

OBSOLESCENCIA DEL MITO POLÍTICO¹

MARIO PERNIOLA²
Universidad de Roma II (Tor Vergata)

Resumen: Nuestra modernidad ha mantenido posturas tan convergentes como distanciadoras entre sus dos grandes mitologías, la cognitiva y la pulsional, como pueden ser las de un Sorel o un Husserl. Pero en las últimas décadas, la realidad ya no puede ser pensada bajo las vetustas categorías de pasión, interés, acontecimiento o mito... Las nuevas formas de sentir y actuar requieren un nuevo tipo de aprioricidad. El lugar de la acción ha sido ocupado por lo massmediático y el del afecto por una sensología. El resultado ha sido una des-subjetivación y una des-responsabilización. Entre la acción y la pasión surge una nueva categoría, la de *agency*, que promueve un nuevo tipo de figura política y de fanatismo diferente al del antiguo mito: la figura del maniquí, que sustituye al antiguo líder, y el del fan, consumidor de productos políticos, distinto del antiguo militante.

Abstract: *Our modernity has kept convergent as well as divergent positions between its two main mythologies, the cognitive one and the pulsion one, such as the positions of Sorel or Husserl. However, in the last decades, reality cannot be conceived under the old categories of passion, interest, event or myth... The new ways of feeling and acting require a new type of aprioricity. The space of the action has been occupied by mass media and the space of the affection has been occupied by sensology. The result has been a desubjectivation and a no accountability. Between action and passion emerges a new category: the category of agency, which promotes a new type of political figure and fanaticism different from the ancient myth: the manikin, who substitutes the old leader and the fan, different from the old militant and who consumes political products.*

11

Palabras clave: mito, pasión, sensología, agency, fan.

Keywords: *Myth, passion, sensology, agency, fan.*

1. INTERÉS Y PASIÓN. Repensar hoy día la noción de “mito político” implica confrontarse con una situación paradójica. Por un lado, los procesos de secularización y de desencanto, sumados a la idea eurocéntrica de modernidad, han jugado un papel hegemónico, condicionando la conducta de una gran parte de la población y desestabilizando la sociedad

¹ Texto inédito del autor, preparado exclusivamente para esta publicación. Título original: “Obsolescenza del mito político”. Traducción del italiano de Paola Nieto García y Julio Díaz Galán.

² Es catedrático de Estética y director del Departamento de Filosofía de la Universidad de Roma “Tor Vergata” (Italia). Es profesor invitado en numerosas universidades y centros de investigación en Francia, Dinamarca, España, Brasil, Japón, Canadá, EEUU y Australia.

tradicional³. Por otro lado, desde la Revolución Islámica de 1979, se han producido fenómenos orientados en dirección contraria, pues la afirmación y difusión de determinadas morales y confesiones religiosas han sido llevadas a cabo con extrema determinación e intolerancia⁴. A primera vista, se podría decir que hemos asistido a la confrontación de dos mitos políticos: el primero de ellos hereda una visión progresista e innovadora de la historia; el segundo promueve una revalorización de las fuerzas psíquicas del entusiasmo y del fervor. Sin embargo, ninguna de las dos tendencias opuestas se reconoce a sí misma bajo la categoría de “mito”. De hecho, la primera se ha presentado como un enfoque metódico y utilitario a los problemas de la vida individual y colectiva, eliminando cualquier aspecto emocional y compulsivo de su obstinado reduccionismo técnico. La segunda ha enfatizado excesivamente la necesidad de una adhesión total e incondicional a una verdad indiscutible, ocultando el significado estratégico y militante de semejante elección. A primera vista, este conflicto puede ser representado como una lucha entre racionalismo e irracionalismo o, dicho con propiedad, entre *intereses* y *pasiones*.

Estas dos nociones han tenido, entre los siglos dieciséis y dieciocho, una importancia crucial en el pensamiento político y moral. Es muy significativa la conclusión a la que Albert O. Hirschman llegó en el libro que dedicó a este tema. Tras analizar bastantes teorías políticas afines al espíritu del capitalismo, renunció a la idea de que las pasiones no deban ser tenidas en cuenta, incluso cuando pareciera que el comportamiento dictado por el interés constituye la regla general.⁵ Así que parece que, finalmente, Spinoza y el Cardenal de Retz, antes del triunfo del utilitarismo, dieron en el clavo. De acuerdo con el primero, a pesar de que todos los hombres buscan su propio beneficio, raramente se guían por la razón, pues en su mayor parte son movidos por sus apetitos. Al deliberar acerca de sus conveniencias, son arrastrados por las pasiones, que nunca tienen en cuenta el futuro ni ninguna otra cosa⁶. El segundo, buen conocedor de los engranajes de las conductas “mundanas”, pensaba que el mejor método para juzgar con exactitud las intenciones de los hombres es examinar sus intereses, que son el móvil más común de sus acciones. Sin embargo, afirmaba Retz, una política verdaderamente sensata no puede

³ Además de la vasta literatura sobre la noción de *Entzauberung*, (como por ejemplo en S. SCHLUCHTER, *Die Entzauberung der Welt: sechs Studien zu Max Weber*, Mohr, Tübingen, 2009), es importante el texto de B. GROYS, “II corpi di Abu Ghraib” en *Ágalma*, n.º. 11, marzo 2006, en donde se subraya el significado estratégico de la demolición de los “valores” islámicos por medio de operaciones simbólicas, como la exposición de los cuerpos desnudos en poses obscenas.

⁴ J. L. ESPOSITO, *The Iranian Revolution. Its Global Impact*, International University Press, Miami, Florida, 1990, y C. KURZMAN, *The Unthinkable Revolution in Iran*, Cambridge (Mass.)-London, Harvard University Press, 2004.

⁵ A O. HIRSCHMAN, *The Passions and the Interests. Political Arguments for Capitalism before his Triumph*. Princeton, Princeton University Press, 1977; trad. it. *Le passioni e gli interessi*, Milano, Feltrinelli, 1979.

⁶ B. SPINOZA, *Trattato teologico-politico*, Torino, Einaudi, 1972.

dejar de considerar la influencia de las pasiones, que siempre intervienen, imperceptiblemente, en los mecanismos que mueven los asuntos más importantes⁷.

La relación entre interés y pasión ha dado lugar a una vastísima literatura, a la que retornan de diferentes formas pero casi siempre con las mismas preguntas⁸. En los últimos años, Pierre Bourdieu ha desplazado por completo esta problemática al introducir la noción de *desinterés interesado*: ha introducido en un marco que oscilaba entre los dos polos de la psicología y la economía política, un tercero, el de la estética⁹. El desinterés es, en efecto, la noción clave sobre la que Kant funda en la *Crítica del juicio* la autonomía de la estética respecto de los intereses y las pasiones. Para Bourdieu, lo contrario del interés no es el desinterés sino la despreocupación. En su opinión, la experiencia estética constituye el paradigma de otra economía, alternativa a la economía capitalista, provista de su propia racionalidad autónoma. Se trata de la economía de bienes simbólicos caracterizada precisamente por el carácter desinteresado del comportamiento, de las acciones y del estilo de vida que las guía. De ello se deriva que incluso el comportamiento más antieconómico puede ser razonable porque su desinterés puede ser reconocido y recompensado¹⁰.

2. MITO Y ACONTECIMIENTO EMOCIONAL. A principios del siglo XX, la tan problemática relación entre el aspecto cognitivo y el pulsional fue repensada por Jean Sorel al modo de una convergencia entre ambos. Como se sabe, Sorel fue el teórico más radical del concepto de *mito político*. En *Reflexiones sobre la violencia* (1905-07), introdujo diferencias substanciales respecto de la concepción clásica de la relación entre intereses y pasiones. Así, el elemento intelectual ya no es pensado junto con la categoría de interés, sino junto con otra más vinculante e imperativa, la de una verdad intuitiva radicada en un pueblo, un partido o una clase. Del mismo modo, el elemento afectivo ya no es la pasión sino la acción directa de carácter violento¹¹. El aspecto epistémico se une al emocional creando una mezcla explosiva.

Anticipándose en gran medida a Bourdieu, Sorel realizó una operación similar a la de aquel, al introducir una noción estética en un contexto completamente diferente, la de *mito*, que proviene de otra corriente de la estética moderna, inaugurada por Giambattista Vico y

⁷ CARDENAL DE RETZ, *Mémoires* [1658-62], Paris, Gallimard, 1952.

⁸ Una exposición razonada de esta problemática se encuentra en L. ORNAGHI, *Il concetto di "interesse"*, Milano, Giuffrè, 1984, y en L. ORNAGHI y S. COTELLES, *Interesse*, Bologna, Il Mulino, 2000.

⁹ P. BOURDIEU, *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*. Paris, Seuil, 1994.

¹⁰ Un desarrollo de la noción de desinterés interesado se encuentra en M. PERNIOLA, *Contra la comunicación*, Buenos Aires-Madrid, Amorrortu, 1994, y en el proyecto del que nace la revista *Agalma*.

¹¹ G. SOREL, *Riflessioni sulla violenza*, Milano, Rizzoli, 1996.

desarrollada por el pensamiento romántico (Schelling, Creuzer, Bachofen). A diferencia de estos pensadores, Sorel traslada la cronología del mito, que ya no reside en un pasado remoto y fabuloso sino en el porvenir. Esta operación ya había sido realizada por Wagner¹² y por Nietzsche, pero la habían dejado confinada en un contexto artístico y filosófico. Sin embargo, Sorel la lleva al terreno de la acción colectiva, confiriéndole una energía ilimitada.

Otra de las distinciones importantes es la que establece Sorel entre mito y *utopía*. Esta última es considerada por él como el producto de una filosofía “intelectualista”, aquella que tras la observación de los hechos trata de establecer un modelo con el cual comparar la sociedad real. El resultado de esta comparación es, paradójicamente, el reformismo. El mito, en cambio, se apoya y se nutre de algo que existe en la consciencia de las masas, algo que es inasequible al desaliento y que se encuentra al resguardo de cualquier refutación. Sin embargo, Sorel rechaza energicamente cualquier yuxtaposición entre mito y estética (pues considera que es un producto intelectualista) y encuentra sus propios referentes en la religión: por ejemplo en la Reforma o en el catolicismo militante.

En el polo opuesto, una corriente importante del siglo XX, coetánea de Sorel, se movió aparentemente en dirección contraria, al sostener la separación total entre el aspecto cognitivo y el pulsional: la fenomenología. Husserl no solo excluye la posibilidad de un conocimiento intuitivo, sino que además asume una posición escéptica respecto de toda forma de conocimiento fundado sobre la existencia del mundo y de los objetos, recuperando la antigua noción de *epoché*, es decir, de la suspensión del juicio¹³. Sin embargo, esta orientación, que parece contemplativa e “impolítica”, no es desafectiva. Esto se hace evidente en la segunda fase de la obra de Heidegger, en donde los conceptos de *Gelassenheit* (abandono) y *Hören* (escucha) adquieren un papel decisivo¹⁴. No obstante, no falta en Husserl ni en Heidegger la aspiración al conocimiento, pues en el primero se presenta como ciencia filosófica *rigurosa* y, en el segundo, como ontología (opuesta a la metafísica). Por lo tanto, no pueden ser considerados como exponentes del irracionalismo y, mucho menos, del nihilismo. En última instancia, el objetivo de la meditación heideggeriana es el acontecimiento (*Ereignis*) de la *lichtung* (comúnmente traducida como apertura, claro o espaciamiento,). Ahí, el

¹² R. WAGNER, *Das Kunstwerk der Zukunft* [1849] trad. it. *L'opera d'arte dell'avvenire*, Milano, Rizzoli, 1963.

¹³ E. HUSSERL, *Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie*, trad.it. *Idee per una fenomenologia pura e una filosofia fenomenologica*, Torino, Einaudi, 2002.

¹⁴ M. HEIDEGGER, *Gelassenheit* [1959], trad.it. *L'abbandono*, Genova, Il Nuovo Melangolo. - *Unterwegs zur Sprache* [1959].

aspecto cognitivo y emocional son inseparables, pues se suprime la abstracción inicial y la desafectividad de la *epoché* husserliana¹⁵.

También en este caso interviene la estética, entendida en una acepción que ya no tiene nada que ver con el sentimiento (*Gefühl*) dieciochesco, puesto que ya no se busca lo armónico y lo conciliador, sino lo perturbador, en total ruptura con la tradición metafísica occidental¹⁶.

3. COMUNICACIÓN Y SENSOLOGÍA. En las últimas décadas han surgido realidades sociales, políticas, técnicas y psicológicas que no pueden ser explicadas enteramente a partir de los conceptos arriba apuntados. Aun manteniendo una relativa validez hermenéutica, heredada de su pasado, las nociones de interés y pasión, mito y acontecimiento no pueden dar cuenta de las nuevas formas de sentir y actuar. Este cambio afecta a las condiciones *a priori* del ejercicio de estas facultades. No es que las acciones y los sentimientos sean diferentes, sino que aparece un nuevo elemento que funda y condiciona cualquier forma de actuar y de sentir. El lugar de la acción es ocupado por la *comunicación massmediática*, y el del afecto, por el de la *sensología*.

Ya para Hannah Arendt, el mundo contemporáneo, al atribuir una importancia exclusiva al trabajo y al considerar la vida biológica como el valor supremo, ha destruido la posibilidad de la política, entendida como espacio público compartido, imposibilitando la acción¹⁷. Según su parecer, la modernidad no ha proyectado al individuo en el mundo sino que, por el contrario, lo encerró sobre sí mismo aprisionándolo en la estéril interioridad de la introspección. La última etapa de este proceso ha sido la de crear una sociedad de trabajadores sin trabajo: la sociedad de consumo es el “paraíso del enajenado”. Finalmente, se constata la futilidad de una existencia que no se realiza en algo permanente y que participa en un proceso de autodestrucción. La acción política, al contrario, es impredecible en cuanto a sus resultados e irreversible en su proceso. Es por esta razón que aspira a tener efectos duraderos.

El paso desde el concepto de *acción* al de *comunicación* está magistralmente ilustrado por Jürgen Habermas, que en su monumental *Teoría de la acción comunicativa* sitúa la acción de la comunicación en un cuarto lugar, más allá de la acción instrumental, de la ética y de la estética. Habermas comienza con un análisis crítico de las tres formas de acción tradicionales. La primera es la acción teleológica, que siempre está en el centro de la teoría filosófica de la acción: orientada hacia la consecución de un objetivo, está guiada por las máximas de la sabiduría práctica y basada en una interpretación de la situación. Así,

¹⁵ M. PERNIOLA, “Expanded Epoché”, en *Iris. European Journal of Philosophy and Public Debate*, III, 6, October 2011, pp.157-70.

¹⁶ M. PERNIOLA, *Estetica contemporanea*. Bologna, Il Mulino, 2011.

¹⁷ H. ARENDT, *The Human Condition*, Chicago, University Chicago Press, 1958; trad.it. *Vita activa*, Milano, Bompiani, 1964.

estratégicamente, al calcular el éxito de la acción se han de tener en cuenta las posibles decisiones de los otros sujetos que persiguen los mismos objetivos. Este tipo de acción parece estar estrechamente vinculada, más que cualquier otra, con el desarrollo de la racionalidad occidental. La segunda es la acción regida por normas con pretensión de justicia, ya sean morales o jurídicas. Dichas normas expresan el acuerdo existente en un grupo social respecto de la conformidad o la desviación del comportamiento de los miembros del grupo. La tercera es la acción dramática, a través de la cual el sujeto se representa a sí mismo, es decir, se dirige a un público evocando una imagen de sí mismo más o menos conectada con su propia subjetividad. Esta imagen no es un comportamiento expresivo espontáneo, sino que implica una estilización de las experiencias vividas en función de la dramatización y de la puesta en escena. Esta es para Habermas la acción estética en sentido estricto. Aquí, los conceptos clave son *encounter* y *performance*. La acción dramática puede ser definida como una interacción social en la cual los participantes constituyen, los unos para los otros, el público visible y en donde cada cual representa recíprocamente algún papel, que además puede tener connotaciones estratégicas: esto sucede cuando el actor se preocupa de la eficacia de su propio comportamiento con el fin de conseguir determinados objetivos.

Sin embargo, el propósito fundamental de Habermas aparece al esbozar las características fundamentales de un cuarto tipo de acción, que él define como “comunicativa”, en la que el lenguaje es practicado como un *médium* de comprensión y de entendimiento universal. En los tres modelos precedentes, el lenguaje es utilizado de forma unidireccional: en el primero, para lograr la consecución de los objetivos; en el segundo, para la actualización de las reglas y normas ya existentes; por último, en el tercero, el lenguaje se orienta hacia la puesta en escena de los sujetos. Únicamente, en la acción comunicativa, los sujetos hacen referencia al mundo objetivo, social y subjetivo, creándose así relaciones humanas inspiradas en la verdad, la justicia y la veracidad. Habermas no oculta las dificultades que entraña la realización de este ideal comunicativo. En particular, advierte del peligro de identificar “actuar” con “hablar” y de igualar “comunicación” a “conversación”. De especial relevancia estética son sus consideraciones sobre la identidad y la autorrealización individual. La necesidad común de lograr la propia autoestima mediante el trabajo y la excelencia se manifiesta principalmente en aquellos que, como el artista, han potenciado una actividad esencialmente creativa: lo propio del artista, que es apelar a una comunidad más grande que la de su público real, implícito en la acción comunicativa, tiene una importancia fundamental en el desarrollo de la facultad creativa. Participando del discurso universal, se libera de los vínculos de las relaciones concretas y arraigadas que lo constriñen en situaciones angostas y tradicionales. La acción comunicativa de Habermas parece implicar, por lo tanto, el renacimiento de la figura del intelectual internacional, aquella misma

contra la que Gramsci polemizó en nombre del intelectual nacional-popular. Lo esencial es sin embargo la desaparición de la posibilidad de una *acción política* en favor de la *comunicación massmediática*.

Al mismo tiempo, se ha producido una profunda transformación en lo que se refiere a la sensibilidad, la cual ya no puede ser descrita como pasión y mucho menos como acontecimiento emocional. El neologismo *sensología* pasa a ser el más adecuado para designar una situación en donde la facultad de sentir ha adquirido una dimensión anónima, impersonal y colectiva, capaz de representar un papel similar al ejercido por la ideología. Esta, de hecho, era un conjunto pre-ensado de palabras y conceptos, asumido acríticamente, pero capaz de crear una auténtica solidaridad entre aquellos que la compartían y de producir resultados efectivos de gran calado¹⁸. Del mismo modo, la sensología despoja a la facultad de sentir de su carácter personal, individual y subjetivo, que ya no asume la apariencia de una invitación o una exhortación sino la de un requerimiento, de una imposición que insta a imitar aquello que los demás han probado y aprobado, y que no tiene legitimidad alguna más allá del consenso general y anónimo que la ha generado. Debemos entender “consenso” en el sentido más etimológico de la palabra, el de “sentir-juntos”. La sensología tiene un estatus cuasi-trascendental, en tanto en cuanto pretende ser una condición *a priori* de la experiencia. Si la ideología es un ya-pensado, la sensología es un ya-sentido: al conformismo de las ideas le corresponde el conformismo de los afectos¹⁹.

Una teoría del sentir, análoga a la de la sensología, se encuentra en los textos de Jean Baudrillard. A su parecer, la sociedad actual no es *estética* sino *estática* (pues ejerce una especie de fascinación de la cual parece imposible sustraerse) e *hiper-real* (porque suscita un estupor vertiginoso al confrontarnos ante algo que parece ser más real que lo real). El mundo actual no se caracteriza por el triunfo del espectáculo sino, al contrario, por su desaparición: la escena es sustituida por lo obscuro; el lugar de la ilusión ha sido ocupado por algo que pretende producir un efecto de realidad mayor que el de la experiencia de la realidad; cualquier acontecimiento es anticipado y anulado por la publicidad, las encuestas y las antelaciones que impiden que eso sea sentido como tal. De ello se deriva que todo cae en la insignificancia, en lo inessential, en lo irrisorio. De hecho, en el mundo de la comunicación nada más acontece: nada tiene consecuencias porque nada tiene premisas; todo es susceptible de ser interpretado de mil maneras, pero irrelevantes y privadas de efecto.

¹⁸ Uso la palabra ideología para indicar el fenómeno descrito por Agustín Cochin con el término “idea-palabra”, que él atribuye al iluminismo y al jacobinismo (A. COCHIN, *Les sociétés de pensée et la démocratie*, Paris, Plon, 1921 y A. COCHIN *La Révolution et la libre-pensée*, Paris, Plon, 1924).

¹⁹ M. PERNIOLA, *Del sentir*. Madrid, Pre-textos, 2002.

Las figuras del sentir estático son el obeso, el rehén y el obsceno²⁰. El incremento cuantitativo ilimitado produce la obesidad de la comunicación, la cual destruye cualquier forma, comenzando por la del cuerpo. Esta obesidad comunicativa es hipertrófica, proliferante e ilimitada; el crecimiento ya no es fisiológico sino patológico: no hay desarrollo sino metástasis. Otra figura de lo estático es el rehén, obviamente no solo por ser prisionero, sino sobre todo porque cualquier acción de rescate se ve impedida. La liberación no depende, como en el pasado, de una negociación en la que él pueda intervenir, sino de la manipulación externa de los *media*, que son del todo indiferentes respecto de la salvación del rehén. Los medios de comunicación nos inducen también a creer que nuestra seguridad se encuentra amenazada y que todos somos rehenes en potencia y colectivamente responsables. El terrorismo, por lo tanto, no pertenece solo a los terroristas, sino que constituye un aspecto esencial del chantaje comunicativo que nos mantiene a todos en un estado de coacción moral: el hecho de que cualquier posibilidad de acción haya fracasado conduce a un estado de inocencia generalizada que se transforma asimismo en un estado de culpabilidad hacia cualquier incidente o irregularidad, por mínima que sea. Por último, la otra figura de lo estático es lo obsceno. Contrariamente a la seducción, que incita al deseo y a la acción, lo obsceno paraliza porque lo da todo por concluido y realizado. Esta es precisamente la diferencia entre el erotismo y la pornografía: el primero pertenece al mundo de la ilusión (y por lo tanto del arte, de la contemplación y de la acción ritual); la segunda, al mundo de lo hiper-real, de lo comunicativo, con vanas pretensiones de transparencia e inmediatez absoluta. El resultado de lo obsceno es en última instancia el acabose de la sexualidad. Baudrillard utiliza el concepto de *obscenidad* en un sentido tan amplio que acaba por englobar a cualquier tipo de visibilidad privada de mediación y al mundo de la comunicación *tout court*. Lo obsceno está caracterizado por una promiscuidad total en donde el conocimiento y la experiencia de los opuestos quedan sumergidos: cualquier cosa pretende ser también su contrario. La contradicción, que para Hegel y Marx era el motor de la Historia, sufre una especie de cristalización que la vuelve ineficaz y obscena. Todo lo que formaba parte de una oposición definida pierde su significado disolviéndose en su contrario: la realidad se deshace y se confunden los términos opuestos, acrecentando ambos su sinsentido²¹.

4. *AGENCY* Y NEOFANATISMO. La difícil interacción entre el aspecto cognitivo y el pulsional da lugar a otros paradigmas distintos de los analizados. Por un lado, ha aparecido un nuevo modo de acción que se puede designar con el intraducible término inglés *agency*; y en la esfera

²⁰J. BAUDRILLARD, *Les stratégies fatales*, Paris, Grasset, 1983, p. 90; trad. it. *Le strategie fatali*, Milano, Feltrinelli, p. 58.

²¹J. BAUDRILLARD, *Le crime parfait*, Paris, Galilée, 1995, p. 99; trad.it. *Il delitto perfetto*, Milano, Cortina, 1996, p. 72.

del “sentimiento”, la exaltación acrítica del *fanatismo* tradicional ha sufrido transformaciones relevantes. En ambos casos, el proceso de desobjetivación y de desresponsabilización que ya estaba implícito en la comunicación *massmediática* y en la sensología se ha acrecentado y potenciado²².

El carácter específico de la *agency* consiste en el descentramiento de la acción del sujeto hacia una potencia que es autónoma respecto de las intenciones del sujeto, que se ve obligado, lo quiera o no, a aceptarla. Esta noción desestabiliza la oposición clásica entre actividad y pasividad. Ha sido la filosofía analítica la que se ha interrogado sobre el carácter enigmático de las acciones que permanecen independientes de la decisión autónoma del sujeto pero que sin embargo es llevada a cabo por él²³. No obstante, la *agency* da lugar a una problemática que no es solo lingüística, sino que tiene consecuencias en la esfera jurídica, como la diferencia que se producen entre la culpa, el dolor y la preterintención. Y es sobre todo en el plano político donde la cuestión adquiere gran relevancia. ¿Acaso pueden atribuírsele a un sujeto agente las acciones políticas cuando estas se llevan a cabo con afán de lucro, según los sondeos de opinión, de lo que dicta el derecho internacional o por los vaivenes del mercado? Y es que la decisión viene de arriba: de quienes detentan la riqueza, de la opinión pública, de las leyes internacionales o del mercado como factor determinante de cualquier acción política, la cual se convierte, por decirlo de algún modo, en una *dummy action*, en una simple *agency*. El ámbito de la política, considerado todavía por Hannah Arendt como el lugar por excelencia de la acción, se convierte en un dispositivo que funciona por cuenta propia. Sin embargo, aquellas características que Hannah Arendt atribuía a la acción política crecen desmesuradamente. El resultado se vuelve cada vez más impredecible, pues se desencadenan diversos procesos, cada uno con su propia lógica y de gran repercusión. El proceso es impredecible a causa de la multiplicidad de factores regidos por dinámicas independientes. En verdad, tras el aparente *personalismo* de la política, heredado de la sociedad de la comunicación, se esconde una total despersonalización: el político deviene un *dummy agent*, una especie de maniquí, tanto más real cuanto más manipulable. Es por eso que hoy día ningún político puede devenir *mito*. Se confirma así, pues, la teoría de Hegel según la cual “en el mundo del espíritu alienado de sí mismo”, es decir en el *reino del poder y de la riqueza*, solo es real (*wirklich*) aquel que está extrañado de sí: la autoconsciencia es “algo que solo posee realidad en tanto en cuanto es extraña a sí misma”²⁴. Y solo puede ser efectivo conformándose a aquello que le es extraño, a lo negativo, que se

²² C. GALLI, *I riluttanti. Le élites italiane di fronte alla responsabilità*, Roma-Bari, 2012.

²³ D. DAVIDSON, *Essays on Actions and Events*, Oxford, Clarendon Press, 1980; trad. it. *Azioni ed eventi*, Bologna, Il Mulino, 2000.

²⁴ G.W.F. HEGEL, *Phänomenologie des Geistes* [1807], VI, b, I, a; trad. it. *Fenomenologia dello spirito*, vol. II, Firenze, La nuova Italia, 1963, pp. 46-47.

presenta bajo la forma de una “realidad inamovible”. En este mundo, “solo lo que es extraño a sí mismo adquiere realidad”, y cuanto más alienación, más realidad.

Por otro lado, el proceso de desubjetivación y de desresponsabilización afecta no solo a los *leaders* o, como se dice hoy día, a los *iconos*, sino también a sus seguidores. A la *agency* le corresponde un fenómeno de admiración contemplativa, diferente del fanatismo clásico, pues no es proselitista: ya no hay seguidores y, mucho menos, militantes, sino *fans*, es decir consumidores de productos políticos, a menudo cultos, pero no por ello menos intolerantes y partidistas. Estos seguidores constituyen una caja de resonancia mediática que se manifiesta sobre todo en internet. Antes estaban embridados y empleados en la organización jerárquica del partido, pero ahora se encuentran abandonados a su suerte sin ser capaces de hacer otra cosa que exteriorizar sus creencias, pacífica y conciliadoramente o, por el contrario, de forma grosera y violenta. Sin embargo, tanto el “pacifista” como el “violento” desconocen que la arena política es un lugar “serio”, en el significado etimológico del término alemán *Ernst*, que es sinónimo de “litigio”. Es decir, no está hecho para las “bellas almas”²⁵ ni para “niñatos con rabieta”²⁶. Los primeros creen que la nobleza de corazón y los buenos sentimientos impiden la infidelidad, el engaño, la hipocresía y la crueldad. Los segundos, ante los hechos, huyen o se encuentran en un estado permanente de perplejidad y de duda. Ante esto, es preciso volver a Hegel y recordar la necesidad de “afrentar la negatividad y permanecer cerca de ella”²⁷ (Hegel, 1807).

BIBLIOGRAFÍA

- H. ARENDT, *The Human Condition*, Chicago, University Chicago Press, 1958.
J. BAUDRILLARD, *Les stratégies fatales*, Paris, Grasset, 1983.
—, *Le crime parfait*, Paris, Galilée, 1995.
P. BORDIEU, *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Seuil, 1994.
CARDINAL DE RETZ, *Mémoires*, [1658-62], Paris, Gallimard, 1952.
D. DAVIDSON, *Essays on Actions and Events*, Oxford, Clarendon Press, 1980.
J.L. ESPOSITO, *The Iranian Revolution. Its Global Impact*, Miami, Florida, International University Press, 1990.
C. GALLI, *I riluttanti. Le élites italiane di fronte alla responsabilità*, Roma-Bari, 2012.
J. HABERMAS, *Theorie des kommunikativen Handelns*, Frankfurt, Suhrkamp, 1981.

²⁵ La noción de “alma bella” pertenece al siglo XVIII (R. E. NORTON, *The Beautiful Soul: Aesthetic Morality in the Eighteenth Century*, Ithaca, Cornell University Press, 1995).

²⁶ Esta expresión, “arrabbiati in pigiama”, es utilizada por G. LOVINK, *Internet non è il paradiso*, Milano, Apogeo, 2004.

²⁷ *Op. cit.*, p. 26.

- H. HEIDEGGER, M. Heidegger, *Gelassenheit* [1959] trad.it. *L'abbandono*, Genova, Il Nuovo Melangolo, 2004.
—, *Unterwegs zur Sprache* [1959]; trad.it. Milano, Mursia, 1999.
- G.W.F. HEGEL, *Phänomenologie des Geistes*, VI,b,I,a., 1807.
- O. HIRSCHMAN, *The Passions and the Interests. Political Arguments for Capitalism before his Triumph*, Princeton, Princeton University Press, 1977; trad. it. *Le passioni e gli interessi*, Milano, Feltrinelli, 1979.
- E. HUSSERL, *Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie*, 1913, trad.it. *Idee per una fenomenologia pura e una filosofia fenomenologica*, Torino, Einaudi, 2002.
- C. KURZMAN, *The Unthinkable Revolution in Iran*, Cambridge (Mass.)-London, Harvard University Press, 2004.
- G. LOVINK, *Internet non è il paradiso*, Milano, Apogeo, 2004.
- N. NORTON, *The Beautiful Soul: Aesthetic Morality in the Eighteenth Century*, Ithaca, Cornell University Press, 1995.
- M. PERNIOLA, *Del sentir*, Madrid, Pre-textos, 2002.
—, *Contra la comunicación*, Buenos Aires-Madrid, Amorrortu, 2006.
—, *Expanded Epoché*, in “Iris. European Journal of Philosophy and Public Debate”, III, 6, October 2011, pp.157-70.
—, *Estetica contemporanea*, Bologna, Il Mulino, 2011.
- G. SOREL, *Réflexions sur la violence*, 1908 trad.it. *Riflessioni sulla violenza*, Milano, Rizzoli, 1996.
- B. SPINOZA, *Trattato teologico-politico* [1670], trad.it., Torino, Einaudi, 1972.
- R. VEDI, *Les sociétés de pensée et la démocratie*, Paris, Plon, 1921.
—, *La Révolution et la libre-pensée*, Paris: Plon, 1924.
- R. WAGNER, *Das Kunstwerk der Zukunft* [1849] trad. it. *L'opera d'arte dell'avvenire*, Milano: Rizzoli, 1963.