

EL PARADIGMA DE LA IMAGEN

(Periódico El Colombiano. P.4ª – enero 14 de 2003)

Abstract

The image is projected as the political paradigm of the postmodern. The potentiality of an image is so enormous that thousands of words fail to match. Faced with this situation there are a number of positions, numbers of hypotheses and theories are impossible to enumerate in a small newspaper article like this. Here, therefore, we only aproximaremos-very briefly-the most notable political consequence of this phenomenon.

Resumen

La imagen se proyecta como el paradigma político de la posmodernidad. La potencialidad de una imagen es tan enorme que miles de palabras no logran igualarla. Frente a esta situación existen diversas posiciones, cantidades de hipótesis y teorías, imposibles de enumerar en un pequeño artículo de prensa como éste. Aquí, por lo tanto, sólo nos aproximaremos –muy someramente- a la consecuencia política más notable de este fenómeno.

La política se perfila a través de la historia como aquella actividad exclusiva de los seres humanos correspondiente a la organización comunitaria, es decir, se refiere al hecho de que los hombres de todos los tiempos se han reunido, se han comunicado, han puesto en común sus diferencias, han logrado acuerdos, han creado leyes, se han castigado mutuamente, etc. Ahora bien, si nos preguntáramos qué hace que los hombres se agrupen entre sí, nos topáramos con un sinnúmero de respuestas filosóficas, sociológicas, antropológicas, biológicas, etc., todas ellas tendientes a

dar una explicación absoluta pero tan sólo logrando mostrar un punto de vista específico. Es por eso que se hace preciso obviar la pregunta y concentrarse en el hecho, o sea, olvidar el porqué nos agrupamos para estudiar más a fondo la agrupación. Allí, en aquellas agrupaciones humanas –todas distinguiéndose por sus innumerables cualidades culturales- se presenta un elemento común todas: la capacidad para comunicarnos. Parafraseando a Ana Arendt, gracias al discurso los hombres muestran quiénes son, denotan su propia individualidad y descubren el “quién” de la otredad. Es el lenguaje, o más bien, la acción comunicativa (Haberlas), lo que nos constituye como seres humanos, ya que es ésta la respuesta la que representa lo político de la comunidad.

Pero la Era Moderna, trajo consigo el desprecio a la subjetividad, representada en todo aquello que expresamos a los demás, mayoritariamente mediante el lenguaje pero también con otros elementos comunicativos. Fue la razón absoluta, la objetividad sustancial, la que se posicionó por encima de cualquier individualidad, relegando la potencialidad del lenguaje como elemento político a su más mínima expresión: códigos y reglamentos. Con la posmodernidad, época en donde la razón fracasa como respuesta absoluta a toda indagación, la incertidumbre se manifiesta como la cualidad primordial de la época. Una radical desconfianza por cualquier explicación dogmática, matemática, absoluta; una sospecha continua frente a la veracidad de las ciencias; un retorno excesivo a toda forma de explicación mística y mágica del universo, del presente, del porvenir, etc., son ejemplos de cómo la incertidumbre posmoderna se ha explícita en la vida cotidiana. La subjetividad vuelve a su sitio inicial, pero ya no representada por todo aquello revelado por el lenguaje, sino que son las imágenes las que pretenden revelar al hombre. El individualismo extremo, heredado de la tradición revolucionaria francesa, logra con el tiempo que los hombres pierdan su conciencia comunitaria, su capacidad de comunicarse dentro de la pluralidad, llevando a las imágenes a configurar la única forma de acción comunicativa. El valor de la imagen –nacido de la necesidad actual de llevar al mercado cualquier cosa- ha resucitado, según Victoria Camps, al

caudillismo; no son los proyectos políticos que un candidato tiene, lo que lo ayuda a alcanzar el poder, es la imagen que venda, la que persuade a los electores. Esta situación la experimentamos en las últimas elecciones presidenciales.

Carece de sentido práctico valorar moralmente la influencia de la imagen en la política, en nuestra época posmoderna todo aquello que no resulte práctico, es inocuo. Pero observar que las relaciones políticas –aquello que antaño nos distinguía como hombres- no son más que simples argucias mercantiles, que un cartel convence más que un discurso que el “ver” apabulla el “escuchar”; debe poner a pensar a más de un individuo consciente de su calidad de *Zoon Politikon* (animal político, según Aristóteles), debe hacernos reflexionar acerca del verdadero olvidado sentido de la política.

*(Facultad de Derecho, UPB).