

## Comunicación Masiva, Tradición e Identidad en Venezuela

Massimo Desiato \*

### Resumen:

El artículo analiza la influencia de los medios masivos de comunicación mostrando cómo ésta altera las relaciones entre identidad y tradición. Más en concreto, aquí se analiza cómo la lógica de los multimedia, perteneciente por su procedencia a una sociedad postmoderna, invade sociedades y culturas que ni siquiera han completado la etapa moderna. Se produce, de esta forma, un grave desequilibrio entre la lógica comunicacional de los emisores y la capacidad de discriminación de los receptores. Estos últimos ya no son capaces de construir su identidad a través de la relación con la tradición, pues la lógica de los multimedia ha socavado los principios básicos de esa tradición. La dispersión y disolución de la tradición produce un debilitamiento de la capacidad de respuesta y de orientación del receptor. Todo esto es analizado en el marco más preciso de la realidad sociocultural venezolana, enfatizándose el diverso rol que el Estado ha cumplido en ella en comparación con las sociedades del bienestar. A partir de ahí, se intenta ofrecer un esbozo de solución, destacando la importancia de la palabra en tanto mediadora de la imagen. Para forjar una identidad se debe producir un discurso, que si bien utiliza elementos exteriores, es capaz, a la vez, de integrar dichos elementos en un marco de referencia propio. La identidad, personal y cultural, juega un papel preponderante en el contexto de una sociedad pluralista, dominada por los medios de comunicación masiva, cuyos contornos móviles difuminan los parámetros de conducta otrora bien definidos. Sin la identidad los individuos se ven arrastrados y gobernados por las circunstancias, pierden todo centro de gravedad y referencia, se hacen cada vez más vulnerables al momento y a la moda y pierden, finalmente, la posibilidad de llevar a cabo programas, a través de los cuales conseguir resultados más duraderos con los cuales expresarse de manera más creativa y propia.

---

\* Profesor de la Escuela de Filosofía de la UCAB e investigador del Centro de Estudios Filosóficos (CEF) de la UCAB.

*Abstract*

The article analyzes the influence of massive media of communication, showing how this alters the relations between identity and tradition. More in concrete, here is analysed how the logic of multimedia, belonging because of their procedence to a postmodern society, invades societies and cultures that haven't completed the modern stage. There happens a grave unbalance between the communicational logic of the issuers and the discriminating capacity of the receptors. The latters are no longer capable of constructing their through their relation with tradition, because the multimedia logic has undermined the basic principles of that tradition. The dispersion and dissolution of tradition produce a weakening of the capacity of response and orientation in the receptor. All this is analyzed in the most precise frame of venezuelan sociocultural reality, stressing the diverse role that the state has played in it, in comparison with a welfare society. From there on, there's the intention to offer a sketch of solutions, underlining the importance of the word as a mediator of image. To create an identity there must be the creation of a discourse, that although uses exterior elements, is capable, at the same time, of integrating the same elements in a frame of reference entirely its own.

En las próximas páginas, nos ocuparemos de analizar en qué consiste, cómo se forma y qué le pasa a la identidad, personal y cultural, en el seno de la sociedad venezolana; también plantearemos los problemas que desde allí se suscitan, tratando de esbozar alguna solución. Para tal efecto, manejaremos los conceptos de *modernidad* y *postmodernidad* y el distinto papel que el Estado ha jugado y juega en la transición de una sociedad moderna a una postmoderna.

En primer lugar, ha de tenerse en claro que la identidad puede jugar un doble papel: por un lado, puede indicar lo que se es, pero, por otro, también puede significar lo que se quiere ser y lo que no, inclusive lo que se puede llegar a ser, siendo lo que se es, y lo que no se puede llegar a ser. Es decir, hay que destacar de inmediato que la identidad es normativa, e implica un valor por el cual está uno dispuesto a luchar. De ahí que quedarse sin identidad es quedarse sin historia, esto es, permanecer en una mera dispersión, en un simple acontecer sin regularidad alguna y sin rumbo específico: sin identidad no hay orientación en el mundo, porque no hay valores, esto es, criterios de importancia y significación: todo da igual. En ese caso, tampoco habría voluntad: los acontecimientos pasan, se imponen a los individuos, y estos últimos no pueden ejercer ningún control sobre aquello mismo que los hace ser lo que son. Es a partir de una identidad que los individuos se explican a sí mismos y se regulan en lo que ha de hacerse y, por lo tanto, en lo que no ha de hacerse: la identidad es tanto un modo de ser, como un valor, pues uno es de una manera y no de otra, porque persigue unos valores y no otros.

No obstante, debe quedar en claro que, en este sentido, lo "idéntico" no es lo mismo que lo "uno", menos lo que es "igual" o "uniforme", pues la identidad implica, a la vez, la diferencia. Lo que se sugiere aquí es que la identidad humana es móvil y cambiante, tránsida de punta a punta por la historicidad: no hay nada que se encuentre fuera del devenir histórico, ni nada que esté fuera de la interacción con el colectivo, y de éste, a su vez, con otras comunidades. En pocas palabras, de lo que nos ocupamos aquí es de la identidad histórico-social, realizada desde el ámbito de lo cultural. "Un ser humano se constituye como individualidad según continuas relaciones de interacción en las que pesan mucho las acciones y reacciones modificadoras según iniciativas que, aunque en algunos casos pueden juzgarse individuales, están siempre socialmente condicionadas y dependen de un "nivel histórico" que regula posibilidades de acción y posibilidades de creación de nuevas posibilidades."<sup>1</sup>

1 SAMBARINO, M. *Identidad, tradición, autenticidad: tres problemas de América Latina*, Caracas, Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos, 1980, p.19

Lo que es más, si bien el hombre está condicionado por lo social en su hacerse, no llega a individualizarse de manera real y efectiva, a menos que no sea capaz de *tomar postura* respecto de dichos condicionamientos. Esto último significa que, si bien no hay identidad sino por relación con otros, el mero sumirse en el otro no permite el surgimiento de la identidad. Si la identidad es el resultado del entrecruzamiento de relaciones múltiples con otros, ella implica un momento de actividad ineliminable, por medio de la cual uno *asume*, en el sentido de posesionarse y de ejercer por sí mismo, ese entrecruzamiento. Tal como estamos interpretando la identidad, ésta refiere a un sujeto "unido internamente" a través de su propia y constante autodefinición, de modo que la información procedente de la interacción con otros seres se usa sobre todo para comprenderlos como personas separadas, autónomas en su pensar y sentir. En cambio, en una pseudo-identidad, el sentido de sí mismo se construye principalmente con las expectativas percibidas de los otros, dando como resultado un sujeto que se experimenta y se autorrefiere sólo desde la "otroidad"; en este caso, por así decirlo, el sujeto está "unido externamente" y basa su propia definición en la conducta y actitudes de otros, como si ellos fueran un espejo. Aquí el otro nunca es interpretado como una persona autónoma, sino sólo como una confirmación o negación del sentido corriente del sí mismo, por lo que el otro resulta siempre magnificado, positiva o negativamente. Las circunstancias hacen al *individuo* sí, y sólo sí, éste asume las circunstancias como propias; de otra forma, las circunstancias absorben y agotan al hombre, lo reducen a un simple mecanismo acondicionado para re-accionar. En fin, donde hay identidad hay también actividad y no simple re-actividad; hay tensión entre la atracción que las circunstancias producen y la fuerza de asunción del individuo que funciona como una suerte de fuerza centrípeta, contrapuesta al conjunto de fuerzas centrífugas del entorno. La identidad funciona como un centro de gravedad: esto significa que ella permite soportar las diferencias - cada una de las cuales gravita alrededor de otro centro de gravedad desde el cual atrae - sin que el individuo sea irrevocablemente expulsado al incierto espacio exterior. Perder la identidad es perder la posibilidad del retorno, es transformar la aventura del viaje en un extravío total e irremediable. Con seguridad las diferencias extravían, pero si se dispone de un punto de referencia, el extravío será momentáneo y fructífero; en caso contrario, entramos en un mundo donde la diferencia misma desaparece, pues ésta sólo subsiste si existe a la vez una identidad para la cual ella sea diferencia.

Ahora bien, el proceso de adquirir la identidad implica siempre una referencia al mundo cultural. Es a partir de aquí donde se ejercen las posibilidades identificadoras que espacial y temporalmente extienden los

límites en los cuales se encuentra en un primer momento el individuo. Esta extensión de las posibilidades cobra una significación del todo especial cuando el encuentro se da entre culturas diferentes. En efecto, "el encuentro de dos culturas es el de dos sistemas interpretativo-estimativo-normativos de tipo totalizador o global, con sus acciones encauzadas y sus objetivaciones producidas."<sup>2</sup> Cada cultura tiende a ser un sistema totalizador que produce una orientación normativa. Esta, a su vez, es aquello que permite la presencia de una comunidad humana organizada en tanto que dotada de una clara referencia respecto de sí misma, esto es, de una identidad. La identidad, tanto personal como cultural, funciona siempre como una red de valores que ubica al sujeto esté donde esté. Podemos pensar en ella como en una suerte de mapa desde el cual puede uno trazar líneas directivas que alejan del centro, mas, no por ello, extravían. La identidad es la que otorga también la sensación de duración, más allá de las coexistencias accidentales, como las que acontecen en un grupo de dispersos. Por todo esto, el sistema de valores y normas opera, a la vez, como un sistema de reconociones que permite el autorreconocimiento: a partir de él existe un "yo" y unos "otros" y la consecuente tensión que se instala entre ambos polos.

Sin embargo, y como ya apuntamos, esta identidad debe ser entendida de forma dinámica, lo cual significa que el elemento que posibilita la identidad es la continuidad. Los cambios están siempre presentes en virtud del dinamismo; los préstamos y las mezclas culturales cambian aspectos, pero no transmiten identidades. Sólo se hablará de cambio de identidad cuando se presenta una marcada discontinuidad, una ruptura con el sistema de valores y normas anteriores, de manera que, tras este corte, todos los sentidos anteriores cambian de signo y se integran a una nueva red interpretativa, estimativa, normativa desde la cual se avizoran otras posibilidades y otras creaciones. Acotemos también que no todo lo que pertenece a una persona o a un grupo forma parte de su identidad, pues bien podría acontecer que el individuo o el grupo tome una posición negativa, de rechazo, hacia una parte de sí. Es decir, no todas las conductas emitidas por un individuo o por un grupo forman parte de su identidad; algunas, más bien, se instalan en una mera exterioridad.

Resumiríamos este punto destacando que "los individuos no tienen esencia, como no sea la de su especie; no cabe hablar de la pedricidad de Pedro. Pedro tiene hábitos y costumbres, posibilidades físicas definidas, automatismos y constantes de conducta, todo lo cual permite algunas

---

2 *Ibidem*, p. 31

previsiones que solamente son probables; pero Pedro puede cambiar de costumbre, puede cambiar de carácter, puede convertirse a otro sistema de creencias que aquél que parecía tan íntimamente ligado a su personalidad. En su historia, Pedro no es la secuencia lógica de una ley individual de manifestaciones esenciales (...) Pedro es un ser humano que parte de características y está sometido a condiciones, pero que *ha de forjarse históricamente y padece históricamente*, es un ente histórico con su historicidad a costas, está librado a sí mismo y a contingencias.”<sup>3</sup>

Si el individuo ha de forjarse a sí mismo históricamente, eso significa que necesita del apoyo de la tradición. Esta, en primer lugar, se manifiesta en el fenómeno de la lingüística, fenómeno que tiene una importancia básica para la comunicación entre miembros de una comunidad. La lengua, en este contexto, transmite siempre más de lo que escrita y verbalmente se entiende: la lengua abre el mundo, hace un mundo y no otro, y no es un simple medio: la lengua envuelve y sensibiliza para algunos acontecimientos y no otros. Nunca es posible salirse de ella; se la trasciende siempre para entrar en otro fenómeno lingüístico, esto es, en otro mundo. No obstante, “por muy pequeña que sea la fuerza de cada uno frente a la potencia de la lengua, entre el individuo y ésta, existe una relación de reciprocidad que confiere al hombre frente a la lengua una cierta libertad.”<sup>4</sup> Ciertamente, se trata de una libertad limitada, porque la lengua se forma a sí misma a través de lo hablado, y porque en ella se experimenta con nitidez el pasado más lejano, esto es, la tradición. La parcial sustitución de una lengua, de una forma de hablar, por otros sistemas de comunicación, que en nuestro caso privilegian la imagen, mide en cierto modo la amplitud y la importancia de la lengua como factor de identidad. Sin embargo, ella no es el único factor, pues la identidad personal y cultural es siempre el resultado de un tejido multigeneracional de relaciones humanas según condiciones de un entorno físico y posibilidades de un medio técnico. Según esto, toda identidad es indirecta, es una identidad dada por entrecruzamientos, yuxtaposiciones de identidades de distinto orden, que se focalizan alrededor de la lengua. “Como constituido lingüísticamente cada mundo está abierto por sí mismo a toda posible percepción y por lo tanto, a todo género de ampliaciones; por la misma razón se mantiene siempre accesible a otros.”<sup>5</sup>

---

3 *Ibidem*, p. 73 Lo subrayado es nuestro.

4 GADAMER, H. G. *Verdad y método*, Salamanca, Sígueme, 1992, p. 529.

5 *Ibidem*, p. 536

Así, pues, las tradiciones pueden, y de hecho lo hacen, abrirse experiencialmente a otras. Ahora, teniendo en cuenta que "tradición" "significa, por lo general, que tenemos en vista un comportamiento pautado cuya forma es de práctica acostumbrada y antigua, su ejercicio valioso y de interés general, expresivo o representativo de aspectos relevantes de una identidad colectiva históricamente gestada, y cuyo conocimiento como realidad cultural se transmite por el aprendizaje de un admitido 'haber-de-ser'<sup>6</sup>", lo que obtenemos es que su abrirse a otras tradiciones es siempre un asunto problemático, en cuanto, en lugar de fortalecerse, integrando elementos que le son en principio ajenos, la tradición puede también debilitarse a través de una paulatina difuminación de los comportamientos pautados, resultado de un excesivo entrecruzamiento y yuxtaposición de prácticas y saberes distintos entre sí. Si luego pensamos que la tradición es un elemento necesario para toda cultura e identidad, en tanto forma organizada de vida sellada por un estilo vital propio, comprenderemos lo peligroso y difícil que es orientarse en el mundo sin ella. En efecto, la tradición es el lugar donde el individuo puede encontrar abrigo, en tanto que ella tiene un significado colectivo que trasciende la individualidad. Si ella desaparece, el individuo debe forjar su identidad a partir de los restos despedazados de lo que otrora fue la tradición, lo cual implica un *surplus* de fuerzas y un mayor desgaste. El individuo sin tradición está constantemente expuesto al roce con su entorno, haciéndose éste cada vez más caótico. Es verdad que las tradiciones no deben necesariamente presentarse como perspectivas excluyentes; es verdad que cuando se logra superar los prejuicios y las barreras de nuestra experiencia anterior del mundo, introduciéndonos en tradiciones y mundos distintos, eso no significa que se abandone o se niegue el propio mundo, pero a veces eso acontece y lo que es más, el tiempo actual, denominado postmoderno, se caracteriza precisamente por esa difuminación de las tradiciones y por esa excesiva matización de los comportamientos otrora pautados, que hace el mundo, antes familiar, ahora incierto, menos propio. Las pautas se extravían y los individuos deben inventar otras, so pena de dejarse llevar por la corriente situacional del "aquí" y del "ahora".

El cuadro se complica si pensamos que no todo lo que el portador de una tradición pretende transmitir es retenido; siempre queda un margen en el cual puede uno reactivar un pasado abandonado: es posible que así acontezca desde que el pasado es función del presente, y por eso cabe

---

6 SAMBARINO, M. *Op.cit.*, p. 121

distinguir entre una tradición que se transmite simplemente y que es impuesta y una tradición que se elige. El problema aparece cuando son ya muchos los individuos capaces de realizar tal elección, pues su sucesivo elegir desgasta la tradición, fracturando su continuidad, más aún si lo que se elige son ya fragmentos de tradición. Y esto es precisamente lo que parece designar a una sociedad postmoderna. En ella, presenciamos un nuevo modo de socialización y de individualización, donde "el universo de los objetos, de las imágenes, de la información y de los valores hedonistas, permisivos y psicologistas que se le asocian, han generado una nueva forma de control de los comportamientos, a la vez que una diversificación incomparable de los modos de vida, una imprecisión sistemática de la esfera privada, de las creencias y de los roles."<sup>7</sup>

Según esto, la postmodernidad es precisamente aquella época en que los contornos entre lo público y lo privado desaparecen, produciendo una erosión de las identidades que acelera la desestabilización de las personalidades y deshace las ideologías, entendidas aquí en su acepción integrativa, es decir, como aquellos sistemas que permiten que los individuos se reconozcan como pertenecientes a un mismo mundo. Debemos ver en la postmodernidad la agudización de cierto proceso moderno. Este privilegiaba la libertad y autonomía de los individuos frente a los regímenes disciplinarios que Foucault ha brillantemente descrito: la familia, la escuela, el cuartel, el hospital, la cárcel, el Estado policía, la sexualización y todas aquellas tecnologías que controlaban al yo y que forman parte de esos saberes difusos que envuelven a los individuos. La modernidad rechazó este sistema disciplinario y, en su fase postmoderna, este rechazo "corresponde a la elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades, el sexo y la asunción de los "factores humanos."<sup>8</sup> Esto puede resumirse en un mínimo de coacciones y en un máximo de elecciones privadas posibles, un mínimo de austeridad y un máximo de deseo, la menor represión y la mayor comprensión posible. "Proceso de personalización en la medida en que las instituciones desde este momento se adaptan a las motivaciones y deseos, incitan a la participación, habilitan el tiempo libre y el ocio, manifiestan una misma tendencia a la humanización, a la diversificación, a la psicologización de las modalidades de la socialización."<sup>9</sup>

---

7 LIPOVETSKY, G. *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 1986, p. 5.

8 *Ibidem*, p. 6.

9 *Ibidem*, p. 7.



En esta dirección, la crisis de las instituciones puede medirse en los términos del reclamo que los individuos hacen en aras de una mayor participación, autonomía y libertad. La institución debe modificar su estatuto de manera tal que abandone su aspecto disciplinario, coactivo y logre una flexibilidad tal que pueda compaginar con la nueva imagen que el individuo tiene de sí. En el fondo, lo que se critica aquí es el intento de normalización que la institución ha llevado a cabo en contra del individuo; éste ha estado sometido a procesos de uniformización: políticos, productivos, morales, escolares, que eliminaban las preferencias y expresiones singulares. En pocas palabras, lo que se plantea es el problema de la relación con el Estado, el papel que éste cumple en la regulación de la vida social.

Lo primero que cabe decir al respecto, es que el funcionamiento del Estado se ha alterado significativamente desde el momento en el cual las masas se tornaron sujeto político. El Estado tuvo que asumir un carácter demagógico siempre más marcado para poder influenciar esta masa cuya conducta se plasmaba a través de la emotividad. Procediendo de esta manera, los grandes principios del Estado se vaciaron de sus contenidos y se transformaron en *slogans* sin otra misión que la de envolver emotivamente a esas masas. En pocas palabras, el Estado, en lugar de enfrentar a las masas con su propio lenguaje, encontró más útil adecuarse al lenguaje emotivo que ellas empleaban. Ya Voltaire afirmaba que cuando el pueblo se jacta de razonar, todo está perdido. Y, en efecto, desde que la sociedad de masas ha acontecido, parece que debemos resignarnos a esta nueva situación, entendiendo que con ella el espacio político ha variado irremediamente.

Esto acarrea una serie de consecuencias. Primeramente, el principio de subordinación, que durante mucho tiempo fue lo que caracterizó la relación Estado-Pueblo, ya no encuentra asidero. El mencionado principio desaparece porque su propio fundamento ha desaparecido, es decir, ya no existe la fe en una autoridad y en una verdad absoluta, de la cual el Estado se haga depositario. En situaciones de mayor libertad, a saber, en aquellos tiempos en los cuales la libertad es el principio supremo, la gente se somete sólo de manera *condicionada*, en virtud de un pacto recíproco y, por consiguiente, con todas las reservas del interés personal. Y esto porque la libertad es entendida aquí como preeminencia del interés personal sobre el bien común. El gobierno y el Estado pasan a ser un simple órgano del pueblo y pierden ese carácter de veneración que los colocaba antaño *por encima* y en relación a un *abajo* acostumbrado a la humildad y al dejarse guiar. En el fondo, aquí se ha subvertido la antigua relación Estado-religión. En efecto, en los tiempos pasados, el Estado recibía de la religión una legitimación que ahora debe recibir del pueblo. La esencia del Estado democrático radica,

precisamente, en recibir su autoridad desde la misma base popular. Pero, haciendo eso, el Estado tuvo que criticar esa concepción religiosa que lo quería legitimado desde arriba, desde Dios mismo. La religión pasó a ser un asunto privado, de la conciencia privada del ciudadano, y al así hacerlo, la actitud de los hombres hacia el Estado varió sustancialmente: se hizo cada vez más patente que con el venirse a menos del fundamento divino del Estado, se sacude también la relación de veneración que el privado sentía hacia el Estado. El individuo ya no encuentra sentido alguno en el sacrificio de su ser en aras de la colectividad. De ahí en adelante los individuos se subordinan al Estado sólo si pueden sacar un provecho particular de esa sumisión: en fin, el criterio fundamental es el de la utilidad privada. Pero este principio desencadena una competencia despiadada en el seno de la cual los hombres y los partidos cambian rápidamente de posición en un vértigo sin precedentes. El individuo o el grupo que llegue al poder será derribado casi inmediatamente por las facciones opuestas y al Estado le faltará toda garantía de duración. Esto, a su vez, hará rehuir de todas aquellas empresas que para otorgar frutos y resultados necesitan tiempo. Nadie sentirá obligación alguna por la ley, salvo aquélla de someterse *momentáneamente* a aquella fuerza que ha introducido la ley; pero, seguidamente, se hará todo lo posible para socavar esa fuerza y con ella la ley; se trabajará para formar una nueva mayoría por medio de la cual instaurar una nueva ley y ningún programa de gobierno tendrá la fuerza suficiente como para imprimir un rumbo seguro a las empresas sociales. El principio de la utilidad socavará el bien común y público. Finalmente, se arribará a un momento en el cual la misma palabra "Estado" no despertará sino desconfianza y el convencimiento de su inutilidad. De facto, se abolirá la idea del Estado, aun cuando se mantenga su fachada, y se la reemplazará con sociedades privadas: se eliminará también toda contraposición entre público y privado y la empresa privada gobernará la sociedad sin otro fin que su propio bienestar. La muerte del Estado es la consecuencia del Estado democrático, o, si se prefiere, el Estado democrático es la disolución y decadencia del Estado en cuanto tal.

Se comprende así mejor la definición que Lipovetsky otorga a la postmodernidad: "La anexión cada vez más ostensible de las esferas de la vida social por el proceso de personalización y el retroceso concomitante del proceso disciplinario es lo que nos ha llevado a hablar de sociedad postmoderna, una sociedad que generaliza una de las tendencias de la modernidad inicialmente minoritaria. Sociedad postmoderna: dicho de otro modo, cambio de rumbo histórico de los objetivos y modalidades de la socialización, actualmente bajo la égida de dispositivos abiertos y plurales; dicho de otro modo, el individualismo hedonista y personalizado se ha

vuelto legítimo y ya no encuentra oposición; la era de la revolución, del escándalo, de la esperanza futurista, inseparable del modernismo, ha concluido. La sociedad postmoderna es aquella en que reina la indiferencia de masa, donde domina el sentimiento de la reiteración y estancamiento, en que la autonomía privada no se discute, donde lo nuevo se acoge como lo antiguo, donde se banaliza la innovación, en la que el futuro no se asimila ya a un progreso ineluctable."<sup>10</sup>

Nos encontramos en una época de vacío, de un vacío que no es trágico porque desde él no se reclama ya un sentido, no se lucha por un significado. Los hombres se instalan en él dejándose llevar por la lógica del consumo magnificada por los medios de comunicación masiva donde todo fenómeno se construye desde la seducción. Seducción de los objetos que reclaman nuestro ser y nuestro tiempo, que nos absorben en su inmediatez, en una lógica del disfrute sin esfuerzo, en un mundo de mera producción y de abundancia. Ciertamente, en el seno de esta sociedad el individuo se hace más selectivo y discriminativo: el consumo desde la multiplicidad de ofertas obliga al sujeto a informarse hasta la saturación para efectuar la mejor compra posible. Los *mass media* juegan aquí el doble papel de presentar las ofertas y de instruir sobre ellas: el individuo no puede prescindir de ellos; sin ellos queda privado de la única lógica que conoce. Paralelamente, la personalidad del hombre se hace más diversificada y compleja, mientras que su persona desaparece. En efecto, la diferenciación individual es sólo un escenario, un espectáculo que otro debe contemplar; las conductas individuales se hacen más complejas, refinadas, rebuscadas, desde los atuendos hasta los discursos, pero en ellos no existe la menor autoposesión. Al individuo se le escapa todo de las manos, mientras cree estar agarrando: su identidad se disuelve conjuntamente con las tradiciones y con el espacio público, presentándose la suprema paradoja de que mientras mayor diferenciación busca, el individuo pierde su identidad, se aplanan, es sólo un juego de superficies que él mismo no logra controlar. Ya lo hemos dicho, sin identidad no hay diferencia posible: el exceso de diferenciación, el querer ser diferente porque así lo exige la moda, acaba con la real y efectiva diferencia, aquella que surge del seno mismo de la identidad.

No queda sino un narcisismo exasperado. "La cultura postmoderna es descentrada y heteróclita, materialista y psicologista, porno y discreta, renovadora y retro, consumista y ecologista, sofisticada y espontánea, espectacular y creativa,"<sup>11</sup> pero, sobre todo los valores, de los cuales se mofa

---

10 *Ibidem*, p. 9.

11 *Ibidem*, p. 11.

y sobre los cuales ironiza, el individuo coloca el valor del sí mismo, hueco y narciso, laxo y sin densidad. Narciso es incapaz de autocontrolarse porque está embriagado de su propia imagen, vanidoso y orgulloso de su aspecto, es incompetente para conocerse realmente a sí mismo. "Fuera de sí", abandonado a esas lógicas del consumo que lo descentran, coqueteando con todos los discursos sin comprometerse con ninguno, el hombre posmo es el hombre cuya voluntad débil y desgastada sólo sabe decir siempre que sí. Pero no es un sí afirmativo, es el sí del "bueno, por qué no", es el "sí" de la desgana y apatía, es el sí del "dejáme en paz", es el sí indiferente otorgado a cualquier cosa, en fin es el sí del asno. Narciso no conoce de sí sino su propio semblante vacío y hueco, donde ya nadie penetra: Narciso es solipsista.

En este panorama, "las cuestiones cruciales que conciernen a la vida colectiva conocen el mismo destino que los discos más vendidos de los hit-parades, todas las alturas se doblegan, todo se desliza en una indiferencia relajada."<sup>12</sup> Es el tiempo de los individuos lábiles, benévolos, sin convicción, que quieren expresarse a sí mismos pero que ya no tienen con qué, pues se han disuelto, no son sino larvas, espectros que ni siquiera asustan, sólo aburren. En el tiempo de la democratización de la palabra lo que ha desaparecido es la palabra misma, sólo queda una infinitud de flatus vocis. "Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de la comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor. De ahí esa plétora de espectáculos, exposiciones, entrevistas, propuestas totalmente insignificantes para cualquiera y que ni siquiera crean ambiente: hay otra cosa en juego, la posibilidad y el deseo de expresarse sea cual fuere la naturaleza del "mensaje", el derecho y el placer narcisista de expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registrado amplificado por un 'medium'."<sup>13</sup>

En este contexto, la relación interpersonal desaparece: lo único que se quiere es seducir, por el mero hecho de hacerlo. Además es una seducción falsa, acompañada por la decepción, por la frustración. En efecto, "seducir" viene del verbo latín *duco* que significa conducir, llevar, dirigir hacia, más el pronombre *se*, que significa sí mismo. Seducir es conducir hacia sí mismo. Pero, para que eso sea efectivo debe haber un sí mismo, y ya vimos que eso es precisamente de lo que adolece el hombre posmo. El seducido descubre

---

12 *Ibidem*, p.13

13 *Ibidem*, p. 15

que allí no hay nada, que el canto de las sirenas que lo ahogó era emitido sólo por el fragor de las aguas entre las rocas: no había sirenas: el mar le tendió una trampa.

Si ponemos en relación este panorama con las anteriores coordenadas, donde esbozamos el problema de la identidad y de la tradición, veremos que la comunicación generalizada no puede emitir mensajes porque las identidades se han deshecho. Para comunicar hay que tener un referente claro desde el cual se dice algo; de otra forma, caemos en el vociferar narciso de hombres y mujeres que se exponen simplemente para gustar. Pero, ojalá que los problemas se redujeran a éstos. En el caso de Venezuela la situación es más grave, pues en ella la sociedad resulta integrada por una pluralidad de grupos correspondientes a todos los grados de la evolución humana. Dificilmente puede señalarse con precisión en qué etapa de la civilización occidental se encuentra la sociedad venezolana. En Venezuela lo que se ha acumulado son las puras contradicciones irresolutas, contradicciones anacrónicas por presentarse en un tiempo que no es el suyo. En pocas palabras, de manera más concreta, en Venezuela asistimos a una invasión por parte de la lógica del consumo que corresponde a otra socialización y a otra individualización. El desnivel histórico, cultural y de clases sociales alcanza puntas inauditas. Una sociedad marginada de la lógica del consumo asiste, sin posibilidad de inserción, al espectáculo consumista de la abundancia de posibilidades. Un tiempo premoderno, precrítico, se ve arrollado y superpuesto por un tiempo postmoderno.

Esto es así en tanto que en Venezuela el Estado no cumplió el papel que hizo en otras latitudes: no le permitió a los individuos crecer hasta el punto en el cual estos fueron capaces de criticar al Estado mismo, desligándose de su aparato protector; no los "normalizó" a través de las sólidas disciplinas escolares, asilares, etc. En Venezuela asistimos a una contradicción sin precedentes: se nos dice que el Estado debe dejar de ser "padre", para permitir que los hijos se liberen, cuando en realidad sólo ha sido un mal padre, cuando no ha modernizado al país, sino sólo lo ha saqueado, privilegiando el interés de unas cuantas sociedades privadas. El Estado no ha cumplido su misión, ha sido siempre re-activo y sólo se puede creer que ha habido progreso en el país si se toma como indicador de ello a las tecnologías, por lo demás importadas, que han maquillado las estructuras sociales, mal penetrándolas, alterándolas sin claridad alguna. Por si fuera poco, el mundo de la ciencia y de la tecnología, que se importa a Venezuela, obedece la lógica consumista del individuo postmoderno perteneciente a las sociedades de bienestar. Si el panorama es gris en las sociedades de bienestar, imagínense cómo debe ser aquí donde no se han

dado las condiciones mínimas para que el cambio sea positivo. Si el supuesto individuo crítico de la sociedad de bienestar casi no logra orientarse en el mundo de la abundancia, ¿cómo hará el individuo acostumbrado a guiarse por otros parámetros y que, en el mejor de los casos, sólo puede esperar pasar abruptamente del mundo de la escasez al mundo de la abundancia? El resultado será necesariamente el extravío, la pérdida de esa densidad que es la persona, la deshumanización más brutal unida a la "des-culturación" más radical. A estas alturas del siglo ya no se asiste a una in-culturación o a una a-culturación, pues denominar a la lógica del consumo cultura es darle un honor que ella no merece ; estamos frente a una auténtica "des-culturación", es decir, a la pérdida de todo estilo propio típica de la barbarie. El todo está en todo, las mezclas son laceraciones de antiguos y armónicos tejidos sociales; son el producto de la violencia voraz del capital desesperado por ensanchar los mercados. Esta situación es tanto más grave en toda América Latina en cuanto en ella "existe una herencia social, forjada por el quehacer anónimo y colectivo de hombres de orígenes muy distintos, que hubieron de adaptarse a circunstancias geográficas variadísimas, a múltiples aportes migratorios voluntarios o forzados, a la presión de edades culturales separadas e incompatibles, a la condición de periferia de centros culturales arcaicos o modernos, a las exigencias de una organización económica internacional que no tenía en cuenta sus intereses regionales propios, y que por lo común desmentía el contenido de los valores civilizadores que invocaba para justificarse."<sup>14</sup>

Colocado en este contexto, en Venezuela el problema de la identidad personal y cultural, cobra una magnitud sin precedentes. Estamos frente a una sociedad de cambios tan bruscos, que pasa de una ruptura a otra, de una discontinuidad a otra, donde la fuerza centrípeta del individuo debería ser increíblemente poderosa para evitar el desarraigo más total. Pero, ¿cómo puede lograrse esta fuerza centrípeta si todo conjura hacia lo centrífugo? ¿Cómo pueden estratos marginales integrarse a un tejido social que en lugar de fortalecerse y prepararse para la integración, se disuelve cada vez más? En pocas palabras, ¿dónde encontrar los puntos de referencia desde los cuales forjar la identidad? Un retorno a las tradiciones parece muy difícil, por no decir imposible, mientras subsista el actual sistema económico internacional. Por lo demás, el problema en Venezuela está en la base de su propia formación: nunca hubo una identidad para ella: nunca logró dársela: su origen es un desencuentro, en su origen se encuentra la fuerza centrífuga.

---

14 SAMBARINO, M. *op.cit.*, p.151

Siempre se miró hacia afuera, pero no para fortalecer, a través de sucesivas incorporaciones, lo que se tenía, sino, precisamente, para alejarse de lo cercano, para extraviarse en horizontes cautivadores en virtud de su esencial novedad. Si a todo esto le sumamos la lógica comunicacional, fundada en la publicidad y en la rentabilidad que de ella se desprende, el panorama no puede no ser sombrío. Los estratos menos favorecidos económicamente, que no disponen de recursos para educarse y para defenderse a través de las armas de la crítica y de la reflexión, se encuentran absolutamente alienados y seducidos. Se trata, por lo demás, de una seducción radicalmente perversa, en cuanto se les tienta constantemente, pero al mismo tiempo, se les niega la satisfacción; más concretamente: se les dispone para consumir, pero no se les permite consumir. El grado de tensión que esta situación produce es fácilmente imaginable. Por si fuera poco, las últimas ilusiones de la modernidad han muerto con el comunismo: ya nadie cree que la revolución acabará con el mal y que llegarán los tiempos felices. Ninguna ideología dreña la presión, que sólo puede temporalmente aligerarse a través de pobladas sin ninguna meta, salvo la expresión de la ira.

¿Qué clase de individuo puede soportar este estado de cosas? ¿Puede el individuo soportar el desarraigo, la des-territorialización total? ¿Puede el nomadismo social y cultural ser una forma de vida adecuada para las nuevas situaciones? Para algunos ciertamente que sí. Precisamente, para aquellos individuos que tienen provisiones para el viaje. Los otros están condenados a la aleatoriedad radical, a sobrevivir a como dé lugar en los márgenes de los caminos, mientras el grito de "sálvese quién pueda" resuena por doquier. Ya decíamos que sin identidad no hay proyecto, pues no hay ningún querer llegar a ser. Algunos intérpretes han querido ver signos de esperanza en las solidaridades de microgrupos. Sin negar su utilidad, también es cierto que estas solidaridades se deshacen con la misma rapidez con la cual se producen: adolecen del mismo mal que el Estado: no tienen garantía de duración, son lábiles y vulnerables porque sus integrantes lo son. En resumidas cuentas, la solución que parece viable en sociedades de bienestar difiere radicalmente de aquéllas que no lo son. Mientras en las primeras se puede pensar en un individuo centrado en sí mismo, capaz de oscilar entre la pluralidad sin perder su punto de apoyo; un individuo que redefine las instituciones para que éstas se flexibilicen y permitan satisfacer necesidades reales; un individuo, en fin, capaz de soportar el desgaste que una sociedad postmoderna implica, en las segundas el panorama difícilmente puede ser positivo. Todo parece indicar que asistiremos a un prolongado período de caos político y económico, donde la tensión definirá constantemente el clima social, y donde toda solución será cortoplazista y efímera. Una solución más

consistente sólo puede acontecer en el terreno cultural, y éste —es oportuno recordarlo— se fortalece en el momento en el cual lo político se debilita. Pero, para ello, debemos abandonar la idea de que la crisis ha de ser resuelta por el Estado: éste, según mostramos, es el principal enfermo. Sólo desde la base de las relaciones sociales puede gestarse el cambio, aun cuando, como fácilmente se desprende, la actividad requerida para superar las actuales fuerzas y su inercia ha de ser inmensa.

Esto último nos lleva a debatir de manera más concreta el problema de los *mass media*. Su poder es tan grande que la sociedad entera se encuentra centrada sobre la imagen. Los efectos de la misma sobre la potencialidad crítica de los individuos son muy grandes. En efecto, la imagen tiende a negar la reflexión, tiende a absorber la concentración del individuo hacia un fuera de sí seductor: en la imagen el individuo se abandona, se deja llevar, evade. La imagen reprime, y, paradójicamente, la liberación total de las imágenes, es la gran represión. Contrariamente a la palabra, que dispone siempre al individuo a la recuperación de sí, la imagen se ha tornado en el gran dispotivo del poder totalitario. Debemos, por tanto, recuperar la palabra para que ésta luche en contra de la imagen, para que conecte la imagen a la reflexión, aminorando sus efectos represores. Y esta palabra ha de ser recuperada desde la base misma de las relaciones sociales, pues es ilusorio pensar en un advenimiento de la palabra que libere desde afuera. La palabra sólo se hace crítica si es poseída por el individuo, entendiéndose aquí por posesión de la palabra su cultivo, su ejercicio constante. No importa tanto aquí el nivel de la palabra: aun aquel que se encuentra marginado puede recuperar la palabra, *su palabra*. El uso de la misma se encargará de hacerla crecer, de hacerla llegar a la efectividad, a través de su difusión en el seno de la relación personal. Si la ponemos en circulación desde los medios de comunicación masiva, la extraviamos. La palabra es cultura, aquélla real y efectiva que se torna pauta de conducta, aquélla que orienta y sana. La palabra trastoca el cuadro de los poderes, se instala en la tensión que producen los juegos del poder, en esa misma tensión que es el poder.

De esta manera, no hay que relegar la palabra en el intelectual. Este ha dejado de ser el depositario de la verdad, porque la verdad se alimenta del diálogo de las partes interesadas. Hay que seguir la sugerencia que hace Foucault cuando dice que durante largo tiempo al intelectual, sobre todo el llamado intelectual de izquierda, se le reconoció el derecho a hablar “en tanto que maestro de la verdad y justicia (...) Se le escuchaba, o pretendía hacerse escuchar, como representante de lo universal. Ser intelectual era ser un poco la conciencia de todos.(...) El intelectual por su elección moral, teórica y política, quería ser portador de la universalidad, en su forma



consciente y elaborada.”<sup>15</sup> A lo sumo, aquí el intelectual es una voz más en el concierto; es un hombre abocado al trabajo menudo y pormenorizado de su entorno; un hombre que, lejos ya de trabajar en lo universal y “ejemplar”, incide en sectores determinados, en puntos precisos como pueden serlo sus mismas condiciones de vida, el lugar del trabajo, la vivienda, la universidad, la familia, las relaciones interpersonales, afectivas, sexuales, etc. Esta nueva figura del intelectual aboga por lo concreto y por lo cotidiano, aun cuando debe enfrentarse al riesgo de dejarse él mismo manipular por el entorno, en ausencia de una clara estrategia global. Este riesgo implica también el de quedarse aislado, el de no poder arrastrar multitudes. De todas formas, discutiendo en su contra y a su lado, nuestra palabra crece, se acostumbra a la expresión cada vez más precisa y afilada, se transforma en el objeto puntiagudo con el cual viviseccionamos lo que nos importa y lo que vale; por medio de ella, accedemos al mundo de los valores, al mundo humano por excelencia, al mundo que, en cuanto humano, nos incumbe y que debemos controlar. En la palabra recuperamos la autenticidad, no en el sentido de que con ella nos reconciliamos con una identidad sustantiva extraviada y que nos aguarda en su mudo estar ahí, sino aquella autenticidad por la cual advenimos a lo que percibimos como urgente y propio, esto último en su acepción de “hacerse nuestro”. En la autenticidad superamos la desadaptación que el desarraigo de la lógica del consumo nos impone y desde ella clasificamos como “intolerable” la dispersión postmoderna.

Quede en claro, finalmente, que no se trata aquí de rechazar en bloque la postmodernidad para recuperar los proyectos de la modernidad: lo que está en juego aquí no es una clasificación de los tiempos, sino el preciso diagnóstico de lo que nos acontece. En este diagnóstico sabremos lo que, siendo todavía moderno, o postmoderno, resulta viable y lo que ya, perteneciendo a otros caminos, nos resulta provechoso. Hay que evitar los extremos y trabajar en ese espacio intermedio donde se gesta lo duradero, sin que esta duración se transforme en una rígida imposición, en una negación de posibilidades que han de ser nuestras en la constante confrontación con lo que acontece. Por consiguiente, lo que rechazamos son los elogios indiscriminados, tanto del proyecto moderno como del tiempo denominado postmoderno. Lo que debemos buscar es el efectivo bienestar de la persona, defendiendo esa densidad básica desde la cual lo real se hace tal.

En fin, lo que debe quedar claro es que “lo auténtico puede ser tal por una identidad colectiva seleccionante de sus contenidos culturales y que se

---

15 FOUCAULT, M. *Un diálogo sobre el poder*, Madrid, Alianza, 1981 p. 138

selecciona a sí misma, pues elige dentro de sus posibilidades. Lo auténtico puede ser tal por una tradición que no se rectifica en algunos aspectos aunque no se mantenga en otros, y se apoya en los que continúan para lograr fines que son valiosos dentro del horizonte estimativo de la conciencia colectiva. Lo auténtico remite en definitiva hacia la autenticidad de un proyecto de vida colectivo. Un proyecto de esta índole tiene que ver con una situación cultural problemática, o sea, con una realidad social humana que se encuentra ante problemas respecto de la formulación o reformulación de su modo de vivir."<sup>16</sup>

Así las cosas, lo que proponemos, visto el poderío indiscutible de los medios de comunicación masiva, es una suerte de "guerra de guerrillas". En efecto, no podemos enfrentar los *mass media* abiertamente: queremos una táctica muy precisa que tome en cuenta cómo opera el mundo de la comunicación. Su lado fuerte es la publicidad que, desde las revistas hasta las vallas luminosas colocadas en los márgenes de las calles y avenidas, hace soñar y suscita la identificación con el consumo. La publicidad de lencería, los productos de belleza, el turismo han desarrollado un culto al cuerpo que se ha transformado en el síntoma más claro del triunfo de lo privado, del individuo rey. Bajo el disfraz de la liberación del cuerpo, la publicidad y la lógica del consumo han impuesto sus propias reglas de juego. Para que el consumo se tornara masivo, la publicidad invistió al cuerpo como el lugar del placer y del disfrute por excelencia, trastocando en profundidad la relación entre el cuerpo y la higiene, y el cuerpo y el vestido. Antoine Prost<sup>17</sup> escribe que a comienzos de siglo el cuerpo era apreciado en relación al trabajo: sus cualidades más relevantes eran la robustez y la resistencia a las fatigas. Sólo después de la segunda guerra mundial se empieza a conceder importancia a la apariencia física y la gente empieza a obsesionarse por el *look*. El aseo era limitado y raro, hasta se creía que el agua ablandaba los cuerpos, mientras que la mugre era signo de salud. La gente se lavaba a lo sumo el rostro y las manos y hasta 1940 lavarse las manos en la escuela era muy difícil, si no imposible. Lavarse el conjunto del cuerpo no formaba parte de las prácticas cotidianas y todavía hacia 1940 Prost cita el caso de una mujer de pueblo que respondía indignada a una directora de Escuela de Chartres sobre el hecho de que su hija estaba demasiado arreglada. Un fragmento de la carta dice textualmente: "Tengo cincuenta años, señora, y jamás me he lavado allá." En relación al vestido la situación es muy conocida por todos.

---

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 311.

<sup>17</sup> Cfr. PROST, A. *Historia de la vida privada*, vol.9, Madrid, Taurus, 1990, p. 96

El traje antiguo ocultaba el cuerpo y lo aprisionaba, mientras que hoy en día lo realza y destaca transformándolo en una constante invitación: el lugar desde el cual se realiza el llamado y desde el cual se induce a la aproximación. La alimentación también sufre profundas transformaciones: las dietas son otra faceta de la higiene y del cuidado de la apariencia física. No se trata sólo de salud lo que está en juego es una concepción y vivencia de la corporalidad que permita hacer del cuerpo un mercado para los productos de belleza y para la moda en general. En fin, se trata de permanecer seductor lo más que se pueda. Para vender un champú o un dentífrico hay que imponer al público la idea de que es necesario lavar el pelo o los dientes; tampoco se puede aumentar el número de ventas de crema solar si antes no se ha difundido la idea de que es imprescindible estar bronceado: el sol es salud. Finalmente, hay que ser deportivo a como dé lugar. Para que hombres y mujeres se pongan a hacer gimnasia se requiere de un incentivo poderoso. La publicidad lo envuelve todo.

Pongámoslo en claro de una vez: no se trata de negar los aspectos positivos que este estado de cosas acarrea, pero es importante destacar que detrás de esta liberación del cuerpo se esconde un preciso interés productivo: hay que consumir, multiplicando las necesidades y difundiendo un sentimiento de culpabilidad en lo relativo al descuido del *look*. Maquillarse, hacer gimnasia, jugar tenis, hacer esquí de nieve o acuático, el *wind surfing* son actividades que equivalen a tomar el propio cuerpo no sólo como medio, sino como fin: sentirse bien en la propia piel, ese es el ideal. Todo esto acontece a partir de los anuncios, desde los jugos de fruta y los yogures que modifican las prácticas alimenticias, hasta la sexualidad, la forma de vivirla, de expresarla, todo pasa por nuevas estimaciones que están transidas de punta a punta por los medios de comunicación: ellos no venden sólo productos, sino antes que eso, identidades prefabricadas a las cuales uno se ajusta, que uno compra tácitamente con el producto. Lo grave del asunto es que la gente se cree libre porque ha comprado la idea de que lo es. Cuando eso acontece, el nivel crítico desciende y la gente se encuentra a merced del mecanismo publicitario. Este, por otra parte, sólo ha realzado la importancia del placer físico, el placer inmediato, descuidando por completo los reales placeres intelectuales, cuyo inconveniente, para el mundo de la publicidad, es que requieren de esfuerzo y dedicación: no se pueden adquirir en un frasco, difícilmente se dejan reificar, si bien toda una cultura industrial se ha puesto en marcha para ello. En pocas palabras, y como ya apuntábamos, no se puede adquirir una identidad: hay que dársela a través de un duro trabajo. La publicidad y el mundo de los medios masivos personaliza, pero no nos hace ser más personas. La táctica de la "guerra de guerrillas" implica sospe-

char de los *mass media*, porque en ellos se encuentra un régimen disciplinario tan férreo, si no más, que aquél de las disciplinas tradicionales. La gente se adueña y utiliza inclusive ciertos discursos, pero el lenguaje al uso sirve no para la cada vez más perfecta comunicación intergrupal o interpersonal, sino para el mantenimiento del *statu quo*, es decir, la perpetuación de la práctica publicitaria. Estamos frente a una comunicación aparente, que le es útil a los sujetos en la exacta medida en que con ella se muestra respeto a la norma publicitaria misma y para que el individuo sea aceptado en el grupo. Con ello presenciamos la pérdida de espontaneidad que, en este contexto, denuncia el fracaso de la comunicación. Finalmente, el individuo se incomunica porque no posee, como ya decíamos, una palabra propia. En este estado todo es aburrimiento: todo es nuevo, pero nada sorprende y, por consiguiente, todo resulta ya sabido. De ahí la necesidad de estímulos cada vez más fuertes, la necesidad de pasiones fuertes que perturben y alteren al individuo, que lo saquen fuera de sí, porque en sí el individuo no se siente bien, experimenta angustia y una tensión insoportable.

Hay que poner a los medios masivos de comunicación en su lugar. Si están en él no son dañinos, pero si se extralimitan y deshacen nuestra identidad son peligrosos. Más peligrosos, ya lo mostramos, en sociedades que todavía no se han encontrado a sí mismas y que desde la penuria y la escasez están dadas al atosigamiento. Hay que hacer un llamado para que la gente se construya una identidad auténtica, según las pautas que hemos esbozado anteriormente. Hay que comprender y hacer comprender que éste es un mundo de sirenas, un mundo de cantos y de seducción mortal si no se es lo suficientemente astuto como Ulises, esto es, si no sabe uno amarrarse a sí mismo. Y lo grande de la enseñanza de Ulises es precisamente el buen conocimiento de sí, saber cuán débiles y vulnerables somos a este mundo de la comunicación masiva. Sólo así tomaremos medidas. En fin, escuchemos las sirenas, por qué no, pero construyamos buenas sogas, esto es, esas identidades que nos amarran de vez en cuando, justamente, cuando transitamos entre Escila y Caribdis, es decir, entre los escollos y los torbellinos de nuestro tiempo.