

## **El desafío de la Comunicación<sup>1</sup>**

**Pedro Alzuru**

La frase “desafíos de las ciencias contemporáneas” tiene sin duda varias aristas, se puede interpretar como los desafíos que tienen estas ciencias ante ellas, por ejemplo, cómo utilizar los recursos naturales de manera cada vez más racional, considerando que esos recursos no son ilimitados, lo que creíamos hasta hace muy poco; cómo alimentar a más de siete mil millones de seres humanos; cómo evitar que sus aplicaciones sean utilizadas contra los pueblos y contra la humanidad entera.

Queremos en esta oportunidad interrogarnos sobre otra lectura de la frase, los desafíos que esas mismas ciencias y sus aplicaciones representan para la sociedad contemporánea. Interrogarnos, más concretamente sobre el desafío que representan las nuevas tecnologías de almacenamiento y difusión de la información. Esas tecnologías a su vez nacen para responder a un desafío, la necesidad de estar informados, de estar interconectados, de que el conocimiento se difunda cada vez más rápidamente y pueda ser utilizado por quienes lo necesiten.

Ocurre sin embargo que como el automóvil, inventado para trasladarnos más rápido entre un punto y otro, la casa y el trabajo por ejemplo, en muchas ciudades congestionadas de hoy, y no sólo las grandes metrópolis, ya ese mismo trayecto lo hacemos en menos tiempo caminando. De igual forma, no podemos negar que las tecnologías de la información y de la comunicación, no obstante sus innegables potencialidades, en muchos sentidos, no nos sirven para informarnos y comunicarnos.

Se puede objetar, que los obstáculos no están en esas tecnologías sino en los usos que les damos, por esto debemos aclarar que no queremos referirnos tanto a los usos que “debemos” darles sino a los usos que realmente les damos. Esos usos no son básicamente para informarnos y comunicarnos, el uso masivo que se hace de la comunicación hoy es sobre todo, aunque parezca paradójico, para desinformarnos y

---

<sup>1</sup> Ponencia en las Jornadas de Ciencias Humanas: Desafíos de las Ciencias Contemporáneas, Doctorado en Ciencias Humanas- ULA, Mérida, 20-22 marzo 2013.

aislarnos. No negamos, repetimos, la acepción positiva de la comunicación, pero queremos subrayar sus aspectos negativos, los cuales constituyen a nuestro modo de ver, uno de los desafíos cruciales de la sociedad contemporánea.

El problema fue avizorado tempranamente, 1936, por Walter Benjamin en su clásico texto sobre *El arte en la era de su reproductibilidad técnica*, esta reproductibilidad está, para él, no sólo en el origen del fenómeno de la pérdida del aura, de la comprensión y la fruición del original por un espectador privilegiado, sustituida por la recepción distraída, puramente lúdica y alienante de los productos culturales que hoy nos caracteriza, sino también, y esto es lo más importante para nuestro propósito, en la aparición, invención del nazismo en ascenso, de la estetización de la política, el uso de las para entonces nuevas tecnologías de la fotografía, del cine, de la radio, de los altoparlantes, del afiche, etc., en la propaganda política, en la reproducción hasta la saciedad de una mentira hasta convertirla en verdad, en el endiosamiento del líder, en la manipulación de los sentimientos y de las emociones con el fin de lograr y mantener el poder político.

Hay dos invenciones definitorias de la comunicación tal y como la estamos planteando aquí, el *rating* y el *spin*, se trata, respectivamente, de la búsqueda de la valoración de un producto por el más amplio público recurriendo a cualquier artimaña y, justamente, de todos los trucos, de todas las piruetas, de todos los giros de los que se vale el comunicador para mantener su producto, con frecuencia él o ella misma, en escena. Ya sea que sus orígenes estén en la política nazi o en la propaganda de todo tipo de mercancías, estos rasgos de la comunicación han influenciado todos los ámbitos de la vida humana.

El problema hoy, tema de discusión en el país desde hace algunos años, no es tanto que los medios de comunicación hagan política sino que la política ya no se entiende sin la comunicación, sin esta comunicación basada en la consecución de la más amplia audiencia por cualquier medio, sin escrúpulos, para que adquiera productos (jabones, prestigio, modos de vida, sistemas políticos) a cualquier precio. Tanto es así que puede llegar a parecernos normal que la economía y la política ya no se entiendan sin la comunicación. Puede tomarnos más por sorpresa, aunque ya es también “normal”, que la ciencia, el arte y la mismísima educación recurran también a estos mecanismos

propios de la propaganda. El arte, los artistas y su periferia, sin duda con más éxito que la ciencia y la educación.

En nuestras sociedades, es una queja cada vez más extendida que la ciencia y la educación ya no son atractivos para los más jóvenes, que las multitudes se entregan al placer, la diversión, el consumo, la frivolidad, los bajos instintos, sin importarles la seriedad de la ciencia, la gravedad y profundidad del arte, los valores y las instituciones que Occidente ha tomado más de dos milenios y medio en instaurar.

Si esto es una queja en Europa y Norte América donde aún instituciones políticas tales como la república, la democracia, los partidos políticos, la separación de poderes, la constitución, la ciudadanía, la ciencia, las universidades, el periodismo, la intelectualidad, etc., enmarcan las relaciones entre los distintos individuos y grupos sin pretender acabar con las diferencias; donde los profesionales son consultados para la resolución de los problemas del país, de las regiones; donde las instancias legitimadoras del arte y la cultura no han sido borradas por la farándula, el comercio o la ideologización compulsiva, o más exactamente, la sensología: qué quedará para nosotros, estos países nuestros donde el militarismo del siglo XIX se engalana con las plumas de la postmodernidad; donde la política (o antipolítica) deja de tener como referentes a las ciencias sociales, la filosofía y se alimenta de la superstición, la viveza criolla, las montoneras, la gavilla, la mafia, donde se cumplen de manera perversa todos los lemas del mayo francés del '68 (*"Impossible et pourtant là "*, *"Soyez realiste, demandez l'impossible"*, *"vivre sans temps morts, jouirs sans entraves "*, *"Il faut tout dire"*, *"L'imagination prend le pouvoir "*).

Compartimos plenamente las tesis de Perniola en sus últimos textos (2004, 2009, 2012), según las cuales, a partir del mayo francés del '68 habríamos entrado en un progresivo proceso de desaparición de la acción, sustituida por la comunicación, la comunicación entendida no sólo como los medios privados sino como paradigma, como rasgo que atraviesa los medios públicos, todos los aspectos de la vida humana y desde entonces y por eso define la época, esta contemporaneidad nuestra que se inició en el mayo del '68. La masificación de los medios masivos de comunicación, sus tecnologías cada vez más sofisticados, su rol determinante en la globalización de la cultura occidental, según él, ha pasado por cuatro momentos cada uno de los cuales

cubre más o menos una década a partir del '68: la comunicación, la desreglamentación, la provocación y la valoración; logrando sustituir todas las instancias de legitimación del saber, de la ciencia, de la política, del arte, de la educación y llegando a convertirse en la única e indiscutida instancia de legitimación, punta de lanza de la mercantilización de todo, incluso de la política revolucionaria, sumergiendo la cultura de Occidente en un colectivo *dumbing down* (embrutecimiento, estupidización, enmudecimiento), que parece tirar por la borda, instituciones, valores, formas de relación que habían llegado a universalizarse no tanto por las trampas del colonialismo sino porque son universales, es decir están basados en la reciprocidad entre todos los miembros de la sociedad.

Este proceso por supuesto tiene sus formas específicas de manifestarse en las distintas regiones y países de Occidente y Perniola describe muy bien el proceso en Italia en el más reciente de los textos señalados.

Nosotros aquí, nos hemos situado a la vanguardia de ese proceso, somos en muchos aspectos hoy el centro de Occidente, no precisamente por el desarrollo de la educación, la ciencia y la tecnología, no precisamente por la solidez de las instituciones democráticas y la separación de poderes sino por habernos convertido en un producto que es hoy definitorio de la comunicación, un *reality show* global. Venezuela siempre fue un país pionero en la adquisición y el uso de estas tecnologías, la radio, la televisión, el cine, la telefonía celular, Internet, han arrojado aquí cifras significativas para el contexto latinoamericano. Ahora, si como en el resto de Occidente, este había sido un proceso impulsado por la empresa privada, en los últimos tres lustros aquí ha ocurrido un giro, se impone un gobierno “revolucionario” que tiene como a uno de sus principales opositores a los medios privados de comunicación, y entiende opositor más correctamente como enemigo, enemigo de guerra, enemigo negado, de allí que se plantee como prioritario la “hegemonía comunicacional” es decir el cierre de los medios privados y su conversión en públicos o en “comunitarios”, lo que en este caso es lo mismo (Urribarri 2012).

Si esto es evidente, creo que es menos evidente, sobre todo para el gobierno, que al desarrollar con “los medios” esta rivalidad mimética adopta sus mecanismos, porque los medios tienen una lógica, porque “el medio es el mensaje” como dijera McLuhan y mientras más acusa a la oposición, a toda crítica, a toda propuesta opuesta o

alternativa, de mediática, más mediático se hace el mismo gobierno, tanto por el poder que adquiere en términos de infraestructura adquirida y expropiada como por el uso que hace de esa tecnología, uso que no tiene nada que ver con sus potencialidades democratizantes, que las tiene, sino que se inserta en la tradición inaugurada por el famoso ministro de comunicación de Hitler.

Son medios, los medios públicos de comunicación, dedicados a hacer propaganda, dedicados a difundir una ideología reducida a sus componentes más básicos, a slogans electorales, a satanizar al opositor, a criminalizar la crítica. Son medios que se dedican a la sensología, este neologismo acuñado por Perniola, actualiza el uso marxista del término ideología, así como la ideología era el paquete de ideas que nos vendían los partidos políticos, la sensología es el paquete de afectos, de modos de sentir que nos venden los gobiernos recurriendo a la identidad nacional o regional (latinoamericana, caribeña, afro descendiente, etc.), a la manipulación de la Historia y de sus personajes. Por esto cuando se dice que la comunicación puede vendernos desde una aguja hasta un candidato, un héroe o una “revolución”, no se está exagerando.

Por todo esto la comunicación, las tecnologías de almacenamiento y difusión de la información, pero sobre todo su uso, común al sector privado y al sector público, en su propósito de vender cualquier cosa a cualquier precio, es un desafío, el desafío fundamental que tiene ante sí la cultura occidental, y nosotros dentro de ella, si se quiere de verdad retomar los valores, las instituciones, las actitudes que se iniciaron en el “milagro griego”, se prolongaron en el helenismo, pasaron subrepticamente al lado del cristianismo, retomaron brío en el Renacimiento, se afianzaron con las revoluciones burguesas del siglo XVIII, se resquebrajaron en las últimas cuatro décadas y llegan, tambaleantes, hasta hoy.

Instituciones como las antes nombradas, la democracia, la república, la independencia de los poderes y otras más recientes como los partidos políticos, entendidos como centros de formación de cuadros, de ciudadanos respetuosos de la Constitución y de la institucionalidad, la intelectualidad, el periodismo, la prensa libre, la universidad moderna, están llamadas a luchar para mantenerse como un legado inestimable ante el ataque masivo de una comunicación sin ética que atraviesa los medios públicos y privados. Esas instituciones que la desreglamentación y la conversión de la escena

mediática en sustituto de la acción, nacidas en el '68 y que hoy se prolongan en la euforia del *anything goes* y en el frenesí del *do it*, amenazan con aplastar.

¿Cómo llegamos a un diagnóstico tan dramático? No porque nos simpatice la censura ni las múltiples formas como el Estado se hace de su hegemonía comunicacional. Estamos convencidos que el mercado libre, en particular en el ámbito cultural, es el mejor marco para que se desarrolle la libertad de criterios. Los momentos más significativos del arte y la cultura en Occidente se han dado, no casualmente, en momentos de intenso intercambio. Al contrario, el pensamiento único es la desaparición del pensamiento, así como la no reciprocidad de la ley, es decir la aplicación de una justicia distinta para distintos sectores, la imposición de elegidos o, más exactamente, la imposición de no elegidos, que están por encima de la ley y de los electores, es la desaparición de la ley o, lo que es lo mismo, la imposición de la ley de las mafias.

Pero ante la desreglamentación y la desinstitucionalización características de este posible ocaso de la modernidad, ante este erigirse de la comunicación como única instancia de legitimación (lo que está en escena existe, de lo que se trata es de montarse en la escena y mantenerse por cualquier medio), los ciudadanos no tienen criterios de selección, no tienen nada parecido al "cuidado de sí" propio de la cultura griega y romana redescubierto por Foucault en uno de sus últimos seminarios en el *Collège de France* (2001).

Si esta situación es causa de preocupación en Europa y Norteamérica, qué podemos decir, repetimos, de la situación nuestra, de nuestra educación básica corroída por la precariedad, la ideologización patrioterista y la eliminación de la meritocracia; de nuestras universidades públicas vistas como enemigas por un gobierno dispuesto abiertamente a acabar con ellas, con la ayuda interna de revolucionarios que la maldicen y la destruyen sin dejar de alimentarse de su burguesa nodriza, con la ayuda también de la inercia y de la indiferencia; de los medios públicos y privados, dedicados a la propaganda, limitados en su monocefalia político-económica; qué podemos decir del sector cultura, los museos convertidos en refugios de damnificados, sus pocos eventos marcados por la propaganda política o la frivolidad, el arte y la educación entregados a la comunicación; sin un horizonte estético donde convivan en estrecho intercambio las obras, los autores, la crítica, el público; un país entero forzado por la miseria y la falta

de educación, por el culto a una persona y a su legado fratricida; de una clase política cuyos dirigentes en su inmensa mayoría no han sabido “cuidar de sí” y pretenden cuidar de los demás.

Si nos aproximamos al concepto de “cuidado de sí” podemos constatar que nos quedan sólo sus fragmentos: hay personas que cuidan su cartera, otros que cuidan su cuerpo o su familia o su cargo. Brilla por su ausencia una noción de sujeto como aquella donde se contemplaban todos los aspectos de la vida de la persona desde una perspectiva mucho más rica que la de la filosofía y las ciencias humanas de hoy, para no decir nada de la cosmetología, la cirugía estética, los *best-sellers* de autoayuda, los gurús, etc. Estamos lejos de una educación capaz de unir estos fragmentos, siglos de cristianismo, de marxismo y de buenas intenciones nos han hecho creer que dedicarse a sí es egoísmo, individualismo; estamos inmersos en una cultura donde lo importante es tener o parecer, no ser.

Así como Nietzsche pudo prever hace más de un siglo que se iniciaba el nihilismo Foucault anunció en el seminario antes citado que las luchas de estas décadas, tanto como por pan, libertad o trabajo, serían contra las sujeciones identitarias, contra la pertenencia a entidades como la patria, la etnia, la región, el pueblo, la religión, la familia, el partido, la ideología que si bien en un principio nos hacen ser lo que somos, si no llegamos a tomar una distancia crítica de ellas, nos hacen justificar cualquier barbaridad. Ha sido siempre el individuo, el sujeto ético, que no niega sus pertenencias pero no se esclaviza a ellas, el mayor obstáculo contra todos los totalitarismos.

Estamos convencidos que una eventual inversión de tendencia de la actual autodestrucción de Occidente -la visión catastrófica se ha extendido mucho, tanto que se puede ver el optimismo como irresponsable- debe contar con una renovada educación estética y con una recuperación de la cultura de sí desarrollada por griegos y romanos del s. V a C al siglo III d C. La educación estética es el mejor instrumento para enseñarnos a discutir sobre tópicos que implican respetar el punto de vista de cada cual, el juicio estético, aunque subjetivo, quiere universalizarse pero no imponiéndose por la fuerza sino a través de la exposición de las razones que nos hacen sentir que algo es bello, que nos provoca una experiencia estética. Esta es implícitamente una educación para la democracia, para la ciudadanía, donde igualmente se debe contar

con la opinión de todos. Ahora, esa participación exige un punto de partida que tienda a la igualdad en cada uno de los participantes y eso sólo lo puede dar la educación desde la más temprana edad, una educación que se inicia en el hogar y nunca se termina, una educación que nos da las herramientas para intervenir en los problemas con la formación necesaria para verlos y plantear sus soluciones desde el punto de vista del que gobierna, porque ha aprendido del largo proceso de introyección del cuidado de sí a gobernarse, a controlar sus pasiones y sus impulsos, antes de pretender gobernar a los demás.

La cultura de sí parte de la primacía de la relación consigo por encima de cualquier otra relación, algo que el supuesto altruismo cristiano-marxista no soporta, no obstante el repetido y no comprendido “amar al prójimo como a ti mismo”. Es esto lo que nos da una independencia irreductible que no impone privarnos de las riquezas pero si la capacidad de estar bien sin ellas, la convicción de que la única posesión auténtica es la posesión de sí mismo y este debe ser el punto de partida de cualquier veleidad política: dominación, control, superioridad de sí sobre sí, independientemente de estatus y de roles. El cargo político es un mandato, una función de mando, pero lo único que debemos gobernar es a nosotros mismos, por ello el cuidado de sí limita la ambición del yo en las tareas públicas y políticas.

Todo gobierno de los demás debe basarse en un primer gobierno, el gobierno de sí mismo, es este el que articula lo ético y lo político. De aquí que a la lucha contra las dominaciones políticas y contra las explotaciones económicas se le yuxtapone en estas décadas, la lucha contra las sujeciones identitarias (étnicas, ideológicas, de género, religiosas, etc.) en la vida cotidiana que clasifica a los individuos por categorías y no por su individualidad, imponiéndoles una ley de verdad, los sujeta. Esta lucha no puede generar la liberación del individuo frente al Estado porque su matriz es precisamente el Estado. Necesitamos nuevas formas de subjetivación que no se asocien al Estado, que permitan oponer a las exigencias comunitarias y a los derechos individuales -anzuelos de las instituciones- modos de vida, elecciones de existencia, prácticas de sí que no son individuales ni comunitarias sino relacionales y transversales.



Hace apenas unos días asistimos al seminario *La sociedad del conocimiento*, dictado por el profesor Ignacio Ávalos de la UCV y organizado por el Vicerrectorado Académico el Programa de Formación de Personal e Intercambio Científico y por el CDCHTA-ULA. El profesor Ávalos discurre con dominio sobre el asunto de la Sociedad del conocimiento, es decir la organización del saber en relación con el poder, como una de las características de la sociedad globalizada donde concurren la democracia, la economía, la empresa y la universidad, todas las instancias que posibilitan que la investigación llegue a convertirse en ciencia, en tecnología, en innovación al alcance de las mayorías. Hizo una referencia especial al caso venezolano, a la forma como esta Sociedad aparece y se conforma en el país en las últimas décadas.

Su conclusión fue, que se ha pretendido poner la ciencia, la tecnología y la innovación al servicio de un proyecto ideológico, el Socialismo del siglo XXI, se ha intentado cambiar el modelo capitalista poniendo la política al servicio de ese fin, pero la ciencia y la tecnología capitalistas -esto es, lo que hay- no pueden fundamentar un cambio socialista, habría que vincular las capacidades y la sociedad, pero para ello se ha recurrido al endurecimiento del proyecto, visible en el campo que nos ocupa, en el paso de la LOCTI 2005 a la LOCTI 2010, con el cual el intento inicial de relacionar universidades, empresas, investigación, producción con el fin de impulsar la ciencia, la tecnología y la innovación al servicio de la sociedad terminó convirtiéndose en un impuesto que básicamente pagan las empresas privadas y administra el Estado al servicio de la ideología del “partido” de gobierno, evidentemente esto es insostenible o sólo sostenible a la fuerza, las partes siguen desvinculadas, se alejan cada vez más.

Por ello este proceso, el de la forma particular que ha adquirido la Sociedad del conocimiento en nuestro país, en fin de cuentas, no nos ha permitido salir del rentismo que nos caracteriza cada vez más desde que se inició la explotación petrolera. Una forma particular, así lo vemos, del “*dumbing down*”, del socavamiento progresivo y al parecer inexorable en el que se ha sumergido Occidente y nosotros con él, la desreglamentación de las instituciones básicas que lo conformaron, cuya quintaesencia es justamente la Sociedad del conocimiento, y su progresiva sustitución, como única instancia de legitimación, por la provocación y la valoración de la comunicación, de la

política mediática en su rivalidad mimética con el “enemigo” capitalista burgués, del cual se copian los vicios no las virtudes.

La comunicación ha sido y es pues, fuente del poder y del contrapoder, de los totalitarismos y de las democracias, esto es así porque la lucha fundamental entre estas opciones se da en la mente de las personas, determinadas formas de pensar convienen a determinadas formas del poder. Las relaciones de poder por esto tienen que ver con la influencia, el control social, la persuasión.

No podemos obviar que el poder se basa también en el monopolio legítimo o ilegítimo de la violencia, esto no excluye esta otra forma de poder, hoy probablemente más eficaz, basada en la persuasión. Un poder que se basa sólo en la coacción es débil porque si una parte importante de la población piensa y actúa diferente acaba con él. En la sociedad de la comunicación modelar las mentes es más efectivo que torturar, apresar y exiliar.

En nuestras mentes, sometidas inevitablemente a la comunicación, se generan emociones, sentimientos y decisiones. Esto no quiere decir que los medios tienen el poder, pero son el espacio donde se construye el poder, donde se solicita y se construye la adhesión de unos y simultáneamente la resignación y el fatalismo de los otros, donde se genera el optimismo y el pesimismo.

Podemos afirmar, sin temor a exagerar que, en este sentido, la articulación prensa escrita-televisión-radio es hoy más determinante que el sistema educativo, los partidos políticos, la sociedad del conocimiento y otras modernas instituciones antes señaladas. Por esto la política no puede sino adaptarse a la comunicación, hoy toda política es mediática, lo que no debe hacernos pensar que se trata entonces de una dictadura de los medios, como señalamos, la comunicación se ha hecho paradigmática, atraviesa todo lo social. Las dictaduras hoy, transfiguradas, pueden soportar cierta pluralidad en los medios a menos que esa pluralidad ya no soporte más el fraude, el *reality show* en el que se convierte el país.

De la misma forma, todos los medios necesitan ganar audiencia, por razones económicas o políticas, con acuerdo a una ideología, partido o gobierno. El sesgo ideológico y sensológico puede ser abierto, maniqueo pero en esa misma medida limita

su audiencia a los convencidos, se convierte en un negocio para un público cautivo, convierte la grieta en un abismo infranqueable.

En general las personas leen prensa, ven TV y oyen radio para confirmar sus convicciones, cada vez hay más polarización cultural, ideológica y política, el centro desaparece, por ello un periodista que hoy investigue para dar a conocer la verdad sobre un asunto politizado, es decir cualquier asunto, sin sesgos, sin estar determinado por la línea de la gerencia del medio, es casi un héroe.

La gente no lee los programas políticos, se limita al mensaje más simple, el eslogan, la consigna y la asociación con un rostro, una persona, con esa persona establece un vínculo sensológico, la comunicación ha personalizado la política al extremo. Si por un lado se trata de crear ese vínculo, por el otro, se trata de romper otro vínculo, destruir al adversario, su reputación, por cualquier medio, sin escrúpulos. Siempre hay ilegalidades y si no se encuentran se inventan, esta es la industria de la investigación para crear escándalos sobre el enemigo, los cambios de gobierno, o su permanencia forzada, con mucha frecuencia tienen que ver con un escándalo o con una sucesión de escándalos.

Pero se puede capitalizar un escándalo, finalmente la gente está convencida que la clase política en general es corrupta, pero hay unos corruptos simpáticos, esos que saben capitalizar el escándalo, los comunicadores, los carismáticos. También se puede desviar el efecto de un escándalo, salpicar a un entorno, darle un efecto boomerang, abortar una carrera política, inhabilitar, la comunicación puede hacer magia, arrastrar a las instituciones, a la ley, a la moral, a la razón.

Por todo ello, el desafío consiste en pasar de la comunicación de masas, que tiene un emisor y llega a toda la sociedad sin posibilidad de interactividad, a la autocomunicación de masas, que va de muchos a muchos con interactividad (Castells, 2012), esta autocomunicación, implica, por supuesto, educación, ciudadanía, capacidad de ser emisor-receptor, de ponerse en el lugar del que gobierna. Hacer de la comunicación un fenómeno verdaderamente interactivo, horizontal. Las nuevas tecnologías tienen esa posibilidad, el problema somos nosotros, los obstáculos son la ignorancia, el chantaje, la política convertida en comunicación, la mentira. Todo esto se

puede mostrar hoy en el espacio público pero debemos construir una nueva cultura política, acorde con las potencialidades democratizantes de los nuevos medios.

Para ello es necesario reconstruir la ciudadanía; entender que el vínculo común, por encima de todas las diferencias, es la Constitución, el hecho de estar vinculados por una Ley que si no es recíproca no es; quebrar las sujeciones identitarias (religiosas, ideológicas, étnicas, de género, territoriales); reconstruir el yo como sujeto, sujeto por todas sus pertenencias pero capaz de distanciarse de ellas y de no perder nunca la capacidad autocrítica. Sólo este sujeto es capaz de comunicación interactiva, es decir, de intervención de la sociedad sobre sí misma, sin vicarios.

## Referencias

- Walter Benjamin 1936, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, trad. es. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Taurus, Madrid, 1973.
- Mario Perniola 2012, *Berlusconi o il '68 realizzato*, Einaudi, Torino.  
2009, *Miracoli e traumi della comunicazione*, Einaudi, Torino.  
2004, *Contro la comunicazione*, Einaudi, Torino.
- Raisa Urribarrí 2012, *La comunicación alternativa en la Sociedad de la Información: una lectura hermenéutica de la situación venezolana*, Tesis de Doctorado en Ciencias Humanas, ULA, Mérida.
- Michel Foucault 2001, *L'hermeneutique du sujet. Cours au Collège de France. 1981-1982*, Seuil/Gallimard, Paris, trad.es. *La hermenéutica del sujeto*, FCE, México, 2002.
- Manuel Castells 2012, *El poder en la era de las redes sociales*, Revista NEXOS, México, 01/10.