



Por un éxodo semiológico: un modo de huida de la industria comunicacional*

For a Semiological Exodus: A Way out from the Communication Industry

Jairo Gutiérrez Bossa[†]

Institución Educativa Villa María de Soledad- Universidad del Atlántico

Rafael Gutiérrez Bossa[‡]

Universidad del Atlántico

DOI: <https://doi.org/10.33975/disuq.vol10n1.477>

Φ

Resumen

Este artículo de reflexión, que hace parte de la investigación *De la polis a la politeia. La política hoy*, propone un éxodo semiológico como resistencia al gobierno de signos (semiótica a-significante) de los *mass media*, lo que siguiendo a Paolo Virno se llamará industria comunicacional; para sustentarlo se apoyará en la teoría del éxodo que exponen los *operaístas* como Antonio Negri, Paolo Virno, Michael Hardt y Víctor Moncayo y que propende por la huida y el escape del sistema dominante y no por la búsqueda del poder estatal.

Palabras clave: éxodo semiológico, industria comunicacional, semiótica a-significante, semio-capital.

* Recibido: 20 de enero de 2021. Aceptado: 19 de marzo de 2021.

[†] Contacto: jrafaelgutierrez@mail.uniatlantico.edu.co

[‡] Contacto: ralfonsogutierrez@mail.uniatlantico.edu.co

Abstract

This article of reflection, which is part of the research *From the Polis to the Politeia. Politics Today*, proposes a semiological exodus as a resistance to the government of signs (a-signifying semiotics) of the *mass media*, which, following Paolo Virno, will be called a communicational industry; to sustain it, it will be based on the theory of exodus exposed by operaists such as Antonio Negri, Paolo Virno, Michael Hardt and Víctor Moncayo, and which tends towards flight and escape from the dominant system and not towards the search for State power.

Keywords: Semiological Exodus, Communication Industry, A-significant Semiotics, Semio-capital.

Cómo citar este artículo: Gutiérrez Bossa, J. G. B. (2021). Por un éxodo semiológico. *Revista Disertaciones*, 10(1). <https://doi.org/10.33975/disuaq.vol10n1.477>



Material publicado de acuerdo con los términos de la licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0). Usted es libre de copiar o redistribuir el material en cualquier medio o formato, siempre y cuando dé los créditos apropiadamente, no lo haga con fines comerciales y no realice obras derivada

Introducción

En el 2005 el diario conservador *Jyllands-Posten* de Dinamarca publicó una caricatura en la que satíricamente mostraban al profeta Mahoma, fundador del Islam, con su turbante en forma de algún tipo de artefacto explosivo, el cual iba acompañado de un artículo sobre autocensura y libertad de expresión. La ilustración causó gran polémica en Europa y se estableció un debate sobre el significado “real” de la ilustración y sobre ¿Cuáles son los límites de la libertad de expresión? Ya que el periódico sostuvo que la publicación tenía la intención de ubicar en el debate público las problemáticas que giran alrededor de la libertad de prensa, en una entrevista para el diario *El Mundo* en el 2015, después de los atentados contra *Charlie Hebdo* en Francia, a causa de unas ilustraciones satíricas contra figuras santas de los musulmanes, el creador de la viñeta, Kurt Westergaardm, expresó que “no, no me arrepiento, aunque la libertad de expresión puede tener unos costes tremendos, como hemos visto en París”, agregando que al momento en que se tenga que pedir perdón por una publicación que se realiza en el marco de la autonomía y libertad del periodista, entonces sería retroceder ante los valores democráticos por los que se guían los comunicadores y todo ciudadano global, de ocurrir sería un desastre.

Al respecto, en el 2006 el filósofo alemán Peter Sloterdijk publica un artículo titulado *Warten auf den Islam*, en el que expone y desnuda brevemente el actuar de la acción comunicadora mediática a partir de lo sucedido con la ilustración de Kurt Westergaardm, y afirmará de manera tajante “*Die Idylle der modernen Kommunikationsphilosophien trügt. In ihrem unklugen Gebrauch entwickeln sich die modernen Medien zu Transportern des Fernstenhasses*”¹ (Sloterdijk 2006), y a partir de dicha máxima el profesor de la Escuela de Arte y Diseño de Karlsruhe muestra que la

¹ La traducción sería la siguiente: “El idilio de las filosofías de comunicación modernas es engañoso. En su uso imprudente, los medios de comunicación modernos se convierten en transportadores de odio a larga distancia”.

globalización en tanto proyecto se cimienta sobre la idea de superar las distancias espaciales a través de medios rápidos de transportes y de información, creando, según Sloterdijk, un mapa infoesférico en el que las separaciones fronterizas, territoriales y oceánicas son inmateriales, transformando en vecinos inmediatos a los ciudadanos globales.

Sloterdijk también expresa, teniendo en cuenta las ventajas de la tecnología informacional, que el exceso de comunicación significa más conflicto debido a la facilidad con la que se pueden transmitir odios extremos, que es la forma en la que el alemán analiza los sucesos con *Jyllands-Posten*.

La columna de Sloterdijk abre un abanico de preguntas necesarias alrededor del actuar de los medios de comunicación, y dos de esos cuestionamientos son ¿qué es lo que está detrás de la defensa de los medios de comunicación y periodistas con la libertad de expresión? y ¿Cuáles son los límites y poder de los medios de comunicación? Dichas inquisiciones se tienen que responder desde los marcos de actuación y funcionamiento de los *mass media* en el campo social, cultural y político de la sociedad contemporánea.

Por esta razón, este artículo tiene como objetivo identificar el modo en que los medios de comunicación establecen competencias lingüísticas para ejecutar nuevas lógicas de explotación laboral que conllevan a la instauración de marcos mentales, y desde dicha perspectiva resolver los cuestionamientos alrededor de la libertad de expresión, los límites y poder de los medios de comunicación, teniendo en la teoría del éxodo, propuesta por Antonio Negri, Michael Hardt, Paolo Virno y Víctor Moncayo, una respuesta a lo que se denominará en este escrito como éxodo semiológico.

Para ello, se identificará a los *mass media* como una industria comunicacional, así llamada por Paolo Virno a partir del trabajo sobre el espectáculo del situacionista francés Guy Debord. Posteriormente se reconocerá que dentro del actuar comunicacional existe un gobierno de los signos, que es el que permite implantar marcos mentales y provocar acciones que se encuentran en las “periferias accionales” del capitalismo semiótico, o semio-capital al decir de Christian Marazzi; y se profundizará en la semiótica a-significante, que es aquella que no busca una postura racional sino una acción, una actitud, una postura.

Por último, se abordará la propuesta del artículo que es la posibilidad de un éxodo semiológico, teniendo de referencia teórica, los trabajos de Paolo Virno, Antonio Negri y Víctor Moncayo y que actúa en dos campos: renunciamiento a la identidad instaurada por la industria comunicacional y la semiótica a-significante, y lo que Umberto Eco nombra “guerrilla semiológica”. Este trabajo es impulsado por una pregunta simple ¿Cómo actuar?

Los *mass media* como industria comunicacional

Winston y Syme conversaban mientras tomaban seguidas tazas de ginebra ¿conversar? No, Winston escucha y Syme habla, porque lo que importa es hablar, ¿cuál tema? La importancia del lenguaje para el Gran Hermano y la undécima edición del diccionario de la *nuevalengua*. ¿Qué hay detrás del diccionario? ¿Por qué poner bajo sospecha el lenguaje? Orwell (2019) en *1984* expone una situación de extrema actualidad y es el del lenguaje como instrumento de coacción y control, pues el diccionario lo que busca es establecer los límites prácticos y funcionales de las palabras y el uso que se les tiene que dar.

El escritor británico arropado en la figura de Syme expresa que bajo las sombras del diccionario de *nuevalengua* lo que acontece es la destrucción de las palabras, “decenas, cientos de palabras al día. Estamos podando el idioma. Ni una sola de las palabras en la undécima edición se quedará anticuada antes de 2050” (Orwell 2019 60). ¿Qué busca con esta llamada “destrucción”? reducir el alcance del pensamiento, hacer del pensamiento una imposibilidad y de esa manera el conocimiento pierde su potencia de actuar.

Es indudable la preocupación de Orwell por la importancia estratégico-política del lenguaje en la sociedad de control contemporánea, lo que se podría denominar un “totalitarismo del lenguaje” y que en la actualidad tiene como micropolítica transmisora a los *mass media*, o al decir de Paolo Virno, la industria comunicacional.

Para Virno los *mass media* o medios de comunicación son un sistema técnico que produce lenguaje y para nada un instrumento o forma de contenido que se transforma en un medio para un fin, sino que es una “premisa de procesos sucesivos y oportunistas” que invade el trabajo por medio de un difuso actuar comunicativo no instrumental, que provoca hombres, o trabajadores, proclives a la charla y que puedan moverse en diferentes ámbitos lingüísticos en el marco del régimen laboral posfordista.²

Los medios de comunicación son -según Virno (2003)- como cualquier otra industria, posee sus especificaciones técnicas, sus procedimientos particulares y sus beneficios muy peculiares. Esta “nueva” industria ya no tiene como herramientas de producción las máquinas o los artefactos, sino que el medio de producción de la industria comunicacional es el lenguaje, las competencias lingüísticas y cognitivas ubicadas en las periferias del trabajo vivo; en consecuencia, el medio de producción comunicacional consiste en técnicas y procedimientos lingüísticos. El lenguaje como mercancía. De ahí que el italiano afirme que “el ‘espectáculo’ es la comunicación humana transformada en mercancía. Lo que se ofrece como espectáculo es precisamente la facultad humana de comunicar, el lenguaje verbal en cuanto tal” (Virno 2003 60). Es decir, el espectáculo produce comunicación como medio de comunicación y de ahí que sea conveniente hablar de industria comunicacional/informacional.

Esta perspectiva del italiano surge a partir de la obra de Guy Debord titulada *La sociedad del espectáculo*, en la que se expone que “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizadas por imágenes que se encuentran separadas de la realidad” (Debord 2005 9), por ese motivo, es un sistema técnico de difusión masiva de regímenes visuales, sígnicos y lingüísticos que refina los modos de producción, convirtiéndose en el eje central de la ficcionalidad de la sociedad real. El espectáculo justifica, socializa, legitima, verifica y modela la vida socialmente dominante. De ahí, que el filósofo marxista francés asuma el lenguaje como un *complexus*

2 El postfordismo es un nuevo tipo de método de explotación laboral del capitalismo contemporáneo, el cual es impulsado por filósofos como Antonio Negri y Paolo Virno, y el economista Christian Marazzi, el cual tiene como eje referencial las nuevas tecnologías de la información, un énfasis enfático en la diversidad del consumidor sin tener en cuenta las clases sociales y una flexibilización en el modo de producción, llegando a la multilinealidad productiva.

sígnico del sistema dominante que hace surgir la realidad, encadenándola a los valores laborales del momento.

Para el autor situacionista “la comunicación existe bajo la forma de una cascada de señales jerárquicas” (Debord 2005 121), imponiendo una realidad masiva como un absoluto: “cuarto poder”, “con el poder de la verdad”, estancamiento de la capacidad crítica y la cultura y una ruptura entre la realidad y la imagen. La comunicación en tanto forma de expresar la ficcionalidad sobre lo real, un “gran hermano”, *Hollywood*, ver-creer-vislumbrar.

Para Virno la noción de espectáculo es apropiada para comprender y analizar a la “multitud de virtuosos”³ que es como denomina el italiano a los trabajadores, pues para el filósofo “la comunicación humana es cuanto espectáculo, una mercancía entre otras, desprovista de prerrogativas y cualidades especiales. Pero, por otro lado, es una mercadería que concierne hoy a todos los sectores industriales” (Virno 2003 61), pues lo que ofrece son competencias lingüísticas, imaginación, saber, recursividad cognitiva, fluidez verbal, ya que la época del “No piense, trabaje” o “Silencio, gente trabajando” está en el recuerdo, en el presente es “Trabaje y hable”, al decir de Georg Lichtenberg “habla, para poder verte” (Cit. en Virno 2005 71).

La industria comunicacional no enseña y tampoco informa, lo que hace es imponer ciertas coordenadas semióticas de sumisión voluntaria a través del sistema de valores “fccionales” del modelo dominante; así las cosas, para el economista Christian Marazzi la capacidad de penetración de la economía es directamente proporcional a la capacidad de penetración del lenguaje, en el ámbito de producir y vender las mercancías; de ahí que exprese que hay que hablar de un semio-capital, que sería una “semiotización de las relaciones sociales de producción. Lo privado se ha vuelto público, y lo público se ha vuelto económico” (Marazzi, 2014 48).

3 Para Paolo Virno el virtuosismo es el tipo de trabajo que no tiene un producto final bien definido, sino que la labor de este nuevo ámbito de trabajo es parecida a la de los pintores, pianistas o poetas. La ejecución laboral de la contemporaneidad posfordista es acción virtuosa. El trabajo absorbió las cualidades de los artistas y transformó a los trabajadores en virtuosos.

En consecuencia, el final del fordismo⁴ -dice Marazzi- no puede analizarse desde el “reduccionismo progresivo del obrero-masa y la desaparición de las grandes fábricas” (Marazzi 2014), sino que la naturaleza del trabajo ha cambiado, en la que el comunicar adquiere toda su relevancia práctica, imponiendo nuevos marcos de acción y explotación laboral, ya que cada vez más se trabaja comunicando, lo que ha permitido que la mecánica de trabajo tenga un alto grado de flexibilización. De hecho, la cadena productiva contemporánea posee en la comunicación y el lenguaje una refinada materia prima y una herramienta de trabajo exitosa, porque transformó los modos de explotación en una imperceptible necesidad voluntaria del trabajador de ser estrujado en la industria y del mismo modo sentirse realizado, “yo no paro, yo produzco”⁵. El trabajo y el trabajador son una misma entidad.

Ahora bien, ¿Cómo es posible que el trabajo y el trabajador sean una misma entidad? El trabajo ya no está supeditado a las sombras y ruidos de las cinematográficas fábricas, sino que ahora se lleva el trabajo al hogar como invisible polizón. El trabajo se encuentra en todas las zonas existenciales del sujeto social y de ahí que el lenguaje sea el medio de movilización y despliegue de los valores dominantes a un sistema económico cognitivo. Se trata de poner a trabajar la vida entera y la industria comunicacional tiene como meta implantar los marcos mentales de esta especie de “capitalismo cognitivo” en la comunidad lingüística y pública.

4 El fordismo es un sistema de producción en serie, que viene del modelo de ejecución laboral de la fábrica automotriz de Henry Ford y que es atribuido al filósofo Antonio Gramsci. Una de las características de ese modelo fue la reducción de costos en la producción. Aquí también aparece el obrero especializado y lo que se conoce como clase media.

5 Fue una frase que se volvió viral en Colombia por un grupo de jóvenes que rechazaba las movilizaciones estudiantiles en el 2019, las cuales exigían al Gobierno nacional mejores condiciones financieras para las universidades e instituciones educativas del sector público. Así mismo, otros sectores como profesores, obreros, indígenas, comunidad Lgbti, entre otros, se unieron a dichas marchas pidiendo un mejor manejo de los recursos del país. Con esa frase trataron de expresar que las marchas eran una “pérdida de tiempo”, aduciendo que entorpecían la dinámica laboral del país, que según ellos se encontraba en un progreso positivo, pero que para la fecha de las movilizaciones el desempleo tenía una tendencia al alta y con un aumento del trabajo informal. La máxima se transformó en una bandera de lucha contra las solicitudes sociales de ese momento.

Por esa razón, en *Capital y lenguaje. Hacia el gobierno de las finanzas*, Christian Marazzi (2014) expresará que:

La productividad contemporánea está cada vez más determinada por la capacidad de responder en situaciones no previstas y no previsibles, en *situaciones de emergencia*, en situaciones que vuelven impracticables cualquier programación poniendo como central la eventualidad. Pero esta productividad sería impensable sin la desmaterialización de los soportes y de las modalidades de vehiculización del conocimiento, sin la mentalización del capital constante, su fusión con el trabajo vivo (55).

De manera que, la industria comunicacional impone un control sobre las actuaciones de los espacios y así administra una determinada realidad, o mejor, una forma de vida, una vida encadenada a un modo de servidumbre impulsada por la voluntad. Sin duda, se está presente ante un tipo de ejercicio de violencia simbólica que cercena lugares, impulsos y cualquier campo de actuación. Es una captura⁶ de la esfera pública y el sueño de Georges Gusdorf (1957) y que tanto encanta al investigador en comunicación Pablo Múnera Uribe (2010) de una “búsqueda del *tú* por parte de un *yo* para construir un *nosotros*” (Múnera 2010 128) se desvanece porque no hay creación de comunidad sino una articulación colectiva de sujetos individualizados en búsqueda de una realización ontológica y voluntaria en un tipo de “capitalismo reticular”.

El sujeto social adquiere nuevos hábitos perceptivos, absorbe los encuentros con lo imprevisto y logra orientarse mejor en territorios desconocidos. Se crean nuevas experiencias en las que está constantemente plegándose a la más cercana y luego desviándose de una a otra, por medio de un mensaje enviado al sistema nervioso central. No hay que provocar pensamientos sino acciones; la industria comunicacional es el operador de una gobernabilidad de signos, en especial de la serpenteante semiótica a-significante.

⁶ Como captura se entiende una administración de todo lo viviente en las fronteras del poder y la violencia. Es un modo de modelar la producción subjetiva que es inducida por la industria comunicacional a través de una red de discurso y técnicas del lenguaje.

El gobierno de los signos: la semiótica a-significante

En la búsqueda de imponer y gestionar el actuar en los espacios y lugares comunes a través de un uso del lenguaje, la industria comunicacional tiende a ejercer, administrar y controlar la colectividad a través de la invisibilidad del lenguaje. Es decir, establecer el gobierno de los signos. El Estado administra y controla la red institucional política y administrativa de un territorio o colectividad, la industria comunicacional lo hace con el lenguaje en el ámbito social.

El signo para la industria comunicacional no es una “entidad” que posee dos rostros: concepto/idea y la imagen acústica, las cuales permiten una representación psíquica, que es la visión de la lingüística saussureana. El signo de esta industria es un envoltorio de cargas afectivas y no se trata de la tradicional condición lingüística de dos sujetos hablantes o poseedores de lenguaje que va dirigido a la constitución del sujeto, sino un registro que captura los “elementos presubjetivos y preindividuales del sujeto (afectos, emociones y percepciones)” (Lazzarato 2012) que se empalman como piezas del semio-capital.

Este tipo de práctica está imbuida dentro de un régimen -al decir de Deleuze- o una semiótica a-significante, que consiste en una producción semiótica que va dirigida al cuerpo, pues el objetivo no es provocar una significación sino una acción, reacción y actuación. El régimen a-significante es la semiótica del movimiento.

La semiótica a-significante es el mecanismo por el que la industria comunicacional construye las ficciones, virtualidades y protosubjetividades, es decir, que los mensajes a-significantes van al lugar donde se generan las experiencias, el deseo, las emociones y sensaciones. Al a-significante no le interesa producir significados sino una postura, una actitud, un movimiento. Por eso, Félix Guattari, expresará que la comunicación comenzó a tener el “defecto de perder las dimensiones existenciales de las relaciones intrahumanas, sociales y maquínicas” (Guattari 2008 203), lo que provoca una reificación del ser humano

en la condición de ciudadano crítico, porque no reconoce personas, roles o funciones, sino aspectos infrasociales como la moneda, los sonidos, las fórmulas, los datos o el *Grammy* latino, con los que se van construyendo los nuevos discursos, y la industria comunicacional permite el encuentro entre los enunciados y los mecanismos de control.

Un ejemplo, son las palabras-valija⁷ que buscan provocar irritación en los cuerpos, como el uso del popular neologismo “castrochavismo” o su mejora denominada “neochavismo”, el cual no tiene ningún significado ideológico o académico; éste pseudoconcepto pretende calibrar la ansiedad pública alrededor del “hambre”, “terrorismo”, “corrupción”, “dictadura”, entre otros, que están implicadas en el término y la referencia Venezuela/Cuba. “Castrochavismo” no está dirigido a la constitución del sujeto racional y crítico sino a las zonas preindividuales en las que se incita una acción de ira y miedo. Lo que Lazzarato (2007) denomina “señal sin significado”.

Otro ejemplo, es el que se puede denominar “vuelta de hoja”, y que fue replicado por los noticieros televisivos, escritos y radiales, el cual consiste en una resemantización y un ensombrecimiento de la historia o rehistorización. Para el 2008 los asesores de presidencia, encabezado por el actual senador de Colombia, José Obdulio Gaviria, comenzaron un proceso de “negación” del conflicto armado en Colombia,⁸ y al hacerlo negaba también los efectos, y por eso el senador Gaviria expresó en su momento que no habían desplazados sino “migrantes internos”, y de esa manera, siguiendo el trabajo de Alba Delgado (2011), José Obdulio Gaviria elabora un discurso invisibilizador del problema humanitario de los desplazados, las implicaciones políticas del conflicto y la solución política inherente a dicho problema; sin embargo, “esta resemantización no es inocente: de anclarse en el imaginario político y social, reconfiguraría el tratamiento jurídico y la destinación de recursos para las víctimas” (Delgado 2011 34). De esta

7 Gilles Deleuze expone en *Lógica del sentido*, que la palabra-valija es aquella que contiene varias palabras y varios sentidos y sólo pueden ser útiles cuando se forma y funda en la función de la palabra que quiera designar.

8 Alba Delgado en su trabajo titulado *José Obdulio Gaviria y su visión de Colombia*, retrata de manera articulada el proyecto de negación del conflicto armado en Colombia por parte del Gobierno de la época. En línea: <https://journals.openedition.org/alhim/3811>

manera, hay una transformación en los marcos mentales⁹ de los ciudadanos, lo que modificaría la forma en que las personas ven el mundo y la capacidad de tomar decisiones, lo que influiría en su actuación, porque lo que se busca finalmente es provocar una acción.

La industria comunicacional en el ejercicio de la semiótica a-significante es “eventualista” y “oportunista”, impulsora de una abstracción de ocasiones a través de una descarnada imposición de posturas e ideas. La comunicación dice lo que se debe creer, pero no es un mensaje lineal con una carga ideológica, incluso, no le interesa la ideología, lo que busca es la producción de experiencias que permita al sujeto desenvolverse en las periferias territoriales del sistema dominante; por ende, no hay espacios para discursos cerrados y teatralizaciones, sólo hay signos monetarios, bursátiles, cinematográficos, musicales, tecnológicos, virtuales, entre otros. Si hay que definir la industria comunicacional, entonces sería como una “máquina anunciativa a-significante” en la que el informar refina la formas de ejercer el control y por ese motivo, siempre defienden y defenderán “la libertad de expresión”, porque para controlar se requiere el sentido ficcional de libertad en las fronteras del miedo, la ira y la confusión.

Entonces, ¿cómo contrarrestar ante este gobierno de los signos de la industria comunicacional? ¿de qué forma se puede resistir al lenguaje? Sería cambiando la pregunta ¿qué hacer? por ¿cómo actuar?

Antonio Negri, Paolo Virno y Michael Hardt, y en Colombia Víctor Moncayo, proponen el éxodo como una manera de salir de los modos de opresión, redefiniendo los espacios, hábitos e interrelaciones humanas. Huir de las reglas económicas, políticas, policiales, escolares y culturales. El éxodo es esperanza contra el sistema, es defección contra la lógica capitalista, es anticapitalista, antiestatal y siempre está en constante proyección a la desobediencia civil. Descentralizar, desjerarquizar y recomponer la esfera social desde los *muchos*.

⁹ La teoría de los marcos mentales aquí expuesta es la que propone el lingüista cognitivo estadounidense George Lakoff, quien afirma que estos marcos van dirigidos al “inconsciente cognitivo” de los individuos que viven en sociedad. Dichos marcos conforman la política social y las “instituciones que se quieren y el modo en el que se desea que esas políticas se ejecuten” (Lakoff 2001).

Por un éxodo semiológico

Y *Yavhé* libera a su pueblo en el mes de *Abib* y será una fecha de gran celebración en la que los padres enseñarán a sus hijos, diciendo: “Se hace esto con motivo de lo que *Yavhé* hizo conmigo cuando me sacó de Egipto” (Éxodo, Cap 13, ver 3-10). Dicha conmemoración es importante narrarla y mantener el relato del éxodo israelí de Egipto vivo y que se realiza en la celebración pascual. El éxodo es esperanza contra el Imperio.

El relato del éxodo, segundo libro de la Biblia, es uno de los sucesos más determinantes de la fe judía, católica y cristiana, porque es en donde fluye el supremo poder de Dios que logró sacar a su pueblo de las cadenas y los látigos del imperio más dominante de la época.

Para Antonio Negri, Paolo Virno, Michael Hardt y Víctor Moncayo, el éxodo, no como hacer de fe o fenómeno dirigido por un ser supremo que se hace presencia por medio de Moisés, es un actuar implicado en la desobediencia civil, que no buscaba destruir al *Imperio* (faraón) sino escapar poniendo en cuestión la fuerza de mando del Estado. Se trata de “Una pequeña digresión para entendernos mejor” (Virno 2003 71), una forma de ser muchos a través de la subversión como alternativa.

Al parecer, los valores de la lucha del 68 francés ya han desaparecido, porque todos los modos de lucha fueron consumidos por el sistema capitalista, o el postfordismo, y de ahí que la figura de Sartre esté en una camisa que tiene de lema “consciencia” con la tipografía de *Coca-Cola* que sólo invita es a consumir el refresco, o la reconocida frase de Ludwig Feuerbach, “somos lo que comemos” al lado de una publicidad de *KFC*, la semiótica a-significante interviene en todos los aspectos humanos. Todo es posible para el semio-capital, pero no para la lucha y la resistencia. De ahí que son las prácticas colectivas, los movimientos y sus luchas, las que tienen la palabra para experimentar otra vía histórica, un éxodo” (Moncayo 2018 179). Los antagonismos deben reinventarse sin la necesidad de querer imponer universales, absolutos, abstracciones ocasionales. No se trata de violar la ley, todo se juega en cuestionar el sistema. Ahí el éxodo.

Por su parte, Víctor Moncayo (2018) expresa en *Éxodo. Salir del capitalismo*, que el éxodo:

No es, pues, una simple fuga, sino poder salir de lo existente hacia una realidad diferente-como tal es un proceso conflictivo, que en lo posible no debe ser violento, precisamente para no reeditar el carácter del poder capitalista que se abandona, aun cuando eventualmente puede requerir una fuerza defensiva de lo nuevo (180).

Se trata de modificar totalmente la acción política ciudadana, valorando la huida a la simple protesta, logrando alcanzar nuevas subjetividades, proyectarse a la innovación continua, producir algo nuevo.

Sin embargo, surgen dos cuestionamientos ¿quién será el nuevo Moisés que guiará a la multitud hacia el éxodo y, por ende, a la tierra prometida? ¿Cómo actuar? “Moisés” no es una persona, es un impulso, una acción política que no media con el Estado, todo lo contrario, busca separarse de él, este “Moisés” es la multitud misma articulada en todas sus formas de lucha respetando las singularidades, por lo que “el éxodo no es un retroceder, sino un salir de la tierra del faraón” (Virno 2004) y se lanza a vivir en el desierto, al bosque, al pueblo, al quilombo, la comuna, impulsada por el intelecto y la cooperatividad, lograr rupturas en los valores tradicionales, crear nuevas formas de comprensión y sobrepasar los límites de la misma creatividad.

Existe un éxodo artístico, como es el caso de Elisabeth Charlotte Rist y su *I'm a victim of this song* (1995), en el que desaparece los límites formales de la reflexión e invita al espectador a que al ver la obra tenga nuevas experiencias, que el espectador-obra sea un acontecimiento. Hay que experimentar alejado de la normalización de los lazos interpersonales que dicen ¿qué es arte? ¿Cómo se vive una obra de arte?, e incluso, ¿Qué significa ser un espectador de arte y qué se necesita para ser un experto en arte? También un éxodo económico, por ejemplo, la labor de lucha agraria por parte del *Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra* en Brasil, y que poco a poco ha comenzado a tener un protagonismo importante en la vida política del país suramericano. Por último, para el 2001 aconteció en Argentina un éxodo político-social, una revuelta popular “¡Que se vayan

todos!” que cerró el telón del mandato como presidente de Argentina, Fernando de La Rúa y su sucesor Adolfo Rodríguez Saa.

Así mismo, se requiere un éxodo semiológico que ayude a contrarrestar las dinámicas y técnicas de la industria comunicacional y el gobierno de los signos, las palabras-valija y la “vuelta de hoja”. Es decir, un modo de subvertir al lenguaje.

Una de las primeras actuaciones que se debe tener en cuenta, es que la industria comunicacional tiene en el lenguaje el medio para implantar los valores del sistema dominante, como lo afirma Guy Debord, a través de un tipo de discurso que impone una especie de identidad psicológica, rompiendo las fronteras del contexto narrativo y provocando un cambio en el contexto ético y estético del sujeto, haciendo desaparecer lo heterogéneo, la sensibilidad diversa y sosteniéndose en la capacidad de sintetizar unidades de pensamiento, las cuales se implantan en el entendimiento (castrochavismo, neochavismo, socialismo siglo XXI); estas son fuerzas que sitúan al sujeto dentro de marcos discursivos que instauran la “identidad del sujeto que habla” (Garavito 1999 271), el cual conserva y defiende las ataduras con objetos y las significaciones o representaciones, que son controles del lenguaje y sobre el lenguaje. Dominación por medio del “yo” psicológico, porque el lenguaje no está abierto a las posibilidades.

Hay que huir de la idea de identidad, pues es una fuerza de control y conservación del sujeto en límites cerrados, en la que no hay transformación y en el que la vida no hace presencia. Precisamente, para escapar de esta identidad que infunde el faraón, hay que conectar el lenguaje con la vida, volviendo a encontrar la imagen con la realidad y de esa manera contrarrestar las ficciones espectaculares de la industria comunicacional. Si es necesario, hay que cambiar el sentido a lo que se concibe como cultura.

Todas estas observaciones conducen a que tienen que surgir formas no industriales de la comunicación, como las sentadas estudiantiles en los campus universitarios, los *jamming* de música o poesía, picnic en los parques, *performance* teatrales, actividades ecoamigables y eointeractivas, cafés al aire libre, cines a la calle, conversatorios filosóficos, literatura o antropología; asambleas barriales, distritales, nacionales e internacionales; ferias de libros independientes, encuentros de *stickers* y nuevos creadores

audiovisuales, entre otros; todo un frente articulado de expresiones que no necesiten usar las técnicas y medios de la industria comunicacional, pues el objetivo no es establecer marcos mentales o provocar acciones planificadas a través de una semiótica a-significante, sino activar la dimensión crítica en la receptividad pasiva del sujeto social.

En consecuencia, lo que se busca es huir a los espacios vacíos que la industria comunicacional ha dejado o no se ha interesado en intervenir, a través de mediaciones comunicativas complementarias que permitan enviar un mensaje que conecte las imágenes de lo real con la realidad, que se sobreponga a las ficciones y que se puedan transmitir mensajes particulares. Todo parece jugarse en un lenguaje que reivindique lo común, los *muchos*, el rostro con el rostro, el entrecruzamiento de los alientos, *koinonía*, *comunicare*.

Se ha creído que para evitar el impacto de los medios informacionales era necesario interponerse en la relación mensaje-receptor, cuando en realidad se trata de huir de los espacios, pues lo que hace la industria de las comunicaciones es apoderarse de los espacios, públicos, privados, ontológicos, virtuales, económicos, íntimos y secretos. Hay que escapar a los espacios no intervenidos, pero también hay que intervenir los que les pertenece, recuperar el territorio perdido ¿cómo se lograría? ¿cómo actuar? Puede Umberto Eco dar luz en el túnel, “atravesado por grupos de guerrilleros de la comunicación” (Eco 1999 82) que impulse a los muchos a desprenderse de las ataduras del Estado y del semio-capital, renunciar al *confort* ficticio del gobierno de los signos, ir abandonando la palabra, lograr un éxodo semiológico que permita desplegar la voluntad de la multitud y no la del faraón.

A modo de conclusión

No hay nada de azar en la constitución y actuación del sistema capitalista actual, y el lenguaje aparece como un medio idóneo para instaurar los valores, deseos e ideas del sistema dominante, y por eso es clave la industria comunicacional.

La industria comunicacional, como se expresó en la primera parte del escrito, es como cualquier otra industria, por lo que posee su propio manual técnico de acción, el cual no sólo implanta marcos mentales, sino que también moldea, refina y transforma el actuar del sujeto social, pues lo que le interesa a la industria de las comunicaciones es agarrar sin usar el látigo sino hacerlo por medio del buen sentido, así sea necesario evocar fantasmas. De ahí que la defensa de la libertad de expresión sea tan necesaria para el empresariado periodístico, porque de ese modo puede utilizar la información para el control a través del odio, el miedo y la desesperación; de donde resulta, que exista un gobierno de los signos, unos regímenes lingüísticos que le permiten desplegarse en sombras por la humanidad emocional, perceptiva, sensorial y afectiva del sujeto.

De ahí, que la semiótica a-significante sobresalga, pues es con la que se consigue una reificación de la sociedad, no de la persona, incluso se puede decir que para la industria comunicacional no hay personas, sino manadas, masa, pueblo. El a-significante es una indicación sin significado, por eso todo informar tiene de objetivo producir afectos colectivos. Informar es controlar, pues es una dirección desde una determinación con tendencia a una homogenización inmersa a una falsa idea de diversidad.

Es por esto que se hace imperativo buscar salidas a este tipo de control lingüístico, comunicacional e informativo, y la idea de éxodo abre las puertas a esa posibilidad, porque no se trata de protestar en busca de tumbar al soberano y adueñarse del poder, se trata de cuestionar los mecanismos de actuación del control, construyendo nuevas formas políticas y eso exige nuevos conceptos, pero estos conceptos deben emanar de las experiencias colectivas y no simplemente de los filósofos, investigadores y pensadores. Hay que construir nuevas formas de vida alejadas del Estado, y en esta medida, nuevas formas de encuentros comunicativos distanciadas de la industria comunicacional.

El éxodo semiológico se logra cuando la vida (imagen y realidad encontradas) se unen con el lenguaje y se separa de la sociedad de la opinión que se sostiene en los

cimientos de los medios de comunicación, de ese modo hay una “destrucción” y desprendimiento de las redes de identidad. Cuando entra la vida al lenguaje se activa el pensamiento, acción y deseo, y no permite el encerramiento a través de discursos que proclamen un “yo” psicológico en el *complexus* sónico de un gobierno comunicacional que responde a un semio-capital.

Así mismo, y a partir de lo anterior, se va enarbolando un tipo de micropolíticas transmisoras, ciertas “guerrillas semiológicas” que no usan el manual de la industria comunicacional, sino que intenta recuperar el sueño de Gusdorf, sacando al sujeto social de la receptividad pasiva y llevándolo a una reacción crítica que lo transporte a ocupar los espacios que los *media* no ha podido intervenir, que son aquellos en los que fluye la humanidad, cooperatividad y dignidad.

Referencias

- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Traducción de Rodrigo Vicuña. Buenos Aires: Ediciones naufragio, 2005.
- Deleuze, Gilles. *La lógica del sentido*. Traducción de Miguel Morey. Barcelona: Editorial Planeta-Agostini, 1994.
- Delgado, Alba. “José Obdulio Gaviria y su visión de Colombia”. Revista virtual *Open Edition Journals*. (2011) En línea: <https://journals.openedition.org/alhim/3811>
- Eco, Umberto. *La estrategia de la ilusión*. Traducción de Edgardo Oviedo. Barcelona: Lumen, 1999.
- Garavito, Edgar. *Escritos Escogidos*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia, 1999.
- Guattari, Felix. *La sociedad subjetiva y postmediática. La Polis reinventada*. Traducción de Ernesto Hernández y Carlos Enrique Restrepo. Cali: Fundación Comunidad, 2008.
- Gusdorf, George. *La palabra*. Buenos Aires: Galatea, 1957.
- Lakoff, George. *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Traducción de Magdalena Mora. Madrid: Editorial Complutense, 2004.

Lazzarato, Maurizio. "El "pluralismo semiótico" y el nuevo gobierno de los signos". Traducción de Marcelo Expósito. *Revista Errancia*. (2006). Disponible en: https://www.iztacala.unam.mx/errancia/v14/PDFS_1/litorales%20TEXTO%2010%20EL%20PRURALISMO%20SEMIOTICO.pdf

Lazzarato, Maurizio. "El funcionamiento de los signos y de las semióticas en el capitalismo contemporáneo". *Revista Palabra Clave* 15/3 (2012): 713-725. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852012000300017#no_02

Marazzi, Christian. *Capital y lenguaje. Hacia el gobierno de las finanzas*. Traducción de Emilio Sadier. Buenos Aires: Editorial Tinta Limón, 2014.

Moncayo, Víctor. *Éxodo. Salir del Capitalismo*. Bogotá: Ediciones Aurora, 2018.

Munera, Pablo. *La articulación teoría-práctica en la comunicación. Ni practicismo maquiavélico ni intelectualismo estéril: pragmatismo*. Barranquilla: Universidad Autónoma del Caribe, 2010.

Orwell, George. *1984*. Bogotá: Penguin Random House Grupo Editorial, 2019.

Sloterdijk, Peter. "Warten auf den Islam". *Focus Magazine*. Sonntag. (2006) Disponible en: https://www.focus.de/kultur/medien/essay-warten-auf-den-islam_aid_216305.html

Virno, Paolo. *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Madrid: Editorial Traficantes de Sueños, 2003.

Virno, Paolo. "Crear una esfera pública sin Estado". Diario *El Clarín*. 24 de diciembre de 2004. Buenos Aires: (2004). Disponible en: <https://rebellion.org/crear-una-nueva-esfera-publica-sin-estado/>

Virno, Paolo. *Cuando el verbo se hace carne. Lenguaje y naturaleza humana*. Traducción de Eduardo Sadier. Madrid: Editorial Traficante de Sueños, 2005.