas.net/delorigendelatragedia.htm> 05/12/2015

Y es aquí donde justamente se encuentra el lado dialéctico del desarrollo de una ideología que llevó como estandarte el ideal de progreso, después de haber configurado una cultura donde el drama barroco contaba una historia diferente, sin esperanzas de que un mesías pudiese potenciar la salvación del pueblo germano. En ese aislacionismo político, en la separación y estructuración de “la alta cultura” alemana de la política misma, en la melancolía espiritual, se germinó una política que estetizó por completo la melancólica cultura que salió del pesimismo trágico con el afán de llevar al pueblo alemán hacia lo que se consagró como el fin último del curso de la historia: el progreso.

En Alemania, el ataque ideológico a la política de la razón tuvo una peculiaridad social como en ningún otro lugar del mundo. La estetización de la política como lo apuntó Frederic Spotts en *Hitler y el poder de la estética*<sup>82</sup>, alcanzó su punto máximo como en ningún otro momento histórico; Benjamin miró dicho momento, sus mayores preocupaciones radican ahí, y a pesar de que no se ha dado como en la Alemania nazi ese punto de alcance de la estetización de la política, aún hoy en la actualidad, el motor de la historia que se mueve bajo el capitalismo, no ha estructurado una política distinta, y hoy en día seguimos moviéndonos bajo el progreso como la siempre gran promesa de la modernidad.

De esta manera, Alemania estableció una cultura ajena a la política como una *potestas*; y la noción de progreso devenida de la estetización política fue el fundamento de una filosofía de la historia direccionada a la salvación mediante el progreso científico y cultural. Apunta Lewitt, “la historia que constituye el contenido del drama del Barroco es una historia donde la ley aparece desdibujada...el drama aparece desconectado de la legalidad”<sup>83</sup>.

No es de menor importancia entonces que la ideología del partido socialdemócrata haya centrado su práctica política sobre la noción de progreso como un dogma radicado en el fundamento del desenvolvimiento del curso natural de la historia. Desenvolvimiento que desde el siglo XV con el descubrimiento del continente americano, no se habría podido dar de no ser por la puesta de las condiciones socioeconómicas para la colonización, y con ello, de la significación del progreso en tanto extensión del dominio de los “condenados” (diría

---

<sup>82</sup> Spotts, Frederic, *op.cit.* p.537

<sup>83</sup> Disponible en: <http://observacionesfilosoficas.net/delorigendelatragedia.htm> 05/12/2015

Franz Fanon) como objetos, sobre la salvadora esperanza en los ideales modernos; “aun así, la única gran nación migratoria, aparte de las Islas Británicas, era Alemania, que solía enviar a sus hijos como colonos campesinos a Europa oriental y a América, como artesanos móviles por todo el continente y como mercenarios en todas partes”.<sup>84</sup>

El desconocimiento que había tenido el círculo científico alemán del siglo XIX frente al desarrollo del positivismo europeo occidental (Comte, Stuart Mill, Spencer...), pareció reconocer el progreso y perfeccionamiento de la humanidad asimilado al progreso técnico de la historia lineal y ascendente propio de la modernidad.

(...) la vanguardia de la clase media nacionalista libraba su batalla a lo largo de la línea que señalaba el progreso educativo de gran número de “hombres nuevos” dentro de zonas ocupadas antaño por una pequeña “élite”. El progreso de escuelas y Universidades da la medida del nacionalismo, pues las escuelas y, sobre todo, las Universidades se convirtieron en sus más firmes paladines.<sup>85</sup>

Aunado a la peculiar melancolía y pesimismo político de la cultura alemana, Benjamin aduce que la razón del cierto conformismo al que había llegado la sociedad, tanto en ciudadanos como obreros y otros miembros de la política institucional, se debió a la confianza que pusieron “al curso de la historia como la salvación de un momento político que les permitió vivir con inusitada esperanza”<sup>86</sup>.

Si en el Barroco, la historia dentro del *Trauerspiel* alemán es una sin salvación en donde el héroe del drama carece de un poder inmanente para salvar el pueblo y termina desfalleciendo en la plena abulia y lamento; en la Alemania del siglo XX dicho pueblo enalteció una filosofía del espíritu sobre la ciencia que les hizo confiar su salvación en un mesías a través de la destrucción de la razón.

La manera en cómo se enaltece esa filosofía no pudo tener mejor cabida que dentro de la literatura. Poetas y escritores representaron una doctrina que estaba siendo aún mayor ejemplo de vida que la misma filosofía. Remito nuevamente a Robert Musil, ya que es justamente *El hombre sin atributos* el portador de la respuesta unificadora de una cultura que

---

<sup>84</sup> Hobsbawm, E.J. *Las revoluciones burguesas (II)*, p. 249.

<sup>85</sup> Hobsbawm, E.J. *op.cit.* p. 244

<sup>86</sup> Benjamin, Walter, *op.cit.* p. 155

se había visto desesperanzada; tal como en la novela se presenta. Es en los primeros círculos de la “alta sociedad” donde confluyen políticos y artistas, donde no hay discusión que se torne seria sin la participación y consejo del poeta. A fin de cuentas, lo que Hitler hizo no fue sino reproducir el anhelo de toda una clase en la conformación de una nueva cultura al precio que se tuviera que pagar para asegurar su imposición.

Él mismo fue un artista, que frustrado o no, no dejó de estar preocupado por llevar la ideología del nacionalsocialismo a la unificación de una Alemania cultural; en ninguna otra época de la historia germana hubo tal apoyo al ámbito cultural, pintores, escritores, escultores, músicos; alineados al ideal político cultural del nazismo, no padecieron las penurias que se suelen relacionar con el oficio del arte.

Los representantes de la cultura tuvieron en sus manos un pueblo que echó a andar las alas de la modernidad en un momento de *catástrofe* política, lo que se embelleció ocultaba en la *pérdida del aura*, el trasfondo de un proyecto donde la política careció de todo progreso; “para un emigrado judío como Theodor Adorno, los alemanes tenían que pagar por ese renacimiento cultural, con la pérdida de la soberanía política”.<sup>87</sup>

Será o no una determinante lógica, lo cierto es que es ese momento dialéctico de una pérdida de afirmación política, y una afirmación estética de la política, en donde la mirada de Benjamin direccionada a la conversión de la política hacia lo meramente estético en la Alemania nazi, nos brinda una posibilidad de mirar el propio acontecer político de nuestra realidad. La estetización de la política no se ha dado en ningún otro momento histórico como en éste, sin embargo, pareciera que se sigue arrastrando con la *fetichización del poder* que relegó a la política a mero espectáculo. Si no se entienden los puntos históricos de quiebre de dicho proceso no habrá una manera de, en palabras de Benjamin, “redimir” ése entendimiento.

La Comunicación Política en su estructuración como se ha analizado en tanto propaganda y marketing, reproduce justamente el problema y el proceso de la estetización de la política, que en una actualidad social como la que nos acontece, es más que urgente establecer otros

---

<sup>87</sup> Lepenies, *op.cit.* p. 172.

parámetros que nos devuelvan una mirada justa, una política potenciada, participativa, no de espectáculo, no de una promesa en que estamos y vamos encaminados hacia el progreso.

### **2.3 Teoría de la historia, imagen dialéctica y fantasmagoría.**

Cuanto más profunda sea la lejanía  
que tenga que superar una mirada,  
más fuerte será la magia.

Más que dar certeza al resultado de mirar desde la lejanía, lo cierto es que, abordar el problema que encaramos en el presente proyecto desde; valga la redundancia, lejos, abre una posibilidad de hacer frente al problema de la fetichización de la política representado en la instrumentalización de la disciplina de la comunicación política en tanto propaganda/marketing, que entre muchas otras cosas, reproduce un ideal de progreso, a través de su estetización política, que es dañino para toda vivencia bajo el proyecto de la modernidad.

Por ello, afirmar el concepto de imagen dialéctica y fantasmagoría, será en el sentido de entenderla como una potencia que puede desembocar en la construcción de esa praxis, como actividad material humana y reproductiva que defendía Marx; y que, como decía Adolfo Sánchez Vázquez, es urgente rescatarla como actividad transformadora del “desarrollo impetuoso de la praxis productiva material”<sup>88</sup> propia del capitalismo.

Las posibilidades de abordar tal asunto sin duda han sido muchas y desde diversas perspectivas teóricas, analíticas y demás. Pero, y aunque es evidente que Benjamin no alcanzó a completar el gran proyecto de los Pasajes, dentro de ellos, ya se encuentra una chispa afirmadora de una esperanza que tiene alcances de una transformación práctica dentro del campo político social.

---

<sup>88</sup> Sánchez Vázquez, Adolfo, *Filosofía de la praxis*. p. 460.

Dice Sánchez Vázquez nuevamente en las conclusiones de su *Filosofía de la praxis*, que de lo que se trata es de “Mostrar la actividad práctica como una dimensión esencial del hombre en cuanto ser histórico social”<sup>89</sup>; y esto es, quizá, algo de lo que Benjamin dio cuenta cuando vio en el materialismo dialéctico de Marx, una posibilidad de entender la mercancía como Fantasmagoría (*Gespent*), la imagen como mercancía, desde su despliegue histórico moderno.

Al albergarse en París, Benjamin no solo recorrió la ciudad, habitó en ella de una manera peculiar, cual Baudelaire en los caudales modernos que convirtieron la Ciudad Luz en lo que, para el filósofo alemán, representó la gran capital del siglo XIX, el caldo de cultivo de la crítica que admiraba en el poeta maldito. Los objetos, la ropa, enseres, el conocimiento, el trabajo, el arte... la vida que Benjamin miraba a diario durante sus recorridos por los novedosos pasajes parisinos, le mostraron por igual, que todo estaba siendo degradado, corrompido; lo que Marx había denominado *fetichización de la mercancía* estaba teniendo alcances que significaban tragedia, pero a la vez, esperanza redentora.

La forma que la vida moderna estaba tomando significó para Benjamin el producto como expresión del proyecto del capitalismo, mismo que se estaba desarrollando aceleradamente en un curso histórico lineal encaminado a desembocar en un progreso ilusorio, falso; que habría que desenmascarar desde un vuelco histórico dialéctico. Para ello, Benjamin no estaba de acuerdo con la determinante de algunos marxismos que sostienen la cultura como producto del desarrollo económico, en Marx ya había leído sobre la falsedad que representaban muchas de esas relaciones, de esta forma,

“La superestructura es la expresión de la base. Las condiciones económicas bajo las que existe la sociedad alcanzan expresión en la superestructura; es lo mismo que el que se duerme con el estómago demasiado lleno, su estómago encontrará su expresión en el contenido de lo soñado, pero no su reflejo, aunque el estómago pueda condicionar causalmente ese contenido”.<sup>90</sup>

Resulta complejo dilucidar de manera precisa aquello que Benjamin trataba de decirnos, sin embargo, es importante entender el sentido estructural que estaba intentando forjar en su

---

<sup>89</sup> Ibídem. p. 461.

<sup>90</sup> Benjamin, Walter, *op.cit.* p. 23.

teoría, porque esto nos ayuda a comprender que la preocupación por la fetichización de la mercancía, no solo quedaba en un plano meramente cultural, sino también en el intento de darle un alcance político. Y es sin duda que para el filósofo había en la formación de una teoría estética, un camino potenciador para lograr dicho alcance.

Cuando Benjamin escribe “las condiciones económicas en las que existe una sociedad alcanza su expresión en la superestructura, así como para quien duerme con su estómago lleno, si bien este podría determinar causalmente el contenido del sueño, halla en ese contenido no una copia reflejada sino más bien su expresión”, sugiere que el sueño no es solo “determinado casualmente” -como afirma Freud y Buck Morss- por los procesos inconscientes del que duerme, sino también por la excesiva actividad del reino material. Si trasladamos su metáfora al estómago del cuerpo social, inferimos que el sueño estará determinado por “las condiciones económicas en las que existe una sociedad”. Benjamin describe el sueño que es la ideología como producto de las fuerzas oscuras de la producción... propone, sin embargo, la ideología distorsionada como determinada causalmente por un reino material objetivo.<sup>91</sup>

Aquello que se estaba expresando en la economía como superestructura a través de la cultura, era una apología de un ideal falso de progreso que reproducía el proyecto vivo de la modernidad que él mismo estaba viviendo, y, por ende, era más que necesario volcar una filosofía de la historia destinada a superar toda ideología de progreso que se encontraba evidenciada como *fantasmagoría* en la mercancía.

La forma en la que el filósofo berlinés llega a tales conjeturas son un tanto complicadas y difíciles de afirmar con severidad; la cuestión de si el concepto de “imagen dialéctica” se convierte en el de “fantasmagoría” es una discusión que no compete a los objetivos de la presente investigación; sin embargo, es necesario aclarar los puntos sustanciales que se encuentran en dicha trama, puesto que “fantasmagoría” será un concepto fundamental en la “descomposición”, en palabras del filósofo, de la imagen dialéctica de la Comunicación Política como propaganda.

De acuerdo con Federico Galende, cuando interpreta que la imagen dialéctica es una “constelación” en la cual “lo adormecido en el hombre, es invadido súbitamente por la fuerza

---

<sup>91</sup> Cohen, Margaret, *Culturas de la imagen*. p. 223.

de un relámpago o por la experiencia instantánea de un resplandor que ilumina”<sup>92</sup>; Benjamin nos está refiriendo el carácter expresivo-dialéctico; temprano, podría decirse, de un despertar del sueño progresivo de la modernidad como el punto en el cual se puede visibilizar su contrapunto regresivo, bárbaro. Hasta aquí se puede deducir lo que se ha llegado a interpretar, como una visión freudiano-marxista en la teorización de Benjamin, que posteriormente, haciendo uso de su propia expresión, dará un vuelco dialéctico, a una categorización materialista mucho más sólida.

El problema radica fundamentalmente en lo que el propio Theodor W. Adorno reclamaba a Benjamin, sobre la ambigüedad e inconsistencia de los conceptos de imagen dialéctica, fantasmagoría.<sup>93</sup> Tanto es así, que hay análisis como el de Margaret Cohen, que hacen un esfuerzo sustancialmente válido por entender la categorización del concepto de fantasmagoría devenido del de imagen dialéctica, “El esbozo de 1939 se aleja de la teoría de los sueños mediante el concepto de fantasmagoría. Con el *exposé* del proyecto de los pasajes de 1939...la fantasmagoría asume una posición metodológica clave...abandona el controvertido concepto de imagen dialéctica”.<sup>94</sup>

Sea tan válido o no como sea posible, algunos grandes lectores y estudiosos de la obra de Benjamin que se han recorrido a lo largo de este trabajo, han realizado ensayos a partir de cada uno de los conceptos; tanto de imagen dialéctica como de fantasmagoría, sea por separado, por similitud, por un desarrollo teórico consecutivo, etcétera.

Lo que interesa es el significado práctico del uno sin el otro, pero sobre todo del carácter político que engendra, sin duda, el vuelco fantasmagórico. “Lo que ha sido debe llegar a ser vuelco dialéctico, irrupción de la conciencia despierta, la política obtiene el primado sobre la historia. Los hechos pasan a ser lo que ahora mismo nos sobrevino, constatarlos es la tarea del recuerdo”.<sup>95</sup>

---

<sup>92</sup> Galende, Federico, *Walter Benjamin y la destrucción*. p. 157.

<sup>93</sup> Tiedemann, Rolf. (2005) considera en las “Notas del editor”, sección apéndice del *Libro de los Pasajes*, que; “Adorno no ve un método dialéctico en la intención de Benjamin por hacer una teoría de la imagen dialéctica cuando dice *Cada época sueña la siguiente*. Arguyendo que el concepto pierde su carácter teológico al trasladar a la conciencia la imagen dialéctica bajo la forma de sueño. No se puede legitimar como materialista”. (p.928).

<sup>94</sup> Cohen, Margaret, op.cit, p. 209.

<sup>95</sup> *Ibidem*. p. 26.

La respuesta a cómo constatar aquello que el enemigo no ha dejado de vencer, no puede pretender posibilidades sin abrirse un camino destructivo mediante mencionados conceptos. Si bien es cierto que las acepciones tanto de imagen dialéctica como de fantasmagoría se ven relacionadas y transformadas a la par del desarrollo teórico de la obra benjaminiana, tanto de los Pasajes y sobre todo en las *Tesis de la historia*, aquí prestaremos atención, por una parte; tanto al significado de imagen dialéctica como una “constelación” de aquellos hechos históricos que han sido invisibilizados por el modo de producción imperante y que por ende, urge “hacer saltar” su contraparte dialéctica que nos muestre el “resplendor” de una posibilidad liberadora de esos hechos. Y por otro lado, el significado de fantasmagoría como la condición ilusoria que se desprende de la fetichización de todo en tanto mercancía.

Uno de los motivos que se interpretan, por el cual el filósofo berlinés pensó en la posibilidad de encontrar una transformación a lo que se estaba experimentando con el desarrollo del nacionalsocialismo, mediante conceptualizar los momentos históricos de crisis o decadencia que ocultaba la modernidad en tanto imagen, fue justamente por el proceso técnico que a la par estaba estructurándose en la sociedad con la llegada de la fotografía y del cine principalmente, como los medios de comunicación de masas más apremiantes durante la Segunda Guerra Mundial.

No obstante, que Benjamin haya objetivado su metodología en un primer momento de esta manera, no excluye la oportunidad de que, de manera inconclusa, haya querido completar dicha tarea teórica con un tipo de método materialista. Pese a que es una gran discusión, se puede afirmar que, al menos, los últimos apuntes del trabajo del *Libro de los Pasajes*, y por supuesto las *Tesis sobre la historia*, dejan un haz de luz sobre el cual se han tomado grandes fuentes de inspiración, dentro de las cuales cabe también, la presente investigación.

Hacer mención de ello es para aclarar que aquello que Benjamin pensaba iniciar dando un vuelco a través de imágenes, a través de depositar una cierta confianza en la *techné*, y abrir una esperanza política con la politización de la cultura, deja en nosotros tareas fundamentales, y una de ellas, aquí y ahora, es justamente pensar la posibilidad de potenciar una praxis socialmente transformadora y cómo ésta es obstaculizada por instrumentaciones que maquinan consensos desmovilizadores.

## 2.4 La dialéctica de la mirada.

¿Cómo ponerle el freno al tren descarriado del progreso? Para Benjamin lograrlo radicaba en asegurarnos de pisar el freno con la mirada vuelta al recuerdo, al pasado; recuperar la memoria mediante momentos de detención. Irrumpir, quebrar o destruir aquello que la historia del progreso propio de la modernidad ha estructurado como verdad objetiva, será posible en tanto se reflexione su capacidad transformadora desde la detención, el congelamiento de los momentos frustrados; de ese modo los hechos históricos puestos en perspectiva desde su relampagueo en el pasado se nos pueden develar en su capacidad potenciadora, transformadora, revolucionaria. Realizar la tarea para el filósofo Berlinés podía efectivizarse en tanto congelar dichos momentos como imágenes dialécticas; es decir, como remembranzas que pueden erigirse como conceptos capaces de develar una *magia* política.

Es por ello que para Benjamin la politización del arte, por ejemplo, que vislumbró en su experiencia de viaje a Moscú, tiene que darse en tanto momento de irrupción, quiebre o destrucción mediante una dialéctica de la mirada que pensó desde la alegoría del cuadro del ángel de Paul Klee. Porque si de algo no se estaba teniendo conciencia en el desarrollo de la propaganda nazi, era justamente en el otro lado en donde se estaba experimentando la politización de la cultura: la política del Kremlin de Moscú.

La estetización de la política, vista como imagen dialéctica, entonces debía mirarse desde su otro extremo dialéctico, que estaba siendo cegado por la reproducción de una estética fascista con miras a un progreso que en su contenido propagó, más que los colores, el alzamiento de la cultura, la pomposidad, el orden; el desconocimiento de toda actividad humanamente práctica, porque subsumió a objeto la vida y desconoció la existencia política afirmadora de la humanidad.

Para que todo proyecto político pueda activar su presente, tiene que mirar el pasado. Potenciar esa posibilidad *redentora* para Benjamin, es en tanto de la realidad se extiende o provee un poder político como *potentia*; que para fines de la presente investigación, significaría, dilucidar dialécticamente a través de poner como imagen dialéctica la comunicación política en su acepción de propaganda y marketing político, la posibilidad que tiene no solo de revelarnos, entre otras cosas, su cualidad (fantasmagórica) como mercancía

reproductora de un ideal falso de progreso a través de su estetización política; sino también para intentar recuperar un potencial transformador de una politización estética y sobre todo para abrir espacios para una reificación no solo político estética, sino que como praxis política transformadora abra posibilidades de entenderla y forjarla como campo social de la actividad humana.

La preocupación de Benjamin es la de este proyecto: la de mostrar, encarar, negar, afirmar, y, parafraseando a Susan Buck-Morss, descubrir *aquellas imágenes que desafiarán la semántica del progreso*.

“A la forma de los nuevos medios de producción que al comienzo todavía está dominada por la forma anterior (Marx), corresponden en la conciencia colectiva imágenes en las que lo nuevo se entrelaza con lo viejo. Estas imágenes son imágenes de anhelos, y en ellas lo colectivo intenta trascender e iluminar la incompletud del orden social de producción. También en estas imágenes de anhelos emerge el impulso positivo por separarse de lo anticuado –que significa, sin embargo, el pasado más reciente. Estas tendencias hacen retornar la fantasía de la imagen, que conserva el impulso de lo nuevo hacia el ur-pasado. En el sueño en el que cada época contempla en imágenes la época que vendrá, esta última aparece ligada a los elementos de la ur-historia, es decir, a una sociedad sin clases... “<sup>96</sup>

La cuestión política parece afianzarse en el momento en el que Benjamin confía en la noción marxista de ilusión ideológica, una manera de encarar la *fantasmagoría* de la cultura de la mercancía del siglo XIX, a través de un método histórico materialista. Si el progreso (técnico, científico) se estaba convirtiendo en un rasgo particular del curso de la historia centroeuropea, el filósofo habría de crear los conceptos que fundaran una teoría crítica de esa historia que la historiografía imperante de la época estaba naturalizando bajo un manto ideológico.

El problema nodal de la historia lineal es la ascendencia natural que muestra abocada como está al progreso técnico, la tarea consiste en descubrir las formas fantasmagóricas en las que la mercancía se expresa y en las que subyuga cualquier actividad humana; apunta Benjamin: “La cuestión política es que cuando la temporalidad se concibe bajo el signo mítico de la

---

<sup>96</sup> K. Marx citado en: Buck-Morss, *La dialéctica de la mirada*, 2001, p. 131.

predeterminación, la gente se convence de que el curso actual de los acontecimientos no puede ser resistido”.<sup>97</sup>

Uno de los problemas de cómo se convence la gente en la sociedad que mira Benjamin, es a través de los medios de comunicación de masas; detener su curso no es deshacerse de los medios, sino por el contrario, confiar en ellos. A pesar de que lamenta la pérdida del “aura” al arribo de la reproducción artística con la fotografía o el cine, por ejemplo; es en esa justa dimensión que Benjamin ve, de forma dialéctica, la pérdida de cierta melancolía, pero la transformación política de la misma.

Si para Benjamin el aura (y con ello haré un intento de interpretar la noción) no es la esencia de las cosas, sino una forma de arribar el contenido simbólico que puede desprenderse de las mismas; como diría Bolívar Echeverría, de su “valor para el culto” desde una *lejanía* cargada de valores y experiencias, es en ésta decadencia de lo aurático, de la conversión del arte, por ejemplo, al “valor de exhibición”, en donde mira la oportunidad como posibilidad de “hacer saltar” el *discontinuum* de la historia. Lo político se percibe en la emancipación del arte como desprendimiento de su carácter aurático para dejar lugar, aún en el nuevo carácter fetichista del arte como mercancía, la aparición de una utopía que desde esa lejanía puede mostrar una posible verdad, de aquello que no ha sido pero puede ser; es decir, en palabras de Benjamin, de *leer aquello que no se ha escrito*.

Dentro de esa experiencia *magdalenesca*, se podría decir (refiriendo a la conocida Magdalena de Proust en “En busca del tiempo perdido”), que Benjamin lee en el escritor francés, cuando cita de Combray el momento en el que los recuerdos de su niñez se le develan con nostalgia al nombrar los objetos y cosas que se encontraban allí; se puede apreciar que esa experiencia en la que el recuerdo como remembranza te regresa a los lugares deseados, te devuelven una sensación de re experimentar aquello que se ha ido pero regresa con un aire distinto, mejor.

Por ello dice el filósofo que el aura es la que se apodera, al fin y al cabo de nosotros.<sup>98</sup> Y es en esa justa melancolía en donde se haya un lugar para hacer valer la dialéctica en reposo;

---

<sup>97</sup>Buck-Morss, *op.cit.* p.95.

<sup>98</sup> “No hay lejanía que te aparte, tu vuelo viene encantado”, cita Benjamin los versos del poema “Divino anhelo”, para describir cómo se da la experiencia del aura cual lejanía. (Benjamin, *op.cit.*, 2005, p. 368)

tanto devenida como imagen dialéctica o como fantasmagoría, con la finalidad de leer una historia diferente a aquella que se nos muestra como progreso.

Benjamin trata de convencerse a sí mismo y de convencer a sus lectores de que la manera en que la experiencia estética se ha alcanzado gracias a la obra de arte aurática está por ser sustituida por una manera mejor, más libre, de hacerlo, una manera capaz incluso de redefinir la noción misma de lo estético.<sup>99</sup>

Redefinir esa noción de lo estético es la tarea del *Flâneur*, pero sobre todo del historiador que Benjamin reclama; en ese sentido la tarea de esta investigación es precisamente acercarnos a ello, desde un lugar propio de enunciación, rescatando el armazón teórico pero enlazándolo a la propia experiencia de que aquél enemigo, hasta la fecha, no ha dejado de vencer. ¿Podrá un “comunicólogo” ponerse el traje de historiador materialista? Sin duda es una pregunta muy vaga que podría responderse y arribarse desde diversas posiciones, sin embargo, es en esa disrupción que los objetivos vienen a enunciarse con mayor fuerza en este trabajo, y en el que su propósito esencial es desenvolver otras posibilidades de entender la comunicación política desde un fundamento más político, y sobre esa línea, abrir cabida a colocarse los trajes necesarios para afirmar una praxis socialmente justa y humana.

---

<sup>99</sup> Bolívar Echeverría en la introducción que hace a La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. (Benjamin, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, 2003, p.17.)

## Capítulo 3. Problemas emergentes del progreso.

### 3.1 La comunicación política y el progreso.

...Frente a las palabras y las imágenes,  
cuidarnos de los hacedores  
de fantasmas.<sup>100</sup>

Dentro del capítulo primero se realizó un recorrido un tanto histórico sobre cómo fue que se estructuró el estudio de la comunicación política en tanto estudio de la propaganda y marketing político, y de cómo este proceso decantó en aquello que Benjamin observó como progreso; que siguiendo las ideas principales de Sorel, estaría sustentando más que una idea, una doctrina que se ha establecido y perdurado hasta nuestros días, afectando de manera negativa el entendimiento y realización de una praxis política justa, coherente con las experiencias más apremiantes de nuestra realidad.

En el presente capítulo se pretende mostrar a partir de algunos casos relevantes de la experiencia política moderna, cómo es que dicha crítica benjaminiana puede develar y posibilitar los caminos necesarios para descubrir que la comunicación política como propaganda y marketing político sustenta en su práctica social (estetización política), esa doctrina de progreso que ha forjado una filosofía que despolitiza al sujeto humano, orientando sus contenidos hacia una promesa prometeica de un mundo que es todo, menos lo que parece. Y en ese sentido, es más que necesario y urgente abrir procesos de entendimiento distintos para la comprensión y la puesta en práctica de posibilidades teóricas que abran el campo epistémico de la comunicación política y por tanto, de dicha dimensión de la política envuelta en una crisis como la que se vivencia en la actualidad.

Quiere decir que siguiendo los objetivos de la presente investigación, más que dar una definición o propuesta de comunicación política, se trata de abrir posibilidades de un entendimiento que la refiera más como acción de una política participativa, incluyente o deliberativa, como campo de producción dentro la *esfera pública*, o como diría Eduardo

---

<sup>100</sup> Prieto Castillo, Daniel, *Retórica y manipulación masiva*, p. 138.

Grüner desde una “mirada benjaminiana”, para *reescribir incansablemente y fallidamente al otro*. Mario Alberto Zaragoza Ramírez nos dice al respecto:

Porque la comunicación política no puede ser reducida ni a su acepción de Marketing político, ni a concebirla sólo cuando se habla de temas políticos. Su definición debe explorar más allá de un modelo tripartita donde algunos actores son relevantes (Wolton, 1995), debe apelar al conocimiento, a la razón y al entendimiento de lo público, de lo que nos es común, aquello a lo que tenemos acceso y lo que se comparte para vivir en común. Pensar la comunicación política es pensar al ser humano, es no dividirlo de su condición social y política es asumir la posibilidad que la comunicación como acción tiene para consolidar la vida pública. Es apelar al espíritu de las palabras, a la posibilidad de convivencia desde la significación y la construcción social de sentido.<sup>101</sup>

Y en ese sentido, siguiendo a Walter Benjamin, una de las tareas más apremiantes que tenemos como científicos de lo social, si se le quiere llamar así, como historiadores, como estetas, filósofos, sociólogos... es develar aquello que ha sido destruido. Si bien, se ha mencionado ya que Benjamin era un antipartidario del concepto mismo de “comunicación”, la lengua para él era una noción que solo podía ser expresada puramente por Dios, nosotros los mortales solo podemos narrarla, vivirla o afirmarla, pero no comunicarla.

A pesar de que es una discusión de las más polémicas que se han debatido sobre la obra del filósofo, es sin duda imprescindible para entender por qué a pesar de su negación a los conceptos tanto de comunicación como de información, por ejemplo, puede resultar positivo al propósito de este trabajo. Por ejemplo, cuando nos dice que la tarea del traductor consiste “en liberar en la propia a aquella lengua pura que está retenida en la ajena, liberar la que está cautiva en la obra, en la recomposición”,<sup>102</sup> nos está dando la clave de en lo que para él está cimentada la esperanza; es decir, en la recomposición, reinterpretación, en el quehacer infinito de la reescritura; y no en un proceso de retroalimentación o de transparencia comunicativa.

La tarea del traductor se refiere así, sencillamente, a lo que aquel proverbio italiano nos dice: “Traduttore, traditore”, es decir, “Traductor, traidor”. La traducción puede traicionar, sobre

---

<sup>101</sup> Disponible en: <http://cccd.es/wp/wp-content/uploads/2013/06/MARIO-ZARAGOZA-COM-POL.doc>  
13/11/16

<sup>102</sup> Consultar en, *Teorías de la traducción: antología de textos*, Dámaso López García, p. 345.

todo si se traduce literalmente “Si bien un buen traductor debe ceñirse lo máximo posible al texto original, la solución no se encuentra en traducir palabra por palabra, sino que éste debe ser capaz de transmitir la esencia de la obra, la intención del autor”.

Benjamin nos dirá todavía algo más profundo y transgresor; sí, la traducción no se haya palabra por palabra, pero no para transmitir la “esencia de la obra”, eso es imposible, sino para hacerla florecer, “la finalidad de la traducción se haya, en definitiva, en la expresión de la correlación intrínseca entre las lenguas”. Correlación que puede representar la obra, “reproduciéndola en forma germinal o condensada”.<sup>103</sup>

Finalmente, antes que proponer una definición conceptual de la comunicación política, compete más que nada para fines del presente trabajo: develar, demostrar, hacer público, que esa acepción de marketing político reproduce un ideal doctrinario de progreso que nos imposibilita mirar la profundidad de pensar la comunicación política desde otras posibilidades que nos ayuden a consolidarla como praxis socialmente justa dentro de la esfera pública, como un elemento que apuntala un sentido de la democracia, el acceso a la información y que de esta se haya una expresión plural y hasta crítica, que pueden reincidir en una recuperación de politicidad, recreación de lo público como campo fundamental de la actividad social y humanamente política, o desde un sentido benjaminiano, de producción de una reescritura continua de la lengua, de una politización estética.

Hemos visto en los capítulos anteriores como fue que se configuró el entendimiento y principalmente la puesta en práctica de la objetivación de la política instrumental como propaganda (a través del proceso de *fetichización política* y posteriormente de su estetización política) y de la comunicación política como la acepción de esto y también del marketing político. De cómo se estructuró una doctrina del progreso dentro de su discurso y cómo fue que Benjamin miró dicho proceso en el advenimiento del nacionalsocialismo alemán.

Toca ahora poner sobre la mesa, la relación que dichos procesos tienen en la configuración de aquellas experiencias socialmente históricas que hasta nuestros días han seguido fungiendo en la línea del *continnumm*. Y que aún atravesados por un medio siglo de una

---

<sup>103</sup>

Disponible en:  
[https://www.academia.edu/6313787/Walter\\_Benjamin\\_La\\_tarea\\_del\\_traductor\\_traducci%C3%B3n\\_de\\_Hans\\_Christian\\_Hagedorn](https://www.academia.edu/6313787/Walter_Benjamin_La_tarea_del_traductor_traducci%C3%B3n_de_Hans_Christian_Hagedorn) 13/10/16

estatalidad de “compromiso histórico” keynesiano, desplegado desde los mismos principios de la modernidad, hoy se aprecia una continuidad del proyecto del nazifascismo europeo y del programa neoliberal global.

Para poder arribar hasta este punto era crucial dejar manifiesto que el mismo desarrollo de la comunicación política ha sido parte de esa estructuración continua del progreso histórico de las ciencias, las artes, la tecnología, etcétera. Y que en ese entendido se explica entonces que ella misma sea parte de un modo de producción en el cual, el significado de lo político, ha mutado a una especie de palabra sucia que nadie quiere pronunciar, mucho menos encarar como un reto que le de forma a la puesta en prueba de acordar y gestionar la “cosa pública”.

La comunicación política pareciera ser que se dirige a ese precipicio del cual es necesario, como en la alegoría del tren, ponerle el freno. ¿Cómo es que la comunicación política, en su acepción como propaganda y marketing político, a través de su estetización política, reproduce una idea doctrinaria del progreso?

A pesar de que se han dado pistas durante los capítulos anteriores, restará aquí dejar en claro la manera, principalmente, en cómo ese progreso que mira Benjamin, aún se sigue vislumbrando 76 años después de su muerte. Si bien es cierto, que la Alemania nazi, el llamado socialismo real o la democrático capitalista América (E.U.A) dejaron bastante manifiesto sus ideales apoloético-ideológicos progresistas, ese más de medio siglo no ha podido configurar otras maneras de entendimiento de lo político; si el filósofo berlinés estuviera vivo, vería con ojos melancólicos que la humanidad sigue encarrilada dentro de ese tren.

Si la política se ha configurado como lo político electoral, la comunicación política, al objetivarse como herramienta, también experimenta una limitación de sus alcances y de su sentido, amputando sus fines y elevando a medio su exclusivo fin. En la actualidad, cualquier definición sobre ella cual marketing político soltará esa significación, la de instrumento para optimizar los procesos electorales en busca del buen funcionamiento de la democracia. “A eso se reduce todo: estamos vendiendo. Estamos tratando de moldear la opinión pública con estrategias de mercado. Eso es lo que es la comunicación”.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Maza, Enrique, *Medios de comunicación: realidades y búsquedas*. 159.

Esto es algo que expresaba William Henkel, asesor de Ronald Reagan, y que aún a la fecha se sigue pensando. En la misma carrera de Ciencias de la Comunicación se hallan cursos diseñados bajo ese esquema; se nos enseña el famoso juego del poder/dominación, como estrategias de marketing, “posicionamiento” de figuras públicas, organización electoral, creación de campañas políticas y manejo de medios para monitorear, *vigilar y castigar* dichos procedimientos.

¿Eso es comunicación política? sin duda, pero no lo es todo. ¿Cuál es el problema con esta acepción instrumental? La reproducción de un contenido, en su mayoría progresista, y la imposibilidad de configurar otros horizontes. Ya apuntaba Habermas en *Historia y crítica de la opinión pública* el proceso histórico material por el cual la opinión pública se estructuró como un espacio dialógico en el cual la publicidad, lejos de referir a lo público como lugar donde se discute lo concerniente a una comunidad política, ha ido entendiéndose como la actividad que publicita, promueve, persuade y vende mercancías, ideas y hasta personas. Y en este sentido, es justo y necesario resaltar que es durante ese proceso de *fetichización política* en donde no sólo se abre la pauta para el desprendimiento de la propaganda y el marketing como acepción de la comunicación política, sino del propio contenido doctrinario del progreso.

### **3.2 Las ilusiones del progreso.**

El progreso construye caminos rectos,  
pero los tortuosos caminos sin progreso  
son los caminos del genio.<sup>105</sup>

Se ha explicado en el capítulo primero el proceso histórico que llevó a configurar, en la política fetichizada, la reproducción de lo que Georg Sorel llamó “doctrina del progreso”; aquello que configuró el cese de la Segunda Guerra Mundial y el arribo de la democracia representativa, fue un modelo político fetichizado, sujetado por cimientos como aquello que decía el asesor de Reagan, de estrategias para moldear la opinión pública y conseguir el voto.

---

<sup>105</sup> Blake, William, *Antología Bilingüe*, p. 127.

La misma democracia se ha solidificado bajo ese estandarte progresista: vota y vivirás mejor, vota y tendrás mejor educación, vota y aspirarás a un mejor empleo. Sin embargo, si develamos el plano discursivo del progreso encontraremos los restos, dice Benjamin, de aquello que ha sido destruido. Las *constelaciones*, es decir, la puesta metodológica de los momentos disruptivos de la historia, se representan en imágenes que hay que desmitificar.

Lo que corresponde entonces, ahora, es hurgar en la historia y presentar a la comunicación política como propaganda y marketing político en imagen dialéctica, para develar su contenido fantasmagórico progresista. Vista como propaganda, en el proceso histórico ya explicado como estetización de la política en el nazismo, desde entonces no ha dejado de hacer apología del *continuum* de la historia.

El contenido discursivo de la propaganda hasta nuestros días está direccionado a exponer las promesas en un futuro prometeico, que cual mesías, nos llevará siempre a un estado político, social, económico y cultural más avanzado, mejor, óptimo. En tanto marketing político, la comunicación política está direccionada a equilibrar y fomentar el fortalecimiento, mediante estrategias de tipo electoral, de la democracia representativa.

La misma democracia que surgió tras la Segunda Guerra Mundial se basó en esa línea ininterrumpida del progreso. Occidente y su política post imperialista han hecho de la palabra un concepto, una forma de concebir la producción del ser social. ¿Por qué Sorel dirá entonces que el progreso es un dogma, una ilusión, Baudelaire una atalaya o Blanqui que no existe? Benjamin nos dio una respuesta posible, porque *no hay documento de cultura*, dice, *que no sea a la vez uno de barbarie*, porque quienes promueven el ideal mismo del progreso no han visto más allá del portón de su casa, ni vivido a través del tiempo de los vencidos. La gravedad consiste en que la historia se sigue construyendo sobre los cadáveres que aplasta el desarrollo del progreso.

Baudelaire miraba ya la mentira sobre la cual se estaban estructurando los ideales modernos del despliegue occidental, y al igual que él, Benjamin también fue observador de dicho proceso, este último, mirando que ese despliegue progresista se estaba manifestando en las nuevas formas culturales de hacer política; el fenómeno de *estetización política* que

evidenció en sus obras, son la antesala de la estructuración de la acepción de comunicación política como propaganda/marketing político.

Se ha mencionado ya sobre los inicios de las escuelas de comunicación en los Estados Unidos, principalmente, como campos no solo científicos y sociales, sino también como puntos de cosecha, podría decirse, para la reproducción de los intereses políticos, económicos, sociales y culturales del estado.

La manera en que la comunicación política como acepción de propaganda y marketing político surgió en el siglo XX, podría bien esclarecerse durante este contexto histórico, tanto de los procedimientos culturales que para Benjamin se dividieron claramente en dos bandos, por una parte, el de la URSS y la politización de la cultura, y por otro el del bloque occidental de las potencias del eje y la estetización de la política con el nacionalsocialismo. Siendo este último proceso, el de una modernización reaccionaria liquidante del otro, estructurada alrededor del aura del líder el que nos da el mayor ejemplo de cómo se ha reproducido, a través de la comunicación política como propaganda y marketing político, el ideal de progreso y de su ejecución hasta las últimas consecuencias.

El plan Marshall no solo fue el documento que inicio la “reestructuración” política y económica europea, sino también el documento que inicio un período cultural de hacer ver al mundo que la guerra había sido ganada por una gran causa; la de aspirar a un modelo de vida que se ajustara con la nueva política monetaria.

El *american way of life* fue un proyecto social y cultural que se desplegó a la par de la guerra declarada dentro del campo económico de la competencia financiera del siglo XX, el progreso económico es al progreso de todas las esferas de la sociedad. Dicho proyecto necesitó de un gran aparato de difusión y consolidación que brindara la confianza en el nuevo modelo; la comunicación política como propaganda y marketing político se evidenció a su máximo esplendor al estetizar la política y reproducir los afanes del progreso.

Ningún proyecto tuvo el impacto que logró implementar la gran industria cultural<sup>106</sup> de potencias como Alemania, Estados Unidos y Gran Bretaña. La estetización política nunca

---

<sup>106</sup> Retomado de Max Horkheimer y Theodor W. Adorno en *Dialéctica de la ilustración*, para hacer referencia a la industria cultural como el concepto que designa las industrias emergidas como valor de cambio: el cine,

jamás se había visto con tanta pomposidad como con la Alemania de Hitler y su preocupación por demostrar que el progreso tenía que ver intrínsecamente con una ejecución estética cultural, aún más que, un proceso situado en los bordes de lo político o económico; sin embargo, contrariamente al Führer, los Estados Unidos de América lograron sembrar un anhelo esperanzador en un nuevo comienzo después de la derrota del eje y del próspero liderazgo económico que lograron desarrollar.

A la par de la expansión imperialista y de su consolidación hegemónica, propiciaron el crecimiento de la mayor industria cultural de propaganda y marketing político del siglo XX. Fue a través de la industria cinematográfica, principalmente, que se gestó una de las mayores formas de reproducir el contenido de la ideología del proyecto civilizatorio de reestructuración mundial.

Lo que hoy día conocemos como Hollywood, es gracias al sustento que ha tenido desde sus inicios por parte del gobierno estadounidense; desde tiempos de la guerra y principalmente de la posguerra y del curso de la Guerra Fría, esta industria cultural ha sido uno de los medios que ha reproducido el contenido de dicho proyecto, un proyecto insertado en la línea histórica del progreso, y que como bien comenta José Gandarilla, “no es por ello ninguna casualidad, que sea la película de Charles Chaplin (Tiempos Modernos), que tanto gustó a Mariátegui, la que expone esa inflexión y que erige a “la mueca” o “la risa” en estrategia de resistencia ante el emplazamiento de tales dispositivos del progreso: la fábrica, la cárcel, el consumo, etc.”<sup>107</sup>

Desde la creación de El Consejo de Producción de Guerra (War Production Board), las relaciones entre el Departamento de Estado de los E.U.A con la industria más importante de comunicación y difusión del momento, el cine; la forma de hacer propaganda llegó a un punto álgido de la comunicación masiva, global. Anteriormente mencionamos una referencia a la relación que se produjo durante la Segunda Guerra Mundial, entre la industria cinematográfica estadounidense y la naciente industria mexicana, de cómo fue que los mismos propósitos del discurso apodíctico de la guerra y la restauración de los Aliados, logró traspasar las fronteras del primer mundo y engrandecer las industrias latinoamericanas a

---

por ejemplo, no como un arte, sino como medio de comunicación de masas para la obtención de fines instrumentales.

<sup>107</sup> No hay consulta, es un comentario hecho personal durante la revisión de este trabajo que me pareció bastante atinado, como un breve análisis discursivo sobre el tema de la industria cultural...

cambio de la difusión de su propaganda. Y en este sentido, Francisco Peredo Castro también menciona algunos datos relevantes para este tema:

Pero ninguno podía detener por su sola voluntad la política de la Casa Blanca...El Consejo de Producción de Guerra ((War Production Board), entidad oficial estadounidense de gran poder en el momento, controlaba la producción y las asignaciones de película virgen..., así como la fabricación y asignación de toda clase de maquinaria y equipos, entre los que se encontraban los de cine. Por lo demás, Hollywood había necesitado siempre –y había contado con ella- la ayuda del Departamento de Estado para defender sus intereses comerciales en el mundo.<sup>108</sup>

Hollywood logró defender esos intereses hasta hoy día, a cambio de pasar el filtro de los requerimientos del gobierno; por un lado y en un principio, el de contrastar la propaganda de las potencias del Eje, y por otro, el de reproducir el discurso progresista del imperialismo hegemónico estadounidense;

(...) el gigante del continente había decidido concentrar todos sus esfuerzos en la reconstrucción de Europa y Asia mediante el Pan Marshall...La política económica destinada para tal fin trajo a Estados Unidos un nuevo auge de su desarrollo interno, aliados por todo el mundo para enfrentar la fuerza comunista y una etapa de consolidación del *american way of life* como el modelo al que se suponía que todas las naciones podrían y deberían aspirar.<sup>109</sup>

Lamentablemente Walter Benjamin ya no vivió para presenciar este proceso, que pese a ser distinto al de la Alemania de Hitler, finalmente el objetivo era alcanzar un progreso civilizatorio para ambos bloques. La manera como E.U.A fue tejiendo dicho proyecto probablemente no sea tan explícito como el proyecto del nacionalsocialismo, pero es igual de simbólico y festivo que él, al igual que el socialismo o la China comunista; aun así, bajo su retórica democrática se hallan los eufemismos con los cuales defienden la guerra, la destrucción, desintegración de naciones, la conquista, la avaricia, y los alcances prometeicos de salvación y de un futuro infinitamente mejor.

---

<sup>108</sup> Peredo Castro, Francisco, *op.cit.* p. 155.

<sup>109</sup> *Ibidem.* p. 358.

Habría sido interesante la reflexión de un Benjamin pisando el gigante americano, y aunque eso no sucedió, no está por demás resaltar que lo visto y experimentado con el nazismo nos da la clave para entender que ese fenómeno de *estetización política* que ya ha intentado fundamentar la causa de su existencia; y que la hemos ubicado debido a una lucha histórica de fuerzas materiales que han ocasionado lo que Dussel llama *fetichización del poder*.

Tal circunstancia, nos ha llevado a inmovilizar, por así decirlo, la *potentia* spinoziana, potenciadora de un poder que nos ha sido arrebatado en el despliegue de la modernidad, en el cual dicho proceso, junto a otros que también se fetichizan e instrumentalizan, ha ocasionado el surgimiento de procesos como la acepción de comunicación política como propaganda y marketing, devenida de la misma instrumentalización de la propia política, encarriladas en el tren del progreso, un tren al que urge ponerle el freno.

Ese progreso que se ha defendido a través de la instrumentalización de la comunicación política como el medio para difundir la política democrático electoral de la pos guerra, la mejor manera de vivir, el consumismo, la fetichización de las mercancías, del arte, de la política; es el que es necesario encarar en la actualidad. No solo porque sea dogma (Sorel), un atalaya (Baudelaire), sino porque no es ni ha sido coherente con las condiciones materiales que se reproducen en el mundo moderno.

### **3.2.1 Lo nuevo siempre viejo, lo viejo siempre nuevo.**

Los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre arbitrio, bajo circunstancias elegidos por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y les han sido legadas por el pasado.<sup>110</sup>

Benjamin no pudo pensar el progreso sin antes pensar el pasado. Justamente uno de los problemas ontológicos del progreso, radica en que elimina toda condición *abierto al pasado*, y con ello la posibilidad de situar la mirada en su proyecto materialista histórico de detención del tiempo para irrumpir con toda su fuerza en los momentos de catástrofe de la historia.

---

<sup>110</sup> Marx, Carlos, *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*. p. 13.

El progreso, dice, no dejará vislumbrar esa potencialidad revolucionaria del pasado que puede *iluminar el presente*, “tal vez las revoluciones son el gesto de agarrar el freno de seguridad que hace el género humano que viaja en ese tren”.<sup>111</sup> La cita anterior de Benjamin que rastrea por su sentido desde la obra de Marx, es entonces la síntesis de su teoría de la historia, hacer saltar los instantes mesiánicos de la revolución que se iluminan y que se anclan, en las ruinas del pasado, en la figura alegórica del *cadáver*, en los *vencidos* de la historia, en lo no nombrado.<sup>112</sup>

El discurso progresista que miró Benjamín y que ha perdurado en la actualidad, solo nos ha mostrado esa mirada, una mirada que, si colocamos en su justa dimensión dialéctica, podremos hallar los datos históricos que nos muestren aquello que pensaba Blanqui, que seguramente no avanzamos en una línea horizontal y ascendente, y que probablemente solo somos los mismos dentro de dimensiones aleatorias que suceden en el universo. Cierto o no, lo que sí es palpable, es que la misma historia, la misma experiencia real de vida, nos echa en la cara todos los días, todos los años, la catástrofe y la ruina humana como sacrificio del progreso.

No solo basta pensar en el momento crítico del filósofo berlinés, de la otra cara, por así decir, de la ideología nacionalsocialista o del discurso democrático de las potencias aliadas, o del llamado “socialismo real” de la URSS. No, basta con detener un poco la historia en ciertos eventos y dar cuenta de que el progreso como se nos ha revelado, existe en el discurso más no en la vida real, en las relaciones sociales de la vida diaria o en la actividad socialmente humana. Y la comunicación política como noción de propaganda y marketing político, lamentablemente ha seguido la ruta del discurso hegemónico de manera dominante, al menos desde la segunda mitad del siglo XX, que es cuando se estructura como disciplina científica.

El discurso de la guerra, de la posguerra, de la Guerra Fría, de la estructuración del neoliberalismo, de la objetivación del terrorismo, etcétera; han ido acompañados de una relación material con este entendimiento de la comunicación política.

---

<sup>111</sup> Benjamin, Walter, *Libro de los Pasajes*. p. 159.

<sup>112</sup> Susan Sontag, nos recuerda que Walter Benjamin se encontraba leyendo el 18 Brumario de Luis Bonaparte “en su visita a Brecht en Dinamarca en el verano de 1938”. Sontag, Susan, *Bajo el siglo de Saturno*, México, Debolsillo, 2007. p.130.

Desde las primeras escuelas de la comunicación (ya antes abordadas), la relación con la política moderna es una relación instrumental abocada a gestionar campañas políticas, discursos, estudios de marketing, organización electoral, análisis de coyuntura; dentro de un marco del valor de cambio. La comunicación política no es, sino para qué es; “sirve” para reproducir el contenido ideológico de la política moderna, del campo de lo político, de lo cultural, social, deportivo, escolar; de todo aquello que la política abarca como campo de actividad social.

Esta noción de comunicación política es ajena, entonces, al entendimiento de publicidad que pone en juicio dialéctico Habermas, con el de la publicidad como propaganda que se ha venido desarrollando desde el siglo XX. En este tenor, también, la comunicación política no se ve como expresión de la *opinión pública*, sino como formadora de opinión pública, pero de los intereses de unos cuantos; si en la época de Benjamin lo era de los intereses de los proyectos nacionalistas, democráticos, socialistas; hoy en día lo es de esos mismos imperios, de las grandes transnacionales que controlan el flujo económico del mundo y de los políticos que detentan el poder que nos ha sido arrebatado.

Al respecto de esta reflexión, Enrique Dussel arroja luz sobre este proceso de *fetichización* política, en el cual la comunicación política que se está poniendo en crítica, es parte de lo que él llama *mediocracia* y de lo que, para propósitos de esta investigación, también está inscrita dentro del fenómeno histórico del progreso. ¿Qué vende la comunicación política como propaganda o marketing?, vende políticos, vende ideologías, vende partidos políticos, vende programas gubernamentales, vende promesas, vende ilusiones.

Así como la industria cinematográfica estadounidense de mitad del siglo XX, dependió en gran medida de las decisiones del Departamento de Estado, así ahora los grandes medios de comunicación, son controlados no solo por los gobiernos, sino también por los grandes emporios del capital privado. Lo que vende la comunicación política como mercancía, son contenidos que atañen en mayor medida a los intereses de gobiernos en turno, de empresas transnacionales, de partidos políticos, etc.

El gran problema radica en que son ellos, los dueños de los monopolios de la comunicación, quienes tienen el control de la formación de la opinión pública, ya no reside en una

comunidad política, sino en una sociedad de mercado en el cual los espacios de politización ciudadana se vuelven cada vez más restringidos. Dice Dussel al respecto en un artículo publicado en La Jornada hace no mucho tiempo;

En otro tiempo el ciudadano enfrentaba al Estado gracias a la "libertad de prensa". Ahora la "libertad de los medios de comunicación" ataca a la "opinión pública" (como mercado) conformando sus juicios, sus *interpretaciones*, sus gustos a los productos del mercado de los capitales que pueden pagar la propaganda (en la que consisten los programas de televisión, radio, etcétera). ¿Y quién defiende ahora al ciudadano, a la comunidad, al pueblo? ¿Quién *expresa* la opinión de los ciudadanos?... la situación empeora cuando los medios de comunicación comprenden que para mejorar su *negocio* necesitan ayuda de los gobiernos. Los medios se lanzan a la obtención del poder político como un medio para asegurar el monopolio (ante otros competidores como los medios alternativos, las universidades, etcétera) para aumentar sus ganancias. Así nace la *mediocracia* (el poder político de los medios), que en vez de enfrentar al Estado en nombre de los ciudadanos, enfrenta ahora a los ciudadanos (como mercado) con la complicidad del Estado (cuando el gobierno no representa a los ciudadanos, sino a las elites políticas en complicidad con el gran capital).<sup>113</sup>

A pesar de que no es parte de este trabajo el reflexionar sobre el concepto de Dussel de *mediocracia*, me parece que dicha definición de la relación de fuerzas materiales entre el Estado, los medios, la ciudadanía, el mercado, el poder, los monopolios... resume la forma reproductiva, que en este sentido, la comunicación política provee. Sí a través de los medios de comunicación, pero también a través de los mismos actores políticos, es decir, de las propias instituciones, de los políticos de profesión o hasta de los llamados líderes de opinión.

La manera en como la comunicación política (propaganda/marketing político) reproduce entonces la idea de progreso de Benjamin, se da en los espacios donde se moldea la opinión pública, a cargo de quien detenta el poder del discurso, de la palabra.

Cuando el filósofo alemán recorre las primeras plazas comerciales (pasajes) de París, cuando ve la transformación de la pintura a la fotografía, del cinematógrafo al cine, de la narración

---

<sup>113</sup> Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2006/03/30/index.php?section=opinion&article=010a1pol18710/16>

a la información...y ve en esos fenómenos el desenvolvimiento de aquello que denominó la *pérdida del aura*, en la época venidera también la comunicación política como propaganda y marketing sería parte de este fenómeno, la cuestión es pensar si realmente la comunicación política puede objetivarse de tal manera que se pueda fundamentar el *aura* de que carece o que puede carecer.

La comunicación política (propaganda/marketing) que reproduce la difusión y comercialización de la ideología del progreso, al estar envuelta dentro de este *continuum* histórico, ha constituido (al reproducir el contenido ideológico de las fuerzas productivas del capitalismo y del despliegue de la modernidad encarriladas en el tren del progreso) la búsqueda de la conformación de un juicio de la ciudadanía/mercado sobre la vida pública que acontece.

Las primeras escuelas de comunicación, sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial, cosecharon el fruto de una generación de pensamiento científico, en muchas maneras, al servicio de la idea moderna de progreso. Los comunicólogos (publicistas, mercadólogos, analistas, consejeros políticos, periodistas...) con una formación instrumental instruida en el entendimiento de la comunicación política como propaganda o marketing político, se gradúan de sus carreras para realizar campañas a políticos con discursos progresistas, con contenidos prometedores, salvadores y de reivindicación, con la promesa de que tal o cual reforma política, partido, alianza, propuesta, proyecto, mejorarán sus vidas y el futuro próximo.

Si bien Hitler estetizó su política cultural prometeica, la democracia naciente tras la victoria de los aliados, afianzó la relación entre ella y la *doctrina del progreso*. La democracia entero representativa y su visión liberal del actuar político que se alzó por el mundo, no pudo haber sido el proyecto dominante y hegemónico en que se erigió, sin el soporte de una estructura discursiva y material encaminada en la promesa del progreso.

Para qué votar y por quién votar, para progresar, para qué aspirar a un mejor *estilo* de vida, para progresar, para qué permitir la invasión de las trasnacionales, para progresar, por qué la “intervención” a otros países, para progresar. Y es, entonces, que en ése *continuum*

progresista de las cosas se expresa en aquello de que no hay entonces *documento histórico de cultura que no sea a la vez uno de barbarie*. La noción de progreso es para Walter Benjamin el núcleo de su filosofía de la historia, concebir otra materialidad distinta no es posible si no se mira esa línea histórica del *continuum* y se irrumpe en el pasado, en los momentos de detención de la historia, aquello puede hacer *saltar ése continuum*. Redención es a reconstrucción, como revolución lo es a detención, el *discontinuum* histórico es la destrucción de esa linealidad, momento en el que cobra condición aurática todo el mundo de los entes.

### 3.2.2 Progreso y modernidad.

...nada tiene el progreso para aportar  
en una época en la que él mismo  
se ha transformado en dato miserable  
del destino humano.<sup>114</sup>

¿Cómo va a revelarnos la comunicación política como acepción de propaganda y marketing político, su cualidad (fantasmagórica) como mercancía reproductora de un ideal falso de progreso? Benjamin observó esto en el fenómeno de la estetización política del nacionalsocialismo, y nosotros podemos palparlo todos los días en diversos momentos históricos representativos.

Basta mirar la sola campaña política de la Guerra Fría, la justificación que se hizo a gran escala a través de los medios de comunicación para justificar la guerra, la invasión, la rapiña, la violencia y el horror que fue detentado a principios de la segunda mitad del siglo XX. El discurso fue simple, “se está salvando al mundo de la amenaza comunista”, y todo medio tiene una justificación para la barbarie.

La manera como un estudiante actual de comunicación política aprende a “hacer” esta comunicación política, el modo de llevarla a la práctica, no puede concurrir sin antes estudiar

---

<sup>114</sup> Benjamin, Walter, *op.cit*, p. 167.

y revisar los “modelos” de propaganda, principalmente de las potencias en guerra durante el siglo pasado. Como ya se mencionó en el capítulo anterior, no es que la propaganda no haya existido y desempeñado funciones importantes dentro del curso de la historia antigua (Egipto, Grecia, Roma), por mencionar ejemplos; lo que sí es cierto es que nunca se llevó a cabo de la forma como hoy día se comprende: como la acepción de comunicación política como forma natural para hacer funcionar el modelo político democrático. Domenach nos dice al respecto:

En todos los tiempos los políticos, los hombres de Estado y los dictadores han tratado de lograr la adhesión a su persona y a su sistema de gobierno. Pero entre las arengas del Ágora y las de Nuremberg, entre los graffiti electorales de Pompeya y una campaña de propaganda moderna, no hay punto de comparación. La ruptura se halla muy próxima a nosotros. La leyenda napoleónica misma, tan preponderante que cuarenta años más tarde llevaba al poder a un nuevo Napoleón, no puede compararse con el mito que rodea a los jefes modernos. Aun la propaganda del general Boulanger actualiza los viejos tiempos: caballo negro, cancioncillas, imágenes de Epinal... Treinta años más tarde, las formidables olas de la propaganda tendrán como vehículo la radio, la fotografía, el cine, la prensa de gran tirada, los "affiches" gigantescos y todos los nuevos procedimientos de reproducción gráfica. Al conjunto de los medios empleados en todos los tiempos por los hombres políticos para hacer triunfar su causa, y que se relacionaban con la elocuencia, la poesía, la música, la escultura y, en suma, con las formas tradicionales de las bellas artes, sucedió una técnica nueva que emplea medios puestos a su disposición por la ciencia, para convencer y dirigir las masas formadas en el mismo tiempo; es una técnica de conjunto, coherente, que puede ser sistematizada hasta cierto punto.<sup>115</sup>

Del por qué la ruptura puede hallarse tan próxima a nosotros, tiene que ver con declaraciones como las del expresidente de los E.U.A, Dwight D. Eisenhower, quien decía que el objetivo de la Guerra Fría no era la conquista ni el sometimiento de los territorios a “intervenir”, sino que su objetivo era “...más sutil, más penetrante, más completo. Estamos intentando, por medios pacíficos, que el mundo crea la verdad...”<sup>116</sup> Lo que él entendía por “guerra

---

<sup>115</sup> Domenach, Jean Pierre, *La propaganda política*. p. 6.

<sup>116</sup> Disponible en: <http://www.jotdown.es/2013/03/la-propaganda-anticomunista-durante-la-guerra-fria/>  
02/11/16

psicológica” era una de las armas más poderosas que estaban creando, como él mismo sostenía, con el fin de *ganar las mentes de los hombres*.

Lo que Dussel llama *mediocracia*<sup>117</sup> como el poder de los medios de comunicación, que en un alcance masivo han tenido una enorme repercusión formadora de opinión pública; tanto así que, por ejemplo, el ideal de la *american way of life* tuvo un gran impacto no solo dentro de la sociedad norteamericana sino también de las periferias.

No quiere decir que la propaganda haya hecho por sí solo el trabajo de movilizar miles de personas a aspirar a tener ese modelo de vida, lo que sí es cierto es que, junto con las fuerzas productivas del capitalismo, las condiciones materiales que emergen y se relacionan entre sí, abren paso para que surjan fenómenos como el de la migración, que apoyados en aspiraciones mediáticas, logran cohesionar la creencia en futuros mejores.

Para Domenach por ejemplo, la propaganda política surge de manera drástica con la Revolución Francesa, en el entendido de la orquestación de la política como actividad festiva y persuasiva.<sup>118</sup> En este proceso él ya observa que la ruptura es debido a que “por primera vez” un proyecto político de nación estaba siendo acompañado por la expansión de una ideología universal: los principios del acta constitutiva de la Revolución no son otra cosa que los que, como ya se ha dicho, han permeado el ideal de progreso moderno.

Ya decía Marx en *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*, que la revolución proletaria triunfante de dicha revolución -y en general de todas-, fue haber ofrecido una apariencia de cambio; ya que, al no darse la transformación en el fondo de la situación de clase, generó solo una apariencia revolucionaria dentro del Estado burgués del siglo XIX.<sup>119</sup> Ofrecieron valores y promesas, pero no un modelo económico transformador para llevarlos a cabo.

Cuando Benjamin lee a Marx, pensará entonces que la revolución no solo puede hacerse en el sentido económico, sino que también debe hacerse en el cultural. Porque se mira a la

---

<sup>117</sup> Ver en: Dussel, Enrique, *20 Tesis de política*. p.174.

<sup>118</sup> Para el propósito de este trabajo no se puede acordar con una afirmación así porque, en el sentido de entender la política como una actividad socialmente humana, la propaganda, que el historiador Jaques Ellul, menciona como parte de la actividad política del Imperio Romano, nos diría entonces que se encuentra presente en las prácticas humanas con mucha mayor antelación.

<sup>119</sup> Benjamin, Walter, *op.cit*, p. 167.

cultura como un campo donde se expresan las relaciones materiales producto de ese capitalismo promotor del progreso.

Para el filósofo berlinés, uno de los productos culturales que más reprodujeron los alcances del capitalismo fue la prensa, pero la prensa “informativa”, la prensa que destruyó la *narración* para convertirla en *información* como su único fin comunicativo. Es decir, aquella prensa preocupada por la reproducción de contenido cultural, y como lo vio en su visita a Moscú, aquella preocupada también por el contenido revolucionario; más no la prensa que se ha convertido en parte de la *mediocracia* de Dussel, reproductora, a manera de *información*, de los intereses del gran capital y por tanto también de su contenido prometeico.

Los medios de comunicación se articulan bajo esta premisa de la pérdida de lo que para Benjamin, era la *forma artesanal de la comunicación* (narración), para articularse dentro de los intereses del capitalismo, y hacer valer, a través de la *información*, el contenido progresista de la comunicación política como acepción de propaganda o marketing político. Pensemos en todo lo que se ha configurado, a nivel discursivo, con base en este entendimiento fetichizado; que nos alcanzaría para evidenciar con toda la propaganda y el aparato de marketing político, al menos desde inicios del siglo pasado hasta la actualidad.

Se ha visto cómo es que los principios de igualdad, libertad y progreso que se establecieron después de la Revolución Francesa, se han desplegado culturalmente en el mundo occidental como los principios fundadores de toda política democrática; que aunado a la transformación de los medios de producción y del avance de la técnica, han fomentado esos ideales democráticos modernos sin mirar la materialidad de lo que ha sido sacrificado en nombre de ello.

Pensemos tan solo en la llegada del “progreso” a México. Durante el periodo denominado como la *pax porfiriana*, se instauró un proyecto económico y cultural (más que político) que, en el sentido de modernizar el país; además de la preocupación estética del General Díaz por el embellecimiento (afrancesamiento) de la ciudad, necesitó de un sustento propagandístico que avalara y promoviera la entrada de México con el siglo XX al progreso, así, la modernización económica de México nunca fue experimentada por los peones o jornaleros mexicanos esclavizados en las haciendas.

Periódicos como *El Imparcial*, *El Partido Liberal* y más tarde *El Universal*, fueron diarios subsidiados por el régimen porfirista y por ende, sujetos a los intereses del mismo, contrariamente a *El Tiempo*, *El Hijo del Ahuizote*, *El Monitor Republicano* o *Regeneración* que defendían una línea editorial contraria al porfirismo y muestra de los primeros trabajos periodísticos elaborados por los hermanos Flores Magón; y que finalmente fueron perseguidos y desmantelados por su carácter revolucionario.<sup>120</sup>

No quiere decir que en esta época se encuentren las primeras expresiones de propaganda o publicidad en México, hay historiadores como Krauze que documentan a losregoneros como ejemplos de propaganda durante Tenochtitlán.<sup>121</sup> Sin embargo, el carácter progresista se hace evidente con la entrada del proyecto modernizador porfirista de principios de siglo XX; el momento de disrupción del *continuum* histórico del progreso debe entonces hacerse un lugar aquí como un instante de comienzo, para desmantelar ese despliegue histórico y empezar a encontrar una apertura política que vislumbre las consecuencias de ese progreso.

### 3.3 El progreso improductivo.

La modernidad atentando contra la modernidad.  
La modernidad liquidando perpetuamente lo que  
ella misma construye. La modernidad como una época que  
vive de morderse la cola. ¡Amenazante! ¡Vertiginosa!  
¡Irresistible! ¡Chocante! ¡Fantástica! ¡Arrebatadora!  
¡Violenta! ¡Seductora! ¡Bendita! ¡Maldita! La modernidad  
como un sábado infernal de la carne y el espíritu,  
caprichosa, destructiva, cargada de maravillas.<sup>122</sup>

Más que definir a la modernidad como *criatura*, cual lo hace el autor de la cita anterior, se seguirá entendiendo como proyecto civilizatorio (ya explicado en el primer capítulo), aquel en donde tentativamente desplegó sus alas con el propósito de insertar a la humanidad en la *senda del dominio y del progreso*.

---

<sup>120</sup> Katz, Friedrich y Lomnitz, Claudio; *El Porfiriato y la Revolución en la historia de México: una conversación*. p. 136.

<sup>121</sup> Krauze, Enrique, *Crónica de la publicidad en México*. p.231.

<sup>122</sup> Juanes, Jorge, *Walter Benjamin: física del graffiti*. p.58.

De esta manera es cómo, atentos a la modernidad puesta en *imagen dialéctica*, se podrá desentrañar aquello que para Gabriel Zaid es el “progreso improductivo”. ¿Por qué el progreso es una ciega voluntad?, justamente como se ha explicado ya anteriormente, es referido como uno de los principios que, aunado al de libertad, fundaron el despliegue de la razón moderna, misma que ha ido, dice Zaid, liquidando *perpetuamente lo que ella misma ha construido*.

El progreso que para Zaid es una *ciega voluntad imparable*, se devela como la *fantasmagoría* de la modernidad cual *imagen dialéctica*, tanto en el instante como en el *continuum* mismo de su despliegue.<sup>123</sup> La urgencia por superar esa ciega voluntad es ponerle el freno al tren, en una época en la que se ha impuesto una cultura progresista que, para el caso de esta investigación, se ve sin duda representada en la estructuración de la estetización política reproducida en la comunicación política como propaganda y marketing político.

A lo largo de este capítulo se ha, con ayuda de algunos ejemplos sobresalientes, la manera en cómo se potenció ese fenómeno de estetización política, tanto del que Benjamin experimentó, como de algunos otros que se han venido dando a lo largo del siglo pasado y de lo que va de este. Y como se mencionó anteriormente, las circunstancias mismas del despliegue de la modernidad, ha dado la pauta como campo fértil de la cosecha imparable de este fenómeno, tanto así que, en el último cuarto del siglo XX, a raíz de la estructuración del neoliberalismo, todo proyecto político se ha perpetrado con más ahínco en las aras del progreso. Podría decirse que hasta en cierto sentido metafísico la línea discursiva del modelo neoliberal se basa en el progreso, de ahí que como un modelo de política ofrezca a su paso las ruinas de la devastación.

### **3.3.1 El origen del presente.**

Hacer uso del título del libro de José Luis Delgado Rojo, sobre la filosofía de la historia de Walter Benjamin, va en el sentido de que para poder encarar al neoliberalismo como el modelo político que ha ofrecido las ruinas de la devastación del despliegue del mismo modelo

---

<sup>123</sup> Zaid, Gabriel, *El progreso improductivo*. p. 560.

de la modernidad capitalista, tenemos que voltear, como el ángel alegórico de la historia, no hacia el origen del caos, sino a la reconstrucción de la memoria del caos, de un perenne no olvido permanente. Me refiero al concepto de *invisibilidad estratégica* de Grüner, es decir, *la apelación a la construcción activa de la memoria* de las ruinas del progreso, de hacer un llamado a *la historia subterránea* de los vencidos tal como *relampaguea* ahora en los instantes de peligro. “Es una apelación, pues, no a la “Memoria” en abstracto, sino a la construcción activa de la *memoria anticipada* de un futuro de redención.”<sup>124</sup>

Rememorar es hacernos justicia, rememorar es potenciar la fuerza del despertar. La comunicación política como propaganda/marketing debe dar un vuelco, debe expresar cual *relámpago* el peligro de la barbarie que nos acontece, extrayendo del pasado las ruinas de la devastación; para destruir, en principio, dialécticamente la fantasmagoría del progreso, e interminablemente, abrir posibilidades para tejer otros entendimientos de comunicación política encaminados a aterrizar en una praxis socialmente justa. “... la “rememoración” entiende la posibilidad como algo radicalmente histórico...El pasado es “inconcluso”...Con el motivo de la *inversión*, Benjamin se opone simultáneamente al positivismo de la ciencia y al idealismo del progreso”.<sup>125</sup>

Si tan solo hurgamos mínimamente en el destape del proyecto económico neoliberal, que en los años 80 del siglo XX marcaron la ruta del capitalismo privatizador y enriquecedor de los pocos sobre los todos, se pueden encontrar las ruinas de lo que ha seguido venciendo en el nombre del progreso. No me refiero solamente a las políticas económicas implementadas tras aquel famoso acuerdo en Washington entre Ronald Reagan y Margaret Thatcher (privatización, disminución del fisco, apogeo del capital corporativo, de empresas multinacionales o del sistema financiero avasallador de los recursos naturales y de expansión colonial post imperial), sino también a lo que dentro del ámbito de lo cultural, sobrevivió a manera de denuncia y resistencia.<sup>126</sup>

---

<sup>124</sup> Grüner, Eduardo, *op.cit.* p.76.

<sup>125</sup> Delgado Rojo, José Luis, *El origen del presente. La filosofía de la historia de Walter Benjamin.* p. 146.

<sup>126</sup> Al respecto consultar a Harvey, David, *Breve historia del neoliberalismo.* p. 256.

Aquello que los grupos musicales más representativos de los 80's cantaban no era mera coincidencia, fue una denuncia; el llamado *brit pop*, el *punk*, es decir, el rock and roll en todas sus variantes, fue la única esfera pública en donde la juventud más afectada por el proyecto neoliberal pudo expresarse. Cuando la banda inglesa de, "The Smiths" le dijeron al mundo que la reina estaba muerta, que el pánico se dispersaba por las calles ardientes de Londres, o que la ciudad se estaba incendiando para "The Clash"; y no solo Inglaterra, sino el mundo, o como decía "David Bowie" a través de todos sus heterónimos estrafalarios, que la humanidad entera se estaba muriendo.

Todo ello fue la clara manifestación de una ideología contraria al progreso, porque ellos también estaban siendo testigos de la barbarie; la reina había muerto, el poderío de Thatcher se alzaba sobre su figura reducida a mero símbolo, y mientras pregonaba en sus discursos el nuevo orden económico que resurgió de las fuerzas liberales del pasado, de la defensa del progreso y la igualdad social, las tropas inglesas desembarcaban en las Islas Malvinas, para llevar a cabo todo lo contrario de su discurso en nombre de un proyecto que tuvo en el Reino Unido, la cuna del impulso global del neoliberalismo.

En el trasfondo de esa política moderna neoliberal progresista, se hayan insertados (en calidad de procesos constitutivos a ese régimen): el desempleo, la inflación, la devaluación monetaria, el endeudamiento y empobrecimiento, ya no solo de los países colonizados de la periferia, sino también de sus propias naciones. Al triunfo y establecimiento del neoliberalismo sucedieron acontecimientos históricos que posiblemente le dieron un empujón más a su desarrollo. Por una parte, el derrumbe de la URSS, y por otra, el desarrollo de un capitalismo global que influyó en América Latina de manera peculiar. José Luis Ávila dice al respecto:

En el influjo de la nueva ideología en América Latina experimentó en los años sesenta del siglo pasado la crisis de las opciones reformista y socialista para superar el atraso económico, entonces explicado por el carácter heterogéneo de la estructura económica y social, así como por la dependencia de los centros de poder mundial. La sucesión de golpes de Estado hicieron

pensar que la instauración de la nueva economía solo era posible *manu militari*; pero en la siguiente década los efectos adversos de “la crisis de la deuda externa” y restauración de la democracia política plantearon un escenario sociopolítico en que fue necesario alcanzar consensos mínimos para adaptar a las economías nacionales las condiciones del -sistema global- conforme a orientaciones del FMI y el llamado Consenso de Washington, convertido desde 1989 en un recetario de 10 reformas estructurales.<sup>127</sup>

En México, dicho discurso ideológico neoliberal se construyó como una alternativa al proyecto estructurado desde el estallido de la Revolución Mexicana, la política de mercado interno se abrió a la conveniencia del vecino del norte, estableciéndose una relación de dependencia económica con la firma del TLC durante el Salinato. Sin embargo, ya desde los años 60 se veía un gran dominio de trasnacionales extranjeras que con el paso de los años se hicieron del control de la actividad industrial del país.

Dice José Agustín que al igual que los gobiernos revolucionarios, el de Gustavo Díaz Ordaz (quien no guardaba compostura sobre sus fobias anticomunistas), se apoyó en la política exterior, se “quejaba” de los estadounidenses y aun así nada hizo para evitar el control de estos sobre la economía nacional.<sup>128</sup> Lo ocurrido aquel año de 1968 es ya un ejemplo latente de la barbarie que se ha alzado sobre el pedestal iluso del progreso.

Irmgard Emmelhainz, tiene un trabajo interesante a propósito del tema; justamente se trata de una indagación crítica de la estructuración del neoliberalismo y la conversión que ha tenido en nuestro país, como un ejemplo de barbarie a escala global, que pone en estado de emergencia por ser un proyecto que en el afán de beneficiarse de la articulación del capitalismo financiero, ha arrasado a su paso no solo con la clase trabajadora, sino con el resto de la humanidad y de la biósfera en su totalidad.

Dicha articulación, ha sido posible gracias a que quien *delega* el poder, aquellos que están completamente desinteresados por la gravedad del asunto y preocupados aún más por las batallas que tienen que librar para legitimarse en el campo de lo cultural, *tiranizando* así, al propio *sentido común*.

---

<sup>127</sup> Ávila, José Luis, *La era neoliberal*. p. 15.

<sup>128</sup> Ramírez, José Agustín, *Tragicomedia mexicana I*. p. 234.

Para Frédéric Lordon, es justamente el neoliberalismo la *empresa* capitalista que ha llevado al extremo la relación de fuerzas entre el deseo y la sumisión, encontrando en Spinoza los motivos por los cuales la sociedad actual se ve sometido a las nuevas formas capitalistas, y en palabras de Tinta Limón, de desentrañar las razones por las cuales el neoliberalismo es “un esfuerzo por inmanentizar plenamente la interacción entre producción-consumo-alegría.”<sup>129</sup>

La comunicación política como propaganda/marketing en el caso de México, es parte también de este proceso. La política neoliberal se preocupa más por influir en la opinión pública que por influir en lo público, Emmelhainz dice al respecto: “Para legitimar la política neoliberal de exclusión y violencia, las instituciones estatales en México, han estado sujetas, desde los ochentas, a un proceso de ahuecamiento para servir a los intereses del capital global en nombre del “desarrollo” y “crecimiento económico”.<sup>130</sup>

Aunque la estetización política reproducida desde la instrumentalización de la comunicación política como propaganda y marketing político, en su afán reproductor de un modelo económico estabilizador y progresista, no fue evidente en el desarrollo de la política mexicana anterior al gobierno de Carlos Salinas de Gortari, la caída del sistema político electoral en 1988 y los ajustes que requirió para dar legitimidad al gobierno entrante, son un documento ya de barbarie; es decir, de la articulación instrumental, con todo el aparato mediático posible, que llevó a colocar a Gortari al frente del inicio del proyecto neoliberal.

Lorenzo Meyer inicia la introducción al libro “Una historia contemporánea de México” con la siguiente cita: “(“Hay, pese a todo, un contexto real para algunas de las [razones de las] protestas de los estudiantes, cuyos esfuerzos son un signo más que advierte que ya quedaron en el pasado los mejores tiempos del tan pregonado progreso y del genio mexicano para mantener la estabilidad.”)”. Quien diría que aquello que fechaba la misma CIA en 1969 y que observaba ya como un ejemplo del deterioro de la política mexicana, se extendería con mayor barbarie, con mayor crueldad en la época que se supuso ser la de la prosperidad.

---

<sup>129</sup> Tinta Limón, en el prólogo a: Lordon, Frédéric, *Capitalismo, deseo y servidumbre: Marx y Spinoza*. p.11.

<sup>130</sup> Emmelhainz, Irmgard, *La tiranía del sentido común. La reconversión neoliberal de México*. p. 17

El quiebre estructural que marcó la entrada del neoliberalismo desde los años 80 hasta nuestros días, se coloca entonces, en ese estado de detención a manera de *imagen dialéctica*, del cual nos corresponde hacer una digresión de sus saltos y de la discontinuidad histórica de los momentos en los cuales se manifiesta el fenómeno que cruza esta investigación.

Ya se han dado algunos atisbos de la puesta dialéctica del progreso, y de la manera que se ha reproducido en el plano discursivo a expensas de una realidad totalmente ajena a dicha discursividad. Como se mencionó al inicio de este capítulo, ubicar el problema de este trabajo dentro del momento epocal que corresponde al despliegue de la modernidad y al devenir de la estructuración de proyectos económicos y políticos enmarcados en la línea progresista y libertaria de los principios fundadores de ella misma, encuentra su razón dentro de este despliegue, en el cual se ha dado y se está dando un fenómeno de estetización política que, al reproducirse a través de la acepción instrumental de la comunicación política a nivel discursivo, que más que intentar moldear la opinión pública, está evidenciando un proyecto desafinado de las verdaderas condiciones de decadencia que él mismo ha provocado.

Hemos visto también, cómo a la par de la estructuración de esas políticas con tendencias progresistas se han alzado grandes aparatos propagandísticos, que a manera de apología, no muestran su verdadera materialidad; y como dice Jacques Rancière, citado por Ricardo Forster:

“(...) seguimos viviendo de las rentas de lo producido en las primeras tres décadas del siglo XX, rentas...que se están diluyendo a ojos vista. Discursos autorreferenciales, dominio de una metafísica del instante y la fugacidad, despliegue de nuevas formas de analfabetismo que...deshacen los vínculos esenciales de los lenguajes estéticos y filosóficos, dejando a las ciencias del hombre mudas...”<sup>131</sup>

Y justamente son esos “vínculos esenciales de los lenguajes estéticos y filosóficos” los que se han quedado en latencia bajo el dominio de “discursos autorreferenciales” que en estos últimos tiempos se han convertido en una manera naturalizada de hacer política y de promover el progreso. La comunicación política como instrumento de estetización política tuvo su punto álgido con el nacionalsocialismo, sin embargo hoy día seguimos viendo el

---

<sup>131</sup> Rancière citado en: Forster, Ricardo, *Los hermeneutas de la noche*. p. 163.

establecimiento de ese tipo de entendimiento de hacer política que, al contrario de haberse superado con la promesa capitalista de un futuro mejor, de la verdadera democracia, del reconocimiento del otro, de la igualdad, etcétera; si bien, no se ha desenvuelto de la misma forma que el fascismo, se sigue reproduciendo bajo esos mismos preceptos.

Es por eso que aquella sentencia de Walter Benjamin sobre el *enemigo que no ha dejado de vencer*, sigue teniendo vigencia. Si regresamos un poco a lo expuesto líneas atrás sobre la puesta dialéctica de algunos momentos históricos que han dejado marcado, por un lado, ese lado progresista y por otro su mera apariencia; podremos encontrar que, a pesar de que la propaganda puede comprenderse fenomenológicamente desde tiempos remotos, hoy día se ve expuesta de una manera realmente preocupante. Así, la comunicación política como propaganda o marketing, es al menos, desde el despunte del neoliberalismo, la manera por antonomasia de hacer política.

Hemos visto también cómo a la par de los discursos neoliberales de los años 80 se manifestaban acontecimientos culturales que mostraron esa tendencia ciega al progreso. Y cómo fue que a la par también del desarrollo de la técnica (en este caso, de los nuevos medios de comunicación masivos), se fue utilizando ésta (en sus diversas facetas) como el medio para reproducir esos contenidos progresistas. A través de la televisión, de la radio y de los medios impresos, se difundía la propaganda del progreso, con el fin de opacar lo que en los umbrales de las fábricas, de los países saqueados, invadidos, y de sus propias ciudades, se revelaba en contra.

Marshall McLuhan decía que *el medio es el mensaje*<sup>132</sup>, que los medios de comunicación del gran siglo XXI tienen el poder de “moldear a las masas”, de sustituir la actividad socialmente humana; o lo que sostienen las teorías de la comunicación conocidas como las de “la aguja hipodérmica”, del poder de los medios sobre la opinión pública, sobre el hombre.

Si bien es cierto que esto que Dussel llama *mediocracia* tiene una influencia importante sobre la opinión pública, tampoco es una sentencia; en los seres humanos se haya naturalmente un cierto poder (Spinoza); aunque pueda estar en reposo o delegado de cierta manera por las

---

<sup>132</sup> McLuhan, Marshall, *La aldea global: Transformaciones en la vida y en los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. p. 203.

fuerzas históricas que han moldeado el mundo como lo conocemos ahora, sobrepasa el de cualquier medio. Esto no quita tampoco que la configuración instrumental de la comunicación política no refuerce el poder de la *mediocracia*, ya que, al estar estructurada como propaganda o marketing, reproduce esa política del progreso que tiene el poder de moldear la opinión pública de forma sustancial, pero no definitiva.

Como se ha expuesto, se ha inclinado la balanza no tanto hacia el poder que tiene y puede tener el arribo de la comunicación política como propaganda, sino más bien a lo que considero es uno de sus ejes centrales. Este es el proceso que se ha venido detallando y que a nivel discursivo reproduce un ideal de progreso discorde de la materialidad de las relaciones sociales del mundo hasta estos días que prevalecen en su cometido por destruir las condiciones de vida de las vastas mayorías.

### **3.3.2 La imagen dialéctica y el progreso.**

La propaganda siempre ha existido; su uso se ha transformado conforme al desarrollo tanto de la técnica como de las fuerzas materiales que mueven el mundo y demás acontecimientos ya arribados; sin embargo, al menos en lo que va de la última década del siglo XX hasta ahora, ha tenido cambios sustanciales, principalmente desde la estructuración como acepción de comunicación política o viceversa. Pensemos en que al menos antes del establecimiento del neoliberalismo, la manera de hacer comunicación política era en un sentido más proselitista, de ciertos atisbos de civilidad, sobre el ser buen ciudadano, sobre la participación electoral, el bienestar social, etcétera; pero ya en las postrimerías del siglo XX, el mensaje central de la comunicación política sí era todo esto, pero encaminado a promover las políticas progresistas del neoliberalismo sin tener en cuenta la catástrofe real que se estaba moldeando.

En el país, tan solo el primer día del gobierno de Carlos Salinas de Gortari aquel año de 1988, entró en vigor PRONASOL (Programa Nacional de Solidaridad), un proyecto político facultado para llevar a cabo las políticas de desarrollo económico basadas en el inicio de una serie de reformas estructurales que hasta hoy día no han cesado de culminarse. Para implementar dichos cambios estructurales, no solo se tuvo que modificar de fondo la Constitución, sino aliarse con un aparato propagandístico que avalara legalmente la contra-reforma, al marco constitucional agrario (acabando con el reparto de la tierra), privatización

del ejido, de la banca nacional, de empresas del Estado como la telefónica, empoderamiento de la Iglesia y la implementación del Tratado de Libre Comercio (TLCAN), con el cual se abrió no una política de intercambio económico, sino la total dependencia económica y hasta política de los Estados Unidos de América.<sup>133</sup>

La manera en cómo aquello se vio representado fue a través del despliegue de una intensa campaña política, que ha significado para algunos el arranque histórico de la estetización política a un nivel altamente mediático. Basta hurgar en dicha década para ver cómo fue posible una relación económica y cultural entre los grandes medios de comunicación masiva y el gobierno en turno.

Los recursos mediáticos de la empresa de televisión y radio más grande de Centroamérica, se puso como nunca al servicio de la nueva política neoliberal, tanto así que dicha relación de servidumbre pasó a convertirse durante los años posteriores, en una de dar-recibir, en donde empresas como Televisa, han tenido incursión en las leyes que dicta el propio Senado para favorecer sus negocios.<sup>134</sup>

Recordar, sacar de las ruinas aquella imagen en la cual, las “estrellas” de Televisa salieron a cantar en nombre de Solidaridad, de un nuevo amanecer, de un despertar de sueños trancos y de la promesa fugaz por el progreso, “La solidaridad es nuestra, con desarrollo se demuestra un nuevo amanecer”, coreaban Angélica María, Verónica Castro, Mijares, etc.<sup>135</sup> La pobreza como enemigo a vencer, la educación alcanzable para todos<sup>136</sup>, las promesas cumplidas.<sup>137</sup>

Con este armatoste el gobierno Salinista intentó ganarse la confianza de cientos de mexicanos, para ponerlos a favor de la apertura económica al fracaso, porque mientras se tejía dicho programa; la pobreza, más que ser un enemigo, se convertía cada vez más en una realidad que se desbordaría tan solo unos años después, con la crisis de 1994.

---

<sup>133</sup> Meyer, Lorenzo, *Una historia contemporánea de México: Transformaciones y permanencias*. p. 643.

<sup>134</sup> Al respecto revisar, Villamil, Jenaro, *La televisión que nos gobierna: Modelo y estructura desde sus orígenes*. p. 239.

<sup>135</sup> Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=6oTEnk8QnPE> 05/08/16

<sup>136</sup> Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=eU7JJE03np8> 05/08/16

<sup>137</sup> Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=8i3ZaaUBNbk> 05/08/16

La economía sostenida sobre alfileres en el plano de la materialidad, de las relaciones sociales y de la actividad productiva, tuvo que respaldarse en la *imagen fantasmagórica* de un discurso pragmático y sobre todo, ligado a lo meramente electoral, que como dice Lorenzo Meyer, tuvo resultados positivos en dicho sentido, pero no en el trasfondo de la actividad productiva que se vino abajo con las privatizaciones, con la apertura a la libertad de competencia descontrolada... en donde el velo del progreso no alcanzó a cubrir a los millones de mexicanos en condiciones de extrema pobreza.

...el Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) anunciado desde el primer día del gobierno encabezado por el presidente. Con recursos provenientes de la venta de empresas estatales... más la constitución de miles de comités de PRONASOL en todo el país, el salinismo logró consolidar en unos cuantos años una impresionante base popular. Mediante la consulta directa y la colaboración estrecha con los funcionarios del gobierno, esos comités de Solidaridad proponían acciones que beneficiaban directa e inmediatamente a las comunidades donde se encontraban los 17 millones de mexicanos que vivían en condiciones de pobreza extrema y que eran la clientela privilegiada de PRONASOL...se procedió a llevar a cabo miles de obras de introducción de agua potable, drenaje, alumbrado y pavimentación; a la construcción de viviendas, escuelas y clínicas; a la puesta en marcha de planes alimentarios o de becas...En la práctica, la lógica del programa estuvo gobernada menos por el combate a las causas mismas de la pobreza y más por sus efectos visibles y, sobre todo, ligada a los resultados electorales...en las elecciones de 1991 el PRI recuperó una buena parte del terreno electoral perdido tres años antes, al recibir 61.5 % de los votos, y logró marginar a su verdadero adversario: la izquierda neocardenista...(PRD) que consiguió 8.2% de los votos.<sup>138</sup>

Todo mostraba un atisbo esperanzador que no logró pisar tierra firme; tanto así que, no solo la crisis económica del 94, sino la serie de usufructos venideros, nos han dado una imagen prometeica, la cual es necesario destruir; en palabras de Benjamin, poner en situación de dialéctica como estado de reposo su imagen fantasmagórica, será en esos momentos detenidos que podría darse la situación de arrojarlos luz sobre lo que no han sido, pero puede

---

<sup>138</sup> Meyer, Lorenzo, *op.cit.* p. 27.

ser. ¿A qué nos referimos entonces con poner en imagen dialéctica la fantasmagoría del progreso?

Como se ha mencionado anteriormente, para Benjamin el carácter fantasmagórico de una imagen, en este caso, es que representa su rasgo mercantil, fetichizado. El dato histórico de Meyer nos da un claro ejemplo de que el interés de la propaganda en el Salinismo, fungió justamente como una herramienta para vender al electorado una idea de progreso y conseguir el voto. Ni PRONASOL, ni mucho menos la gran estructura socioeconómica de donde provienen este tipo de programas fugaces propicios de la modernidad y del despliegue de estructuras económicas en donde el valor de uso, como decía Adorno, perece en la mercancía. Es por ello que el filósofo Berlínés nos dice en el apartado *El historiador como intérprete de sueños* del *Libro de los Pasajes*,

En la imagen dialéctica, lo que ha sido de una determinada época es sin embargo a la vez “lo que ha sido desde siempre”. Como tal, empero, sólo aparece en cada caso a los ojos de una época completamente determinada: a saber, aquella en la que la humanidad, frotándose los ojos, reconoce precisamente esta imagen onírica en cuanto tal. Es este el instante en que el historiador emprende con ella la tarea de la interpretación de los sueños.<sup>139</sup>

La tarea cual historiador, es revelar esa capacidad onírica que como fantasmagoría se puede extraer de las imágenes. Corresponderá entonces, revelar que ese despliegue de la idea de progreso que se reproduce en la comunicación política cual propaganda, está subsumida no solo a manera de sueño, sino que comparece dentro del modo de producción (ahora neoliberal) y del despliegue del desarrollo de las fuerzas productivas que estructuran la actividad social, y que como se ha visto, se articulan entre sí para reproducir, en la estetización política, un entendimiento de una política igualmente fetichizada.

En alguno de sus pasajes, nos dice Walter Benjamin que hay *liberar* a las cosas de su mera utilidad. La comunicación política no puede seguir siendo una “herramienta” de control, manipulación y difusión del contenido de políticas de coyuntura, de procesos de posicionamiento o estrategias de marketing para vender cual mercancía una idea que como doctrina ha instaurado una imagen *fantasmagórica* del progreso; de la cual es más que

---

<sup>139</sup> Benjamin, Walter, op.cit. p.466.

urgente hacerla *relampaguear* para descarrillar el tren donde viaja el progreso. El relampagueo es el *discontinnumm* histórico de los momentos:

No es que el pasado arroje luz sobre el presente, o el presente sobre lo pasado, sino que imagen es aquello en donde lo que ha sido se une como un relámpago al ahora en una constelación. En otras palabras: imagen es la dialéctica en reposo. Pues mientras que la relación del presente con el pasado es puramente temporal, continua, la de lo que ha sido con él ahora es dialéctica: no es un discurrir, sino una imagen, en discontinuidad. –Solo las imágenes son auténticas imágenes (esto es, no arcaicas), y el lugar donde se las encuentra es el lenguaje.<sup>140</sup>

Los grandes proyectos de comunicación política progresista a gran escala, se vivenciaron como en ningún otro momento histórico desde el arribo de Vicente Fox a la presidencia hasta la actual administración de Peña Nieto. El apoyo de los medios de comunicación, la operación de sindicatos, grupos de choque y hasta organizaciones criminales, han sido partidarios de la reproducción del neoliberalismo que, en su afán prometeico nos está encarrilando a una época de terror no solo económica, sino también política, social y cultural.

Las promesas se ven esfumadas cuando se mira sin nada de perspicacia, la calle, la familia, la escuela o el trabajo; cada vez son más las personas que se ven arrojadas a la urgencia de vender algo, que, ante la falta de empleos, se improvisan las necesidades. Los centros de comercio (tianguis, mercados, plazas públicas y hasta privadas) se han atestado en los últimos años, las cifras sobre los índices de pobreza son descomunales, se ve a diario. Se gana menos, se tiene menos, no hay tal progreso. Su fantasmagoría ha abarcado el campo de lo meramente comunicacional, del plano discursivo; y en el mayor peligro, ha tocado la materialidad. La máxima de estos tiempos modernos sigue teniendo sentido, lo sólido que se sigue desvaneciendo.

Cuando la economía se despedazó, los ahíncos regados y que no han podido ser resarcidos, provocaron un verdadero momento de decadencia, de barbarie. Las soluciones como siempre, desastrosas. Por ejemplo, cuando a Felipe Calderón se le salió de las manos el control del narcotráfico, la alternativa que nos encaminaría a superar la barbarie y regresarnos a la senda

---

<sup>140</sup> Ibidem. p. 464.

del progreso, fue la delegación del poder del ejército; quienes combatirían como fieles “súper héroes” a los “villanos” de la última historia de nuestro tiempo, no hicieron más que coaccionarse dentro de la mafia; aquellos mensajes propagandísticos de inspiración patriótica tienen otra mirada, que en su puesta dialéctica, no pueden esconder los miles de cadáveres que perecen dentro de ese *continuum*.

Lo mismo ha sucedido con las llamadas “reformas estructurales” como continuación del proyecto neoliberal salinista, que han implementado durante el último sexenio. Desde la privatización de Luz y Fuerza del Centro, la promesa sobre el mejoramiento de la energía, de la implementación de las ahora modernas “energías renovables”, de la extensión como derecho a usar dicho servicio a costos que superan el salario mínimo.

Decía el presidente desde su campaña: “bajará el precio de la luz, de la gasolina”, “habrá mayor y mejor empleo”, “educación”, “oportunidades” ... La comunicación política del progreso haciendo alarde; y lo que vemos del lado antitético, no es sino el despliegue de la mismísima barbarie, los servicios no han tenido descenso, los llamados “gasolinazos” han incrementado el precio de la gasolina brutalmente, el sistema educativo actualmente resiste las consecuencias de una reforma laboral; el progreso como un mejor futuro no existe, no hay posibilidad de aspirar a vivir una vejez digna, de tener un patrimonio, de vivir sin dejar de pensar que tal vez mañana y el día que sigue, no se tenga la posibilidad de al menos, subsistir.

Es así como la comunicación política como instrumento de la política neoliberal, ha consolidado lo que para Benjamin es la forma de comunicación por antonomasia de la modernidad; la información reproducida en la prensa, es ahora a todos los grandes medios de comunicación. Lo que ha aniquilado la posibilidad de transmitir las experiencias puras de vida, las que nos encaran día a día y nos hacen ser lo que somos, animales políticos.

### 3.4 Repensar la comunicación política.

*Destruye lo que existe,  
no por amor a los escombros,  
sino por amor al camino que los cruza.<sup>141</sup>*

La comunicación política como propaganda, puesta entonces en su estado latente, nos ha arrojado la manifestación de su forma fetichizada; frotarse los ojos es poder dar cuenta de una realidad que no se ajusta con el discurso fantasmagórico de la comunicación política del neoliberalismo. El monstruo sigue venciendo, a tres décadas de la entrada de dicho proyecto económico, la sentencia progresista es la misma: se nos ha arrebatado todo a cambio de promesas, y mientras en el plano discursivo se alienta el progreso, en la cotidianeidad sucede algo distinto.

Por eso, la cita que encabeza este último capítulo de la presente investigación, nos da también la posibilidad de abrir los caminos para la obtención de las respuestas al encare de nuestro problema. De esta manera solo enfocaremos este pasaje a compartir brevemente algunos trabajos que nos pueden brindar la posibilidad de actuar sobre el proceso de la estetización política que nos compete.

Hemos ya rememorado la historia continua del progreso, la fetichización y estetización de la política, y con ello, el establecimiento de la comunicación política como propaganda y marketing, su reproducción instrumental y la articulación mediática y cultural que dan sustento a las ideas progresistas del despliegue de la modernidad y su fase neoliberal. Hemos puesto en imagen dialéctica dichas *constelaciones* cual problemas sociológicos, sobre todo, hemos ofrecido una visión benjaminiana de la intervención discontinua en dicha historia.

Toca ahora poner en estado de posibilidad, tal como nos impele nuestro autor, la operación destructiva de la imagen, para hacer relampaguear el carácter fetichista y mercantil del contenido progresista vislumbrado en la comunicación política como propaganda/marketing, para darle por ahora (en lo que ocurre un vuelco histórico verdaderamente transformador del

---

<sup>141</sup> Citado por Tackels, Bruno, en: *Walter Benjamin*. p. 269.

modo de producción capitalista financiero), mención, memoria, recuerdo y manifestación a los sin nombre, a aquellos que cruzan el camino de la devastación de los vencidos. “...el problema del progreso consiste en que éste elimina la condición “trunca” o “abierta” del pasado, su *aún no*, su infinita posibilidad de resplandecer en el “tiempo-ahora”, de entrar o irrumpir en el ahora”.<sup>142</sup>

Y esas maneras de irrupción, tal vez pueden darse a través de estas propuestas:

1. Una operación iconoclasta para romper con una imagen fantasmagórica (la de la comunicación política que como propaganda/marketing reproduce un ideal de progreso), que ha hecho del ídolo del progreso el fetiche ante el cual la colectividad se sacrifica.
2. Potenciar una politización<sup>143</sup> del arte que encare dicha imagen fantasmagórica.
3. Politizar los instrumentos de la *mediocracia* para revertir el uso meramente instrumental de la comunicación política.
4. Potenciar una politización de la comunicación política en la que no se vea reducida a su plano instrumental, y se amplíe su campo de conocimiento.

Para el caso de la primera propuesta, operar en el sentido benjaminiano de la destrucción es lo que para Carlos A. Otero, desneutralizar la imagen. Para Otero la neutralización de una imagen se da cuando se le reduce a mero signo (lo que para Benjamin es el lenguaje como mero signo), anulando con ella su misma potencia histórica. La gravedad del asunto es que *las miradas que se dirigen a la imagen* van articulando las *relaciones que configuran el espacio público*.<sup>144</sup> Recordemos, por ejemplo, lo sucedido en México en el año 2006.

La llamada guerra sucia propagandística que se tejió en contra del candidato por la presidencia de la república, Andrés Manuel López Obrador, por parte del también candidato y ganador Felipe Calderón, en todos los ámbitos mediáticos, fue la de nombrar al primero, “un peligro para México”. Las estrategias de marketing aplicadas en ese entonces fueron el

---

<sup>142</sup> Federico Galende parafraseando a W. Benjamin, en, *Walter Benjamin y la destrucción*. p. 160.

<sup>143</sup> Como anteriormente se abordó, entendiendo por politización un acercamiento a una política comunitaria, incluyente o deliberativa, como una actividad socialmente humana, etc.

<sup>144</sup> A. Otero, Carlos en *Iconoclastia. La ambivalencia de la mirada*, p. 17

parteaguas para las batallas mediáticas que se darían durante los años siguientes en la política profesional.

Los comerciales, anuncios, espectaculares y demás herramientas propagandísticas, expusieron en mayor medida la figura del “peligro para México”, que tuvo un alcance considerable de eficacia en algunos espacios de la opinión pública y aun así, no logró, como proponen las teorías de la influencia directa de los medios en las audiencias (ciudadanía), ampliar el 1% que sustancialmente quedó marcando la victoria de la contienda política.

De esta manera el iconoclasta es para Otero, aquel que debe salir de los umbrales de la crítica de la ruptura de la imagen privada, a la destrucción de los ídolos y de toda *teología política*. Esa crítica a la idolatría no puede ser otra más que la destrucción iconoclasta de la imagen, porque confía en lo que Roberto Esposito “... piensa que es posible una política afirmativa de la vida, es decir; una política que no tome a la vida como mero objeto de protección y negación...Hoy, si aún se trata de salvación, ya va siendo hora de aceptar que más imágenes...nos salvan de cualquier dios...Nos salvan como el lugar, como el espacio en el que se ejerce la libertad.”<sup>145</sup>

Justamente ese es el espacio en el que debemos potenciar la dialéctica de nuestra imagen fantasmagórica, de revelar que contrariamente a lo publicitado en los comerciales oficiales<sup>146</sup> del Gobierno de la República sobre el lugar quinceavo que ocupa México dentro de las primeras “economías del mundo”, se dan despidos masivos de trabajadores; como el caso de los 10 mil desempleados de PEMEX en Tabasco, entidad que a propósito, ocupa el primer lugar de desempleo del país.<sup>147</sup>

“La «creación de imágenes» en la publicidad, la propaganda, los medios de comunicación y el arte ha reemplazado a la producción de mercancías materiales en la vanguardia de las economías capitalistas avanzadas, y es difícil pensar en plantear una crítica contundente de estos nuevos ídolos sin recurrir, en alguna medida, a la retórica marxista de la iconoclastia.”

---

<sup>145</sup> A. Otero, Carlos, *op.cit.* p. 36

<sup>146</sup> Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=CO-VhbpNIYM&index=6&list=PLvtp80ozfi572UC3PWjvK-2wWPwXo09eW> 10/08/16

<sup>147</sup> Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/427883/expondran-a-pena-nieto-impacto-de-despidos-de-pemex-en-tabasco> 10/08/16

La cita de W.J.T Mitchel, nos enlaza de inmediato con lo que autores como Barreto, E. Dussel o Hito Steyerl, consideran el espacio de la racionalidad y del poder mediático.

La cita de Mitchel es un extracto del pequeño ensayo “La dialéctica de la iconoclastia”, en donde el autor expone que la intervención iconoclasta no debe inclinarse hacia una acción de ultraizquierda (siguiendo la crítica de Baudrillard hacia los medios de comunicación), sino más bien hacia una esperanzadora posibilidad de actuar; tomando a los medios de comunicación como ejemplo de instrumentos mediáticos que han reemplazado las mercancías materiales, *vehículos de ilustración reales*.

Respecto a la segunda posibilidad, potenciar una politización del arte que encare nuestra imagen fantasmagórica, tiene una justa relación con la propuesta de potencializar aquello que Hito Steyerl llama “imagen pobre”. Esta filósofa, en su ensayo “Los condenados de la pantalla”, nos ofrece una visión que va encaminada con aquella esperanza que Benjamin tuvo en la *techné*, y que se ve materializada, más allá de la *Obra en la época de su reproductibilidad técnica*, en los escasos programas de radio que Benjamin hizo.<sup>148</sup> Ahí, el Benjamin locutor, expresó una intención de potenciar la narración a través de lo que en ese entonces eran los nuevos medios de comunicación.

Steyerl, al igual que Benjamin, se cuestiona sobre los espacios en donde se articula lo público, sobre el papel del arte hoy día y sobre las posibilidades siempre abiertas e infinitas de politizar no solo dichos espacios, sino también las formas modernas (aparatos e instrumentos) que se despliegan en esta sociedad mediatizada. Si bien, las imágenes, siguiendo al filósofo alemán, son meramente inexpresivas, *fragmento del mundo real... una cosa como cualquier otra... como tú y yo*. Y pueden articularse también como *imagen pobre*, es decir, “una lumpenproletaria en la sociedad de clases de las apariencias, clasificada y valorada según una resolución...una bastarda ilícita de quinta generación de una imagen original...los Condenados de la Pantalla contemporáneos, el detrito de la producción audiovisual, la basura arrojada a las playas de las economías digitales.”<sup>149</sup>

---

<sup>148</sup> Dichos programas están compilados en una breve antología que publicó Hueders en el 2014. Benjamin, Walter, *Juicios a las brujas y otras catástrofes: crónicas de radio para jóvenes*, p. 144

<sup>149</sup> Steyerl, Hito, *Los condenados de la pantalla*, p.34

Todo lo anterior es la imagen pobre, pero también ellas “muestran lo extraordinario, lo obvio y lo increíble, siempre y cuando seamos todavía capaces de descifrarlo.”<sup>150</sup> Intervenir destructivamente en el continuum de la historia de nuestra imagen dialéctica es descifrar, descubrir y politizar aquella *fuerza liberadora* que Benjamin vio en las cosas, el carácter onírico del despertar.

Por esta razón es que Steyerl mira en las imágenes pobres una fuerza que puede resistir, en el sentido de esta investigación, al “huracán del progreso”. “Las imágenes son violadas, rasgadas, sujetas a interrogatorio y puestas a prueba. Son robadas, recortadas, editadas y reapropiadas. Son compradas, vendidas, alquiladas. Manipuladas e idolatradas. Agraviadas y veneradas. Participar en la imagen significa tomar parte en todo esto.”<sup>151</sup>

Finalmente, parafraseando a Steyerl, menciona en Benjamin la existencia de una idea de participación en la cual el hombre puede sumarse a la materia. Para el caso que nos compete, habría entonces que despertar en la comunicación política como propaganda/marketing, una fuerza liberadora que sucumba los cimientos del progreso y apunte a objetivar otro tipo de racionalidad al instrumental.

Pensemos un poco los últimos procesos medianamente revolucionarios que surgieron con la oleada de las llamadas “revoluciones primaverales”, desde la articulación de la “revolución” árabe del 2010 que promovió la dimisión de Hosni Mubarak, la organización colectiva “Movimiento 15-M” en España, el “Occupywallstreet” en Nueva York, o el mismísimo movimiento estudiantil #yosoy132 en México, por mencionar algunos sobresalientes.

Dichos movimientos colectivos fueron una respuesta destructora de la imagen del *establishment* de cada nación correspondiente. No quiere decir que el uso de las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, etc.) hayan sido el motor de cambio, es decir, que la técnica haya sobrepasado la acción colectiva, quiere decir solamente que dichos colectivos participaron con la imagen, potenciando algunas fuerzas históricas que facilitaron o promovieron la articulación de la movilización de cientos de ciudadanos que se expresaron, manifestaron u organizaron en los espacios públicos e hicieron visible el carácter decadente

---

<sup>150</sup> Ídem.

<sup>151</sup> Ibidem p.57.

y bárbaro que envuelve la creencia en el ídolo del progreso. O también está el uso, como imagen pobre, de los jóvenes desaparecidos de Ayotzinapa para recordarlos día a día y año con año, frente a la evasión política y frente a la falta de resultados sobre su búsqueda y su esperado encuentro. Hacer mostrar las imágenes pobres, es hacer estallar su fuerza mesiánica, que en una lista innumerable de casos puede arrojar posibilidades de hacerle frente a la devastación.

Esto nos lleva directamente a encontrarnos en el camino de la politización no solamente del arte o de la apertura de los espacios del arte, como la también artista Hito Steyerl nos impele; sino también a politizar los instrumentos de la *mediocracia* para así revertirlos de su uso meramente instrumental. Tal es el caso de la comunicación política como propaganda y marketing, desde la cual se han podido articular otras formas de entendimiento, acercando a la comunicación política más a una acepción conformadora del espacio público, de la búsqueda del establecimiento de una democracia participativa, de la configuración y articulación de la política como actividad socialmente humana, etcétera.

De lo que se trata finalmente es de hacer valer esa fuerza política transformadora de la cosa pública, de hacer saltar el *valor de uso* de la imagen dialéctica que nos compete y articularla en el centro de la política, es decir, de la comunidad, quienes formamos estas vastas mayorías que estamos padeciendo el desenfreno de la barbarie. Kluge y Negt nos dicen que “Es tan importante producir esfera pública como lo es producir política, afecto, resistencia, protesta, etc.”; pero también es importante encontrar los modos de producirla, ampliar las posibilidades desde su recuperación destructivamente histórica, desde la configuración de una crítica “de la palabra que juzga, de la palabra a través de la cual la historia se rehace cada vez a sí misma.”<sup>152</sup>

---

<sup>152</sup> Galende, Federico, *Ibidem*, p. 74

## CONCLUSIONES

*Es preciso cortar la mecha encendida  
antes que la chispa llegue a la dinamita.*<sup>153</sup>

Nada parece más exacto para las circunstancias que atravesamos ahora. Walter Benjamin, aquel año de 1940 no quiso ver la explosión de la catástrofe misma que él había vaticinado; catástrofes que al parecer no han dejado de eclosionar, ¿Habrà un momento preciso de la historia en donde los vencidos debamos cortar dicha mecha? ¿Acaso no tenemos suficiente con la violencia desatada ahora como para ponerle freno? Las razones sobran, pero la articulación de una acción alternativa para transformar las condiciones que han provocado la barbarie que vivenciamos día a día parecen estar incubadas.

Para el filósofo Byung-Chul Han, una de las respuestas se encuentra en que la humanidad se dirige hacia la época de la *psicopolítica digital*. “Avanza desde una vigilancia pasiva hacia un control activo. Nos precipita a una crisis de la libertad con mayor alcance, pues ahora afecta a la misma voluntad libre.”<sup>154</sup>

Pensar en las formas en las que en la actualidad se materializa la reproducción de las técnicas e instrumentos del proceso de estetización política que se masificó en la propaganda nacionalsocialista que Benjamin observó; nos obliga a preguntarnos sobre su transformación, principalmente en un tiempo en el que los principios fundadores y articuladores de la derecha fascista se están manifestando de la misma forma, con la única diferencia en el uso de sus medios.

La premonición histórica de Benjamin nos arroja luz sobre este problema, el de pensar en las alternativas para cortar la chispa o frenar el tren, en la aún imparable época del progreso. Es por eso que al menos por ahora, queda seguir evidenciando el doble carácter que puede tener el ascenso de la técnica. Tanto de una tendencia, por demás catastrófica y negativa de una

---

<sup>153</sup> Löwy, Michael, *Walter Benjamin y la crítica del progreso*, p. 22. Consultar en *Walter Benjamin. Resistencias minúsculas*, Cohen, Esther (ed.), México, Godot, 2015, p. 256.

<sup>154</sup> Byung-Chul Han, *Psicopolítica*, p.25.

mecanización humana, como de iniciativas positivas para revertir el uso meramente instrumental de la técnica.

Puesto que esta investigación no tuvo como propósito dar una respuesta concisa a ello, encuentra por otra parte una primera conclusión abierta a alternativas que como “quiebres históricos” nos permiten actuar desde las ruinas de la dinamita que hacen explosión continua e imparable.

Como se ha dicho, la comunicación política no puede seguir siendo reducida a su mero anclaje instrumental, necesita alternativas teóricas que le den un empuje epistemológico a su campo disciplinar, para con ello poder actuar en el plano de su reproductibilidad material; en este caso y con mayor urgencia, en el de la propaganda y el marketing político, porque es ahí donde se articula la idea de progreso, y por ende, la de las formas (psico) políticas que a través de la mediatización de los medios de comunicación, se cosifica una participación ciudadana, una experiencia social o una actividad socialmente comunitaria del actuar político del que tanto carecemos hoy día, mismo que es urgente y necesario potenciar.

“La explosión de la barbarie que estamos atestiguando en nuestro tiempo tiene una dimensión tanto psicológica como estética que no debe ser descartada: la mutación que está ocurriendo debe de ser interpretada desde el punto de vista de la sensibilidad.”<sup>155</sup> Y a esto le agregaría, una sensibilidad de carácter destructivo, misma que despeje el camino que cruzan las huellas de la barbarie. Huellas que hay que visibilizar y superponer en la imagen progresista que se representa en la comunicación política como acepción de propaganda/marketing político, ya que es ahí, uno de los lugares en donde se estructura esa dimensión estética y psicológica del dominio y del convencimiento del progreso.

Como dice Löwy: “la exigencia fundamental de Benjamin es escribir la historia “a contrapelo”, es decir, *desde el punto de vista de los vencidos*, en contra de la tradición

---

<sup>155</sup> Cita del prólogo de Franco Berardi al texto de Emmelhainz, Irmgard, *op.cit.* p. 11.

conformista del historicismo alemán en donde los partisanos sienten siempre empatía por el vencedor (Tesis VII).”<sup>156</sup>

Reescribir históricamente la imagen dialéctica de la fantasmagoría del progreso que se evidencia en la comunicación política como propaganda/marketing, tiene finalmente (sea cualquiera de las alternativas diseñadas en el capítulo tercero) hacer valer todo aquello que ha quedado superpuesto ante este huracán que no tiene intención de detenerse. Actuar destructivamente y dialécticamente en el continuo histórico del progreso, es reconocer en el pasado una posibilidad esperanzadora para el presente.

“El pasado es inconcluso en la medida que es otro respecto a lo que empíricamente es. Pero esa alteridad no toma la forma de un ideal independiente del tiempo histórico, sino que se halla inscrita en los propios fenómenos del presente”.<sup>157</sup> El método histórico de Walter Benjamin es por tanto, “Un método interesado en “salvar” la unicidad particular de los fenómenos, sin enmascararla bajo la “falsa unicidad” de categorías genéricas, resulta especialmente adecuado para combatir la objetividad del conocimiento histórico, que no sirve más que para reproducir las relaciones de dominio en el presente.”<sup>158</sup>

Romper la idea, como mito o fantasmagoría de progreso, es romper con la gran promesa y con la base ideológica en donde se sustenta el capitalismo y sus vertientes neoliberales. Para el antropólogo y sociólogo Héctor Díaz-Polanco, al capitalismo y su ideal progresista no hay que hacerle otra cosa más que destruirlo.<sup>159</sup> En una época de vuelco fascista en la que se ha llevado “a sus últimas consecuencias la combinación típicamente moderna ente progreso técnico y regresión social”.<sup>160</sup>

Vivimos en la era del “Big Brother digital”, dice Byung-Chul Han, la época en la que para un escritor como Nicholas Carr, las nuevas tecnologías se están sobreponiendo sobre la

---

<sup>156</sup> Löwy, Michael, *op.cit.* p. 27.

<sup>157</sup> Ídem

<sup>158</sup>Íbidem, p. 56.

<sup>159</sup> <http://www.jornada.unam.mx/2016/10/19/cultura/a03n1cul>

<sup>160</sup> Löwy, *op.cit.* p.30.

actividad humana. “El neoliberalismo es un sistema muy eficaz...para explotar la libertad...*seduce* en lugar de prohibir. No enfrenta al sujeto, le da facilidades.”<sup>161</sup> La comunicación política como propaganda/marketing está envuelta en ello, es parte fundamental de ese quehacer político, que a través de lo estético o psicológico, se imbuje en un espacio tan reducido de la esfera social.

Para votar en elecciones no es necesario concurrir a una asamblea entre representantes y representados, basta con deslizar el dedo índice y ver en tu *timeline* los comerciales prometedores de un Rafael Moreno Valle en la aplicación de *Instagram*; promoviendo carreteras majestuosas o ruedas de la fortuna impresionantes; o que decir de un Javier Duarte haciendo ahínco en la lucha contra la delincuencia y la pobreza en un estado que acaba de dejar en el primer lugar de secuestro a nivel nacional, mientras se haya prófugo detrás de las ruinas que su gobierno ha dejado a su paso.<sup>162</sup>

“La «creación de imágenes» en la publicidad, la propaganda, los medios de comunicación y el arte ha reemplazado a la producción de mercancías materiales en la vanguardia de las economías capitalistas avanzadas, y es difícil pensar en plantear una crítica contundente de estos nuevos ídolos, sin recurrir, en alguna medida, a la retórica marxista de la iconoclasia.”<sup>163</sup> En esta cita de W.J.T Mitchel, la iconoclastia no es sino la puesta destructiva de la imagen como ídolo. Lo cual quiere decir que las iniciativas para encarar el problema de investigación presente son variadas, oportunas, emergentes.

El ideal de progreso que se desentraña históricamente aquí, es una iniciativa más a aportar a una cuestión que sigue desplegándose (desde los principios historicistas devenidos de la Edad Media) sobre o frente una realidad terrorífica. En un espacio como el académico intelectual, se deben articular los modos para hacer saltar como imagen del mundo, esas experiencias signo de violencia, de despojo y de barbarie. La comunicación política tiene que apearse hoy más que nunca a la búsqueda de la puesta en práctica la actividad humana que

---

<sup>161</sup> Byung-Chul, Han, *op.cit.* p. 29.

<sup>162</sup> Disponible en: [http://www.vice.com/es\\_mx/read/genesis-deyanira-urrutia-ser-joven-en-veracruz-es-sinonimo-de-muerte](http://www.vice.com/es_mx/read/genesis-deyanira-urrutia-ser-joven-en-veracruz-es-sinonimo-de-muerte) 16/11/16

<sup>163</sup> Mitchel, W.J.T, *op.cit.* p.158.

socialmente nos hace políticos, la palabra. Y con ello la tarea de hacer hablar a *los vencidos*, a *los sin nombre*, y a toda la tragedia que se enmudece. “La interrupción revolucionaria es entonces la respuesta de Benjamin a las amenazas que hacen pesar sobre la especie humana la persecución de la tempestad maléfica que llamamos “Progreso”, una tempestad que acumula ruina sobre ruina y prepara nuevas catástrofes (Tesis XII).”<sup>164</sup>

---

<sup>164</sup> Löwy, Michael, *op.cit.* p. 31.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adorno y Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*, Madrid, Trotta, 1994, p.303.
- Anderson, Perry, *Transiciones de la Antigüedad al Feudalismo*, México, Siglo XXI, 1984, p.311.
- Antonio Pasquali, *Comunicación y cultura de masas: La masificación de la cultura por medios audiovisuales en las regiones subdesarrolladas. estudio sociológico y comunicacional*, Caracas, Monte Ávila, 1972, p.551.
- A. Otero, Carlos (ed.), *Iconoclastia. La ambivalencia de la mirada*, Madrid, La oficina, 2012, p. 204.
- Arendt, Hanna, *La condición humana*. Barcelona, Seix Barral, 1994, p.432.
- Ávila, José Luis, *La era neoliberal*. México, Océano, 2006, p.307.
- Barja, Juan; Rendueles, César (eds.), *Mundo escrito, 13 derivas desde Walter Benjamin*, Círculo de Bellas Artes, Madrid, 2013, p.256.
- Barreto, Juan, *Crítica de la razón mediática. Ensayos sobre biopolítica y potencia política del cuerpo (pre-textos para un debate sobre el socialismo)*, Venezuela, Universidad Central de Venezuela CIPOST, 2006, p.699.
- Benjamin, Walter, *Calle de mano única*, Argentina, El cuenco de plata, 2014, p.128.
- Benjamin, Walter, *Crítica de la violencia*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2010, p.121.
- Benjamin, Walter, *El París de Baudelaire*, Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2012
- Benjamin, Walter, *Ensayos escogidos*, Buenos Aires, El cuenco de la plata, 2010, p.192.
- Benjamin, Walter, *Historias desde la soledad y otras narraciones*, Argentina, El cuenco de plata, 2013, p.208.
- Benjamin, Walter, *Juicios a las brujas y otras catástrofes: crónicas de radio para jóvenes*, Santiago de Chile, Hueders, 2014, p. 144.
- Benjamin, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Itaca, 2003, p.127.

- Benjamin, Walter, *Libro de los Pasajes*, Madrid, Akal, 2005, p. 1102.
- Benjamin, Walter, *Obras. Libro II. Vol I*, Madrid, Abada, 2007, p. 144-162, 206-208, 216-222.
- Benjamin, Walter, *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*, Taurus, Madrid, 1991, p. 75-85, 111-135.
- Benjamin, Walter, *Tesis sobre la historia*, México, Itaca, 2008, p. 118.
- Bizberg, Ilán; Meyer, Lorenzo (coord.), *Una historia contemporánea de México: Transformaciones y permanencias*, México, Océano, 2003, p. 643.
- Blake, William, *Antología Bilingüe*, Madrid, Alianza, 1996 p. 237.
- Blanqui, Jean Auguste, *La eternidad a través de los astros*, Buenos Aires, Colihue, 2002, p.208.
- Buchenhorst, Ralph; Vedda, Miguel; Vernik, Esteban, *Observaciones Urbanas: Walter Benjamin y las nuevas ciudades*, Buenos Aires, Gorla, 2008, p.206.
- Buck-Morss, Susan; *La dialéctica de la mirada: Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, Madrid, Visor, 1995, p.418.
- Buck-Morss, Susan; *Walter Benjamin, Escritor revolucionario*, Buenos Aires, Interzona, 2005, p.299.
- Byung-Chul Han, *Psicopolítica*, Barcelona, Herder, 2014, p.127.
- Cohen, Esther (ed.), *Acta Poética*, México D.F, Instituto de Investigaciones Filológicas, Núm. 28 1-2, 2007, p.391.
- Delgado Rojo, José Luis, *El origen del presente. La filosofía de la historia de Walter Benjamin*, Madrid, Sequitur, 2016, p. 152.
- Domenach, Jean Pierre, *La propaganda política*, Buenos Aires, Eudeba, 1963, p.135.
- Dussel, Enrique, *20 tesis de política*, México, Siglo XXI, 2006, p.174.
- Eagleton, Terry, *Walter Benjamin o hacia una crítica revolucionaria*, España, Cátedra, 1998, p.272.
- Ellul, Jaques, *Historia de la propaganda*, Venezuela, Monte Ávila, 1969, p.187.
- E. Shannon, Claude y Weaver, Warren, *Teoría matemática de la comunicación*, p. 159.

- Emmelhainz, Irmgard, *La tiranía del sentido común. La reconversión neoliberal de México*, p. 17.
- Ferrer, Eulalio, *El lenguaje de la publicidad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003, p.371.
- Ferrer, Eulalio, *La publicidad*, México, Trillas, 2004, p. 293.
- Forster, Ricardo, *Los hermeneutas de la noche. De Walter Benjamin a Paul Celan*, Madrid, Trotta, 2009, p.168.
- Galende, Federico, *Walter Benjamin y la destrucción*, Santiago de Chile, Metales Pesados, 200p, p.233.
- Gallardo Cano, Alejandro, *Curso de teorías de la comunicación*, México, Cromocolor, 1998, p.169.
- Gandarilla Salgado, José Guadalupe, *Asedios a la totalidad. Poder y política en la modernidad desde un encare de-colonial*, Barcelona, Anthropos, 2012, p. 354.
- Gaos, José (coord.), *Lecciones sobre la filosofía de la historia universal*, España, Alianza, 1999, p.701.
- Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública*, México, Gustavo Gili, 1994, p. 354.
- Harvey, David, *Breve historia del neoliberalismo*, Madrid, Akal, 2007, p. 256.
- Hobswam, E.J. *Las revoluciones burguesas (II)*, México, Quinto Sol, p. 568.
- Juanes, Jorge, *Walter Benjamin: física del graffiti*, México, Dosfilos, 1994, p.103.
- Katz, Friedrich y Lomnitz, Claudio; *El Porfiriato y la Revolución en la historia de México: una conversación*, México, Era, 2011, p. 136.
- Kenneth Turner, John, *México Bárbaro*, México, Editores Mexicanos Unidos, 2007, p.286.
- Krauze, Enrique, *Crónica de la publicidad en México*, México, Clío, 2002, p.231.
- Lepenies, Wolf, *Las tres culturas. La sociología entre la literatura y la ciencia*, Madrid, Akal, 2008, p. 254.
- López Veneroni, Felipe, *La ciencia de la comunicación: método y objeto de estudio*, México, Trillas, 1997, p.148.

- Lordon, Frédéric, *Capitalismo, deseo y servidumbre: Marx y Espinoza*, Buenos Aires, Tinta Limón, 2015, p.176.
- Löwy, Michael, *Walter Benjamin y la crítica del progreso*, p. 22. Consultar en *Walter Benjamin. Resistencias minúsculas*, Cohen, Esther (ed.), México, Godot, 2015, p. 256.
- Maarek, Philippe J, *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1997, p.267.
- Marx, Karl, *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*, La Habana, Ciencias Sociales, 1974 p.138.
- Marx, Karl; Hobsbawm, Eric J, *Formaciones económicas precapitalistas*, México D.F, Siglo XXI, 1992, p. 119.
- McLuhan, Marshall, *La aldea global: Transformaciones en la vida y en los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*, México, Gedisa, 1991, p. 203.
- Maza, Enrique, *Medios de comunicación: realidades y búsquedas*, México, UACM, 2003, p.205.
- Mazzoleni, Gianpietro, *La comunicación política*. Madrid, Alianza, 2003, p.344.
- Menninghaus, Winfried, *Saber de los umbrales*, Buenos Aires, Biblos, 2013, p.135.
- Musil, Robert, *El hombre sin atributos I*, p. 36.
- Opitz, Michael; Wizisla, Edmund (eds.), *Conceptos de Walter Benjamin*, Buenos Aires, Las Cuarenta, 2014, p.1264.
- Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?* México, Nueva Imagen, 1997, p.483.
- Sholem, Gershom, *Correspondencia 1933-1940*, Madrid, Trotta, 2011, p.277.
- Grüner, Eduardo, *El sitio de la mirada*, Buenos Aires, Norma, 2001, p.387.
- Kluge, Alexander y Negt, Oskar, *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria*, p. 251. En *Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca, 2001, p. 490.
- Pacho, García, Julián, *Positivismo y Darwinismo*, España, Akal, 2005, p.96.
- Paoli Bolio, Antonio; González, César, *Comunicación publicitaria*, México, Trillas, 2004, p.141.

- Peredo Castro, Francisco, *Cine y propaganda para Latinoamérica. México y Estados Unidos en la encrucijada de los años cuarenta*, México, Centro Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos, 2004, p. 509.
- Prieto Castillo, Daniel, *Retórica y manipulación masiva*, México, Coyoacán, 1994, p. 135.
- Ramírez, José Agustín, *Tragicomedia mexicana I*, México, Debolsillo, 2013, p.340.
- Rancière citado en: Forster, Ricardo, *Los hermeneutas de la noche: de Walter Benjamin a Paul Celan*, Madrid, Trotta, 2009, p.166.
- Rella, Franco, *El silencio y las palabras*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1992, p.223.
- Reyes Arce, Rafael y Munch, Lourdes, *Comunicación y mercadotecnia política*, México, Limusa, 1998, p.163.
- Rojas Soriano, Raúl, *El proceso de la investigación científica*, México, Trillas, 1990, p.151.
- Sánchez Vázquez, Adolfo, *Filosofía de la praxis*, México, Siglo XXI, 2003, p.536.
- Sánchez Vázquez, Adolfo, *Entre la realidad y la utopía: ensayos sobre política, moral y socialismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999, p.329.
- Sorel, George, *Las ilusiones del progreso*, Granada, Comares, 2011, p.169.
- Spinoza, *Ética demostrada según el orden geométrico*, Madrid, Trotta, 2000, p.301.
- Spotts, Frederic, *Hitler y el poder de la estética*, Madrid, Fundación Scherzo, 2011, p. 537.
- Steyerl, Hito, *Los condenados de la pantalla*, Buenos Aires, Caja Negra, 2014, p.208.
- Sontag, Susan, *Bajo el signo de Saturno*, México, Debolsillo, 2007, p.130.
- Tackels, Bruno, *Walter Benjamin, una vida en los textos*, España, Publicaciones de la Universidad de Valencia, 2012, p.663.
- Tinta Limón, en el prólogo a: Lordon, Frédéric, *Capitalismo, deseo y servidumbre: Marx y Spinoza*, p.11.
- Uslenghi, Alejandra (ed.), *Walter Benjamin: Culturas de la imagen*, Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2010, p.333.

- Vedda, Miguel (ed.), *Constelaciones dialécticas. Tentativas sobre Walter Benjamin*, Argentina, Herramienta, 2008, p.158.
- Villamil, Jenaro, *La televisión que nos gobierna: Modelo y estructura desde sus orígenes*, México, Grijalbo, 2005, p. 239.
- Witte, Bernd, *Walter Benjamin: La biografía*, Barcelona, Gedisa, 1990, p.239.
- Weber, Max, *El político y el científico*, Madrid, Alianza, 1998, p.235.
- Weber, Max, *La política como profesión*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2007, p.164.
- Vizer, Eduardo A. *La trama invisible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires, La Crujea, 2006, p.362.
- Wolton, Dominique, *La comunicación política: construcción de un modelo*, en Ferry J.D. Wolton, et.al. El nuevo espacio público, Barcelona, Gedisa, 1998, p.256.
- Zaid, Gabriel, *El progreso improductivo*, México, Colegio Nacional, 2004, p.560.