Imprimir

El mensaje de la derecha prende porque resuena y sintoniza con los miedos y las esperanzas de una vida inmersa en el líquido amniótico del mercado

"Somos una derrota que gobierna". Leo esta dura caracterización del presente en el último libro del filósofo Juan Manuel Aragües, *La escritura de los dioses*. A pesar de que hoy gobierna una coalición de izquierdas, donde se pueden encontrar las posiciones antagonistas en que se reconoce el autor, hoy es la derecha (más o menos extrema) quien lleva la iniciativa en el plano social, callejero y anímico, poniendo a la izquierda a la defensiva. El impulso de cambio radical en la sociedad que expresó el 15M se ha congelado y las políticas de izquierdas se limitan (en el mejor de los casos) a medidas de contención, incapaces de revertir las desigualdades estructurales.

Por qué la energía y la iniciativa han cambiado de bando? Una respuesta que aparece entre los ctores de izquierda implicados en lo que se conoce como *batalla cultural* es la siguiente: "La derecha ene más dinero, más medios y más talento comunicativo". Ese "más" explicaría la influencia de los scursos de odio, sobre todo entre los más jóvenes, la propagación de las *fake news,* el debilitamiento e los mensajes progresistas y los horizontes de esperanza.
ero, ¿acaso hubo más dinero, más medios y mejores estrategias mediáticas durante la década nterior, cuando el *deseo de cambio* tuvo claramente la hegemonía social y cultural? ¿Y si no se están ensando bien cuáles son las fuerzas en juego, asumiendo que todo es una cuestión cuantitativa, de oder, de técnicas e ingeniería social?

El desafío político, dice Juan Manuel Aragües, es también *filosófico*, tiene que ver con *maneras de pensar.* Hay modos de pensar que llevan en sí mismos la derrota. ¿Es la batalla cultural una disputa de mensajes contra mensajes, con los medios y las redes sociales como terreno único o privilegiado? ¿Todo se juega en ver quién coloca mejor el mensaje? ¿Podría pensarse de otra manera la comunicación?

Idealismo y materialismo

El libro de Juan Manuel Aragües reivindica la tradición materialista de pensamiento para las

prácticas de emancipación. Una constelación de la que forman parte desde Epicuro hasta Gilles Deleuze, pasando por Spinoza y Marx, opuesta resueltamente al idealismo. ¿Qué dice el idealismo? Aragües lo resume así: es la creencia de que un "etéreo mundo de nombres" define la realidad, tiene la verdad de lo real. El fundador de la corriente idealista sería Platón, con su famosa teoría de un mundo de ideas que rige por encima de la imperfecta materia.

¿Cuál es el problema del idealismo? Ese "etéreo mundo de nombres" simplifica (hasta el borrado) la complejidad y riqueza de lo real, que consiste en la emergencia continua de diferencias imposibles de captar (sin mutilación) en las ideas, los conceptos o esquemas a *priori*. El idealismo es una "lógica representativa" que pretende dar cuenta de la realidad, como si de un espejo se tratara, pero no consigue captar su dinamismo de cambio y movimiento.

De la filosofía a la política. La batalla cultural, tal y como hoy se plantea, ¿no sería profundamente idealista? La verdad se sitúa en la teoría o los relatos, se trata de transmitir esa verdad a las masas/ audiencias a través de la persuasión (en el caso de la izquierda clásica) o de la seducción (en el caso del populismo). En los dos casos, se concede a lo ideal –la teoría o los relatos– el privilegio de definir el sentido de lo material. Los constructores de explicaciones y narrativas, los intelectuales o *storytellers*, tienen el poder y la agencia en esta concepción de la política.

¿Cómo pensar en clave materialista? La verdad no se sitúa por encima de la materia, en un cielo abstracto de ideas o relatos, sino en la *materia misma*, en su perpetuo movimiento, en su producción continua de singularidades, en la trama de relaciones entre ellas en que consiste la vida. La materia se define de este modo como un "tejido de diferencias". También la materia de la sociedad, la materia social.

Hay singularidad y hay diferencia, cada uno de nosotros es una perspectiva del mundo, un lector único e irrepetible de la realidad. La percepción es activa, los sentidos no sólo reproducen o reflejan lo que hay, sino que lo recrean. Pero, al mismo tiempo, esa diferencia y esa singularidad, la de cada uno de nosotros, es *relacional*, es decir, entra en contacto y

diálogo con los otros, dejándose afectar y afectando, cambiando a través de los encuentros.

Pero, ¿qué importa todo esto? ¿De qué sirven estas filosofadas? ¿No se trata finalmente de tener más dinero, más medios y más eficacia en términos de mensaje? La diferencia es decisiva. Si pensamos en clave idealista, el emisor (que tiene la verdad de la teoría o el relato) se dirige a un receptor aislado y pasivo. La comunicación se convierte en un bombardeo de informaciones hacia un conjunto de individuos atomizados, cada cual encerrado en sí mismo y sin relación con los otros.

Es exactamente así cómo el mercado practica la comunicación. La debilidad de la batalla cultural hoy en día, tanto de la izquierda clásica (que quiere convencer) como de la izquierda populista (que quiere seducir), es *hacer de la comunicación una práctica de mercado*, que presupone un conjunto de consumidores aislados, sin percepción activa, sin conversación o lazos entre sí. Estaciones repetidoras de estereotipos, de memes, de contenidos virales.

Cuando se plantea la batalla cultural, la disputa en el terreno de las ideas, sobre la base del mercado, pensando exactamente igual que el mercado, *es el mercado quien gana*. La principal debilidad no es que el adversario tenga más dinero, más medios y más expertos *influencers*, sino que se está copiando su modelo, imitando su eficacia, pensando en espejo, en simetría con él.

La cuestión de la práctica

El idealismo, tal y como lo explica Juan Manuel Aragües, es la creencia de que primero va la conciencia, las ideas, el lenguaje y sólo después la vida. El “etéreo mundo de nombres” da sentido, orientación y dirección a la vida. El materialismo afirma algo muy distinto: la práctica, la experiencia, tiene un efecto determinante sobre la conciencia. Las prácticas y las experiencias de vida pueden generar nuevas miradas, nuevas ideas, nuevas maneras de pensar.

¿Por qué la derecha lleva la iniciativa en la disputa de las ideas? Podríamos pensar: no sólo porque tenga más dinero, más medios y más talento comunicativo, sino porque *las prácticas*

y las experiencias de vida están de su lado. ¿A cuáles me refiero? A las más diarias y cotidianas: desde el supermercado a la tarjeta de crédito, pasando por el entretenimiento y el turismo, *la vida hoy está enteramente organizada por el mercado*.

Es decir, el mensaje de la derecha prende porque resuena y sintoniza con los miedos y las esperanzas de una vida inmersa en el líquido amniótico del mercado. La izquierda se ríe altanera de los disparates de Trump o de Ayuso, pero ellos conectan con deseos, formas de vida y lenguajes comunes. *La derecha hoy es materialista*, tiene las prácticas de vida mayoritarias de su lado. Es un materialismo *cínico*, un materialismo de lo dado, de lo que que hay, de lo establecido, pero arraigado en lo real.

La batalla cultural no es sólo cuestión de ideas, de teorías, de relatos seductores, de significantes, de mensajes a colocar, sino que tiene que ver con prácticas, con experiencias, con sacudidas de la vida capaces, según explica la tradición materialista, de generar nuevas visiones del mundo. ¿No fue esa por ejemplo la fuerza del 15M? Sin dinero, sin medios, sin argumentario ninguno, pero apoyado en una práctica de vida diferente, que contagiaba afectos y valores diferentes, fue capaz de cambiar la mirada de un país.

Razones y pasiones

Por último, el idealismo, según lo caracteriza Juan Manuel Aragües, desconoce el carácter *pasional y deseante* de la materia humana. Un miedo al cuerpo, un desconocimiento de los saberes del cuerpo, lo acompañan desde siempre, al menos desde el momento en que Platón decidió expulsar a los poetas de su ciudad ideal.

La batalla cultural idealista piensa la eficacia de una verdad discursiva depurada de pasiones. En el caso de la izquierda clásica, es la confianza en la pedagogía, la ideología, los argumentarios. La izquierda clásica piensa la batalla cultural como una gran pizarra donde los expertos (que saben) enseñan a las audiencias (que no saben) aquello que debieran saber. En el caso de la izquierda populista, las emociones se tienen en cuenta, es un cierto avance con respecto a la izquierda clásica, pero se piensan como meras *identificaciones*. La

emoción es aquello que hay que captar o suscitar para “colocar” mejor el mensaje.

En ambos casos se desconoce la capacidad *motora* de los afectos, su gran fuerza de desplazamiento, la potencia que tienen para movernos y conmovernos. Los afectos no son ni una interferencia en el pensamiento correcto, ni tampoco la emoción pasiva que se adhiere o no a los significantes propuestos, sino una *intensidad vital* que puede producir nuevas miradas, nuevas visiones y nuevos sentidos para la vida.

La acción política pensada en clave materialista no sólo es asunto de ideas puras, ni de ideas envueltas en ropajes sexys y atractivos, sino de *ideas afectantes.* Ideas capaces de afectar los cuerpos –tocarlos, moverlos, conmoverlos– porque ellas mismas nacen desde los cuerpos, en ciertas temperaturas vitales muy distintas al frío glacial del cálculo (político, estadístico, de *marketing*). La tradición materialista ha llamado a estas ideas “nociones comunes”, imágenes compartidas de mundo que brotan del encuentro de los cuerpos, de las prácticas de vida comunes.

La batalla del pensamiento

Singularidad y relacionalidad, percepción activa y creadora, tejido de diferencias, prácticas de vida, carácter pasional y deseante de lo humano… Desde estas claves, ¿podría pensarse una batalla cultural diferente? ¿Cómo sería?

La imagino en primer lugar como la apertura de *espacios de conversación*. Sin división tajante entre emisores y receptores, creadores de contenidos y consumidores pasivos o repetitivos. La conversación como ida y vuelta de la palabra en igualdad, como ejercicio de atención y de escucha, no mediado por ningún algoritmo, guion o protocolo rígidos, sino sostenida por los propios participantes.

Espacios de conversación, de palabra recíproca, ni monólogo ni guerra entre posiciones cerradas, sino una trama a la vez común y diversa, singular y colectiva. Una conversación que se alimente de las prácticas de vida (o sea incluso capaz de suscitarlas), que resuene con nuestras experiencias más cotidianas y pueda afectar por ello a nuestra mirada sobre el

mundo. Espacios de encuentro, de pensamiento, de deliberación, de participación auténtica.

Allí donde somos convocados a pensar desde lo que nos importa y nos toca, desde lo que vivimos y nos implica vitalmente, se despliega siempre una inteligencia. *Somos materia que piensa*. La confianza en la igualdad de las inteligencias, en la inteligencia de cualquiera, es un presupuesto materialista. ¿Es posible dirigirse al otro, hablar con el otro, no para convencerle o seducirle, sino para pensar juntos?

La batalla cultural en clave materialista es una *batalla del pensamiento*. Juan Manuel Aragües la piensa como construcción de un *conatus*. El *conatus* es un concepto del filósofo Spinoza que designa el esfuerzo que hace cada cosa y cada criatura por perseverar en su ser. Pero ese *conatus*, que Spinoza considera como una fuerza primordial, un punto de partida, Aragües lo piensa más bien como un desafío, una construcción, un punto de llegada.

Lo dado no es el *conatus*, como muestra el mundo actual, sino la *pulsión suicida*. La pulsión suicida del capitalismo en forma de guerra, de agresión a la naturaleza, de ceguera voluntaria con respecto a todas las señales de alarma. La pulsión suicida de cada uno de nosotros como individuos aislados, sin relación, atomizados. *Idiotas*, en el sentido griego de la palabra, autorreferentes, encerrados en nosotros mismos, incapaces de encuentro con los otros. *La pulsión de muerte freudiana viene redefinida en clave materialista como pulsión idiota.*

Construir un *conatus* para sobrevivir, para plantearnos un horizonte de supervivencia humana en un planeta vivo. Hay que escapar para ello de la *idiotez*, de la superioridad moral, del identitarismo, de todo lo que nos haga incapaces de encuentro y composición con los otros. Construir el *conatus* es construir lo común, una salida y un éxodo de la pulsión suicida del capitalismo neoliberal, hoy ya brutalismo.

Contra la pulsión suicida, contra la pulsión *idiota*, contra la vida-mercado y su falsa comunidad de individuos atomizados, la batalla cultural en clave materialista, la construcción de un cuerpo colectivo, un espacio de conversación, un tejido de diferencias.

Amador Fernández-Savater, investigador independiente, activista, editor, ‘filósofo pirata’. Ha publicado recientemente ‘Habitar y gobernar; inspiraciones para una nueva concepción política’ (Ned ediciones, 2020) y ‘La fuerza de los débiles; ensayo sobre la eficacia política’ (Akal, 2021). Su último libro es ‘Capitalismo libidinal; antropología neoliberal, políticas del deseo, derechización del malestar’ Sus diferentes actividades y publicaciones pueden seguirse en www.filosofiapirata.net.

Fuente:
https://ctxt.es/es/20250301/Firmas/48884/Amador-Fernandez-Savater-materialismo-batalla-cultural-derecha-mercado-convencer-seducir.htm

Foto tomada de:
https://ctxt.es/es/20250301/Firmas/48884/Amador-Fernandez-Savater-materialismo-batalla-cultural-derecha-mercado-convencer-seducir.htm