



Universidad
del Atlántico

CÓDIGO: FOR-DO-109

VERSIÓN: 0

FECHA: 03/06/2020

**AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL
TEXTO COMPLETO**

Puerto Colombia, **30 de abril de 2020**

Señores

DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECAS

Universidad del Atlántico

Cuidad

Asunto: Autorización Trabajo de Grado

Cordial saludo,

Yo, **MARTHA ISABEL MERIÑO FONTALVO**, identificado(a) con **C.C. No. 22.624.802** de **SABANAGRANDE, ATLÁNTICO**, autor(a) del trabajo de grado titulado **REFLEXIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE PLUSVALÍA IDEOLÓGICA EN LUDOVICO SILVA: APUNTES PARA UNA FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN COMO PRAXIS LIBERADORA** presentado y aprobado en el año **2020** como requisito para optar al título Profesional de **FILÓSOFA**; autorizo al Departamento de Bibliotecas de la Universidad del Atlántico para que, con fines académicos, la producción académica, literaria, intelectual de la Universidad del Atlántico sea divulgada a nivel nacional e internacional a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios del Departamento de Bibliotecas de la Universidad del Atlántico pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web institucional, en el Repositorio Digital y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad del Atlántico.
- Permitir consulta, reproducción y citación a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Esto de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Atentamente,

Firma

MARTHA ISABEL MERIÑO FONTALVO

C.C. No. 22.624.802 de SABANAGRANDE, ATLÁNTICO

DECLARACIÓN DE AUSENCIA DE PLAGIO EN TRABAJO ACADÉMICO PARA GRADO


Este documento debe ser diligenciado de manera clara y completa, sin tachaduras o enmendaduras y las firmas consignadas deben corresponder al (los) autor (es) identificado en el mismo.

Puerto Colombia, **30 de abril de 2020**

Una vez obtenido el visto bueno del director del trabajo y los evaluadores, presento al **Departamento de Bibliotecas** el resultado académico de mi formación profesional o posgradual. Asimismo, declaro y entiendo lo siguiente:

- El trabajo académico es original y se realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, en consecuencia, la obra es de mi exclusiva autoría y detento la titularidad sobre la misma.
- Asumo total responsabilidad por el contenido del trabajo académico.
- Eximo a la Universidad del Atlántico, quien actúa como un tercero de buena fe, contra cualquier daño o perjuicio originado en la reclamación de los derechos de este documento, por parte de terceros.
- Las fuentes citadas han sido debidamente referenciadas en el mismo.
- El (los) autor (es) declara (n) que conoce (n) lo consignado en el trabajo académico debido a que contribuyeron en su elaboración y aprobaron esta versión adjunta.

Título del trabajo académico:	REFLEXIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE PLUSVALÍA IDEOLÓGICA EN LUDOVICO SILVA: APUNTES PARA UNA FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN COMO PRAXIS LIBERADORA
Programa académico:	FILOSOFÍA

Firma de Autor 1:							
Nombres y Apellidos:	MARTHA ISABEL MERIÑO FONTALVO						
Documento de Identificación:	CC	X	CE		PA	Número:	22.624.802
Nacionalidad:					Lugar de residencia:		
Dirección de residencia:							
Teléfono:					Celular:		

FORMULARIO DESCRIPTIVO DEL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO DE GRADO	REFLEXIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE PLUSVALÍA IDEOLÓGICA EN LUDOVICO SILVA: APUNTES PARA UNA FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN COMO PRAXIS LIBERADORA
AUTOR(A) (ES)	MARTHA ISABEL MERIÑO FONTALVO
DIRECTOR (A)	NUMAS ARMADO GIL OLIVERA
CO-DIRECTOR (A)	NO
JURADOS	MARÍA CAROLINA GUZMÁN GONZÁLEZ JAVIER ALFREDO FERREIRA OSPINO
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE	FILÓSOFA
PROGRAMA	FILOSOFÍA
PREGRADO / POSTGRADO	PREGRADO
FACULTAD	CIENCIAS HUMANAS
SEDE INSTITUCIONAL	
AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	2020
NÚMERO DE PÁGINAS	84
TIPO DE ILUSTRACIONES	DOS (02) GRÁFICOS
MATERIAL ANEXO (Vídeo, audio, multimedia o producción electrónica)	
PREMIO O RECONOMIENTO	LAUREADA



**REFLEXIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE PLUSVALÍA IDEOLÓGICA EN
LUDOVICO SILVA: APUNTES PARA UNA FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN COMO
PRAXIS LIBERADORA**

**MARTHA ISABEL MERIÑO FONTALVO
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE FILÓSOFA**

**PROGRAMA DE FILOSOFÍA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO
PUERTO COLOMBIA
2020**



**REFLEXIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE PLUSVALÍA IDEOLÓGICA EN
LUDOVICO SILVA: APUNTES PARA UNA FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN COMO
PRAXIS LIBERADORA**

**MARTHA ISABEL MERIÑO FONTALVO
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE FILÓSOFA**

**NUMAS ARMANDO GIL OLIVERA
DIRECTOR**

**PROGRAMA DE FILOSOFÍA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO
PUERTO COLOMBIA
2019**

NOTA DE ACEPTACION

DIRECTOR(A)

JURADO(A)S

Dedicatoria

A quienes no renuncian o abdican de su conciencia política, ni a sus principios ni convicciones; aunque disientan y no militen, aunque se nos condene al ostracismo...

A Faustino Meriño Fontalvo, para que nada lo detenga en su permanente búsqueda y realización...

Agradecimientos

En principio, agradezco el apoyo institucional de la Universidad del Atlántico a través de la Facultad de Ciencias Humanas, especialmente, durante las gestiones de los profesores Fidel Alejandro Llinás Zurita al frente de la decanatura y Numas Armando Gil Olivera en la coordinación del programa de Filosofía, quienes hicieron expedito el proceso de reintegro-homologación luego de un largo período fuera de la Institución. Asimismo, a Piedad del Socorro Cotes Ospina, por haber hecho de mi causa la suya. A la profesora Dayana Cecilia de la Rosa Carbonell y al profesor Luis Alfonso Alarcón Meneses, por su amable disposición de darle continuidad al proceso una vez asumieron la coordinación del programa de Filosofía y la decanatura de Ciencias Humanas, respectivamente.

Del mismo modo, mi deuda de gratitud está amorosamente contraída con quienes desde siempre han creído en mí, y quienes aportaron desde sus posibilidades para garantizar mi reintegro a la Universidad en las mejores condiciones. Por su apoyo afectivo, moral, económico y bibliográfico agradezco a mi familia, a mi pareja, a las amigas y amigos, quienes me alentaron en la tarea de avanzar en la escritura del presente trabajo de grado, abandonado a ratos por múltiples circunstancias, para finalmente permitirme concretar este proceso académico.

Mi gratitud a las segundas oportunidades y a las *patrias interinas*; a las junturas apolíneas y dionisiacas; a todo aquello que ha ayudado a ser de mí el ser que soy, en permanente búsqueda y transformación: porque siempre, parafraseando a la poeta venezolana Lydda Franco Farías, *después de distintos nocauts una se levanta pidiendo la revancha...*

Reflexiones en torno al concepto de plusvalía ideológica en Ludovico Silva: apuntes para una filosofía de la comunicación como praxis liberadora

Reflections on the concept of ideological surplus value in Ludovico Silva: notes for a
philosophy of communication as liberating praxis

Resumen

El punto de partida de nuestra investigación es la reflexión acerca de los alcances, implicaciones, limitaciones y/o críticas del concepto de plusvalía ideológica planteado por el filósofo Ludovico Silva. Como aproximación a nuestra hipótesis de trabajo, que consiste en el desplazamiento del concepto desde la crítica de la racionalidad mediática hacia una posible formulación de una filosofía de la comunicación como praxis liberadora, partimos del análisis ludoviquiano, enmarcado dentro de las tramas de poder que operan desde lo sociosimbólico a partir del discurso mediático, que nos presenta la plusvalía como el sustrato de los sistemas hegemónicos cuyo fin es su reproducción sistémica. No obstante, esta mirada unidireccional, construida desde la certeza teleológica, parece haber dejado por fuera del análisis a las distintas prácticas contrahegemónicas de sectores subalternos que participan de la disputa por el control, participación y socialización de las expresiones de poder desde lo comunicacional en su dimensión mediática.

Palabras clave: Ludovico Silva, ideología, plusvalía ideológica, racionalidad mediática, filosofía de la comunicación, praxis liberadora.

Abstract

The starting point of our research is the reflection on the scope, implications, limitations and / or criticisms of the concept of ideological surplus value raised by the philosopher Ludovico Silva. As an approximation to our working hypothesis, which consists in the displacement of the concept from the criticism of media rationality towards a possible formulation of a philosophy of communication as liberating praxis, we start from the Ludoviquian analysis, framed within the frames of power that operate from the socio-symbolic from the media discourse, which presents us with surplus value as the substrate of the hegemonic systems whose purpose is their systemic reproduction. However, this unidirectional view, built from the teleological certainty, seems to have left out the analysis of the different counterhegemonic practices of subaltern sectors that participate in the dispute over the control, participation and socialization of expressions of power from the communicational in their media dimension.

Key words: Ludovico Silva, ideology, ideological surplus value, media rationality, communication philosophy, liberating praxis.

CONTENIDO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

NOTA PRELIMINAR..... 8

INTRODUCCIÓN..... 17

I. ALCANCES E IMPLICACIONES, LIMITACIONES Y/O CRÍTICAS DEL CONCEPTO PLUSVALÍA IDEOLÓGICA... ..28

 Antecedentes del concepto *plusvalía ideológica*..... 33

 Alcances e implicaciones.....38

 De la analogía al sicologismo... ..38

 Del sicologismo al pragmatismo... ..48

 Limitaciones y/o críticas... ..56

II. LA PLUSVALÍA IDEOLÓGICA: apuntes para una filosofía de la comunicación como praxis liberadora..... 64

 Racionalidad mediática: ¿de qué estamos hablando?..... 68

 De la racionalidad mediática a la filosofía de la comunicación como praxis liberadora: a modo de apuntes 70

III. Experiencias subalternas: aproximación desde Venezuela 73

CONCLUSIONES PROVISIONALES... ..79

BIBLIOGRAFÍA..... 83

Nota preliminar: algunos rasgos generales sobre Ludovico Silva

“De modo, pues, que antes del riesgo de envejecer, he preferido el de entregarme a pedazos. Al fin y al cabo, con el tiempo, aparecerá el animal entero.”

Ludovico Silva: Marx y la Alienación.

El asombro por el hallazgo de un pensador de la calidad intelectual del venezolano Luis José Silva Michelena, Ludovico Silva (1937 – 1988), fue el punto de partida para lo que sería una relación no solo con el autor y algunas de sus obras, sino además con la lectura heterodoxa de Marx. La clave de examinar la *práctica teórica* del pensador alemán desde nuevas perspectivas de análisis, más aún, de visitar algunos de sus planteamientos estableciendo un diálogo con la praxis epistémica, política y social de otras corrientes contemporáneas de pensamiento crítico, es parte de su legado y de nuestro asombro.

Sobre Ludovico Silva es poco lo que se ha escrito. Los escasos datos biográficos coinciden en presentar una breve reseña de su formación académica en Europa una vez culminó su bachillerato, dando cuenta de sus estudios de filosofía y letras en Madrid; en Francia, cursó estudios de literatura francesa en La Sorbona; y finalmente, en Alemania realizó estudios en filología románica.

Según Nildo Ouriques (2010), fue durante su estancia de dos años en Madrid que un grupo de estudiantes lo apodó Ludovico aludiendo a Ludo, el poeta; nombre con el que fue reconocido posteriormente y con el que escribió en adelante todas sus obras, que iban desde artículos y columnas para algunos diarios capitalinos hasta la crítica literaria y la denuncia política, pasando, naturalmente, por la filosofía y la poesía. Sobre este particular reconocimiento de

poeta, Millán Arteaga (2012) indica que “Ludovico ha sido fraccionado en poesía al norte, filosofía al sur y locura al centro” (p.5); mientras Ouriques comenta que Silva quiso ser más conocido como poeta que como filósofo. En cualquier caso, la poesía formó parte fundamental de su vida, especialmente en razón de su estilo personal, en su manera de decir y escribir. En tanto género literario, su producción poética quedó impresa en varios poemarios, siendo *Boom* e *In vino veritas*, quizás, los más conocidos o difundidos.

Inmediatamente después de su estancia de cuatro años en Europa, Ludovico retorna a Caracas para inscribirse en la Escuela de Filosofía de la Universidad Central de Venezuela (UCV), donde egresa *Summa Cum Laude* a la edad de 32 años. Un año después de graduado, en 1970, inicia su carrera docente en su casa de estudios, el mismo año en que publica su primer libro, *La plusvalía ideológica*. En la UCV fungió como profesor durante 16 años, hasta que en 1986 su ejercicio docente se interrumpiera por su ingreso al Hospital Psiquiátrico.

Según la investigación de Calles-Santillana (2013), esto fue causado por su pérdida de lucidez dado que “el amonio, un ácido producido por su hígado como consecuencia de su alcoholismo, causó que su cerebro creciera, alterando así gravemente su coherencia mental y verbal” (p. 5). De ahí provienen las alusiones a su locura o alcoholismo, esparcidas aun por algunos espacios académicos y de tertulia literaria de Caracas y buena parte de Venezuela, donde le vieron discurrir en medio de palabras embebidas de alcohol.

Durante su permanencia de 33 días en el Hospital escribió *Papeles desde el amonio*, puesto que no dejaba de producir intelectualmente ni en sus desvaríos o estando impedido clínicamente. Es esta condición de ávido escritor una de sus cualidades más distintivas; por ejemplo, el mismo

año de su muerte, acaecida en 1988, había dejado listo para la publicación su libro *En busca del socialismo perdido* que, junto a otros títulos en espera, fueron publicados *pos mortem* con la ayuda de su familia, quienes para la fecha de escrita esta nota preliminar, en el 2016, dirigían la Fundación Ludovico Silva.

A pesar de las referencias sobre su estado mental o su alcoholismo en determinado momento de su vida, para Nelson Guzmán (2011) *Ludovico es probablemente el filósofo más lúcido de la modernidad en Venezuela*; y, justamente con él, se *emprende la modernidad filosófica* en su país. Asimismo, indica que Silva *marcó un estilo polémico y audaz dentro de la Escuela de Filosofía creando una tradición filosófica en la UCV, donde se erigió como hijo representativo de la Escuela de Frankfurt*. En tal sentido, afirma que tanto la filosofía como la forma de expresión de Ludovico retoman la importancia de la cotidianidad, reivindicando al hombre concreto y su realidad inmediata, razón por la que *la subjetividad ocupará un momento central en su obra*. (Cfr. Guzmán, 2011).

Morán y León del Río (2008), afirman por su parte que Ludovico fue “un pensador que siempre optó por propuestas que procuran construir alternativas a la hegemonía del pensamiento burgués” (p.108), con las que aspiró a instituir una conciencia y sociedad emancipadas “desde la creación de hombres nuevos y cualitativamente libres”. De modo que nuestro autor trascendió la actividad académica desde su praxis política con la apuesta de lo que consideraba vital para *la felicidad de los hombres: La realización de la utopía socialista*. (Silva, 2013).

Llegados a este punto, es preciso aclarar sobre el compromiso político de nuestro autor, de ahí que hablemos de praxis política y no de militancia en sentido estricto, porque en ningún caso formó parte de estructura orgánica alguna, ni siquiera de tendencia socialista. En sus palabras:

No he mostrado apoyo a partidos, sino a uno que otro dirigente. Ni ahora (...) ni mañana (...) pondría mi mano al fuego por ningún partido político (...) así se autodefina este como socialista (...) En lo personal (...) apoyo a líderes concretos. (Silva, 2013, p. 33-34)

Para Silva (2013), esta *utopía concreta* (realizable) correspondía a la materialización de un socialismo auténticamente basado en el pensamiento original de Marx y no en las *penasas distorsiones* sufridas a partir de 1924 luego de la muerte de Lenin, donde “se vio brutalmente interrumpida y descaracterizada por Stalin” la Revolución de Octubre (p. 38).

En líneas generales, este filósofo venezolano es desconocido incluso en su país, “a pesar de que (...) su carrera intelectual fue importante no solo en la filosofía sino en la literatura” (Calles-Santillana, 2013, p. 3). El desconocimiento general de su obra, más allá de obedecer a la censura por ser un pensador crítico del modelo societal capitalista y los regímenes sociopolíticos que lo promueven, estuvo ligado a una izquierda tradicional y hegemónica de la que se esperaba su contribución en la socialización de su pensamiento, pero que resultó sensible a sus “herejías teóricas”.

Parte de la marginalidad de la que fue objeto y la consecuente promoción de su olvido, tanto de su persona como del conjunto de su obra, puede explicarse por las duras críticas de Silva tanto a *los manuales soviéticos* sobre marxismo y al llamado *socialismo real* encarnado en la Rusia

de Stalin, como al giro de la *dictadura del proletariado* hacia el *totalitarismo de partido* (sic), entre otras críticas con las que se ganó la enemistad de algunos “buenos y un tanto marmolizados amigos del Partido Comunista de Venezuela (PCV)” (Silva, 2013, p.108), quienes lo señalaron de “antisoviético” y “revisionista”.

De manera que la tarea de revitalizar tanto a Marx como al marxismo resultó complicada para nuestro autor no solo en virtud del carácter policivo de la agenda antimarxista de la época, sino además por la efervescencia revolucionaria de estirpe marxista-leninista en Latinoamérica que objetó parte de su obra. Por tanto, más que un riesgo personal, también representó todo un desafío académico para nuestro joven filósofo, dada las corrientes filosóficas que han impugnado la obra del marxismo en general y de Marx en particular, como desde el positivismo lógico, por ejemplo. Aún hoy, uno y otro causan escozor dentro de ciertos escenarios académicos y políticos.

En cualquier caso, la erudición de Silva sobre Marx fue incuestionable incluso para sus adversarios. En virtud de su amplio conocimiento de la obra del pensador alemán fue reconocido en algunos círculos académicos e intelectuales, tanto dentro como fuera de Venezuela, como uno de los estudiosos latinoamericanos más audaces y rigurosos acerca del autor de *El Capital*; razón por la que Nildo Ouriques (2010) dirá que: *Ludovico es para Venezuela lo que Mariátegui para el Perú*. En efecto, buena parte de su quehacer filosófico se basó en el estudio de algunas de sus categorías y conceptos, como los conceptos de alienación e ideología que fueron clave en el desarrollo de su obra.

Sobre el tema particular de la ideología, que ocupó su atención durante muchos años y que además es la clave del concepto de *plusvalía ideológica*, Calles-Santillana (2013) señala que “el rol principal de Ludovico Silva disminuyó (...) dado que su trabajo dejó de ser relevante toda vez que este abandonó su preocupación por la ideología y la comunicación” (p. 2); al mismo tiempo, admite la *injusta desaparición de sus contribuciones de la escena académica*, sobre todo en el estudio de la teoría de la comunicación ligada a la ideología.

Si bien en sus últimas obras, como en su ensayo *En busca del socialismo perdido* (1988), la alusión al concepto de ideología siguió teniendo fuerza, ciertamente no se desarrolló de manera sistemática como un corpus teórico a manera de teoría general. Efectivamente, su preocupación intelectual giró en torno a la configuración de una *Teoría general de la ideología*, especialmente al advertir que esta no había sido elaborada por Marx ni por el marxismo; no obstante, ese cometido teórico tampoco pudo concretarse en nuestro filósofo, al menos como unidad temática.

Desde el punto de vista pedagógico y político, su esfuerzo por estudiar la ideología, que según Guzmán (2011) ha sido un *tema problemático* dentro del marxismo casi convertido en *obstáculo epistemológico* en estudios posteriores sobre la obra de Marx, fue una labor ardua e inquietante que le causó la animadversión de los *marxistas escolásticos*, porque seguramente estos veneraban a un Marx petrificado: “Posiblemente los marxistas (...)—continúa diciendo Guzmán— andaban como los cristianos medievales (...), martillo en mano mutilando el sexo de las estatuas” (p. 20). Por esa misma razón, arguye que lo que para la ortodoxia marxista se trató de mero revisionismo, para otros autores, entre los que incluye a Silva, se trató del rescate de un

Marx relegado a las mediaciones interpretativas y manualescas: ¡Había que leer a Marx desde Marx, y había que leerlo desde nuestra latinoamericanidad!

En esta reinterpretación de Marx, Silva (2008) se dedicó a fustigar aquello de la *ideología revolucionaria* o el materialismo dialéctico como la filosofía de Marx, insistiendo en calificar de “absurdas” y “contradictorias” algunas expresiones leninistas tales como *la ideología revolucionaria* o la tesis que presenta al marxismo como *la ideología de la clase obrera*, así como también *la célebre toma de conciencia ideológica*, entre otras:

Y esto sí que no está dispuesto todo el mundo a aceptarlo, sencillamente porque provoca una especie de vacío súbito en toda una tradición del comunismo contemporáneo, que no por azar es un “comunismo” que en muchos importantes aspectos no sólo no está basado en Marx, sino que en ocasiones lo contradice flagrantemente. (Silva, 2008, p. 24)

En esta misma dirección, Silva afirmará que: “Marx no creó su teoría de la sociedad capitalista como un sistema filosófico dotado de categorías intemporales; por el contrario, creó un método de investigación dotado de un doble conjunto de categorías” (2013, p. 19), como la ley de la plusvalía y *la lucha de clases* para explicar con ellas la dinámica del capitalismo; por tanto, mal haríamos en confundir su método con una [su] filosofía. Y dirá más aún:

En su tesis once, Marx nos dice que los filósofos hasta ahora no han hecho más que interpretar variadamente el mundo; pero no nos dice que sean los filósofos quienes tienen que emprender la tarea urgente de transformarlo, cambiarlo, revolucionarlo, transustanciarlo (*verändern*) (...) Para Marx no se había acabado el destino de la filosofía; esta debía en todo caso transformarse ella misma para poder contribuir a transformar el mundo (...) Para que una filosofía o un pensamiento pueda contribuir a la transformación revolucionaria del mundo, es preciso que

previamente, en la fase de interpretación (...) logre una unión esencial entre los postulados teóricos y la práctica social que pretende interpretar y transformar. (Silva, 2013, p. 25)

De esta manera, y sin negar el ejercicio teórico e interpretativo de la filosofía, nuestro autor retoma la relación dialéctica teoría – praxis [como necesidad] de la que diera cuenta Marx, expresando con ello su visión del quehacer filosófico:

Si los filósofos quieren estar a la altura de los tiempos (...), tienen que acompañar su necrofílica manía de interpretar textos pretéritos con una minuciosa investigación de las condiciones sociales de nuestro tiempo. Este es el imperativo categórico de Marx, que ya ha dejado de ser de Marx para formar patrimonio del pensamiento humano. (Silva, 2013, p. 25)

En relación a la obra general de Silva y en particular sobre su posible influencia dentro de la teoría marxista, Nildo Ouriques (2010) señala que el marxismo latinoamericano tiene una deuda intelectual con quien considera un hereje teórico y lector tardío de Marx, principalmente la discusión sobre su aporte como hombre de cultura y de ideas que, sobre la base de los acontecimientos del recién entrado siglo XXI y los procesos de transformación sociopolítica que trajo consigo en América Latina, merece ser rescatado.

Asimismo, afirma que, desde su primer libro, *La plusvalía ideológica*, y más aún, con *Teoría y práctica de la ideología*, Silva planteó uno de los temas más importantes del mundo moderno y núcleo racional de la obra de Marx, el tema de la alienación, que sigue siendo un signo distintivo en el capitalismo neoliberal de nuestro tiempo. Por tanto, insiste en su estudio bajo la consideración de que su trabajo no ha sido totalmente descubierto, ya que una parte importante

de su obra ni siquiera fue publicada, es inédita; por ejemplo, su libro *Primeras categorías, Nuevas categorías: totalidad y enajenación en América Latina*.

Para concluir con este aparte sobre algunas generalidades de nuestro autor, destacamos el hecho de que su vida estuvo dedicada a la docencia universitaria y a la investigación, así como a su permanente relectura del marxismo como punto de partida para la institución de un pensamiento crítico en Latinoamérica. Además de su condición de prolífico escritor, logró destacarse también como músico aficionado; políglota, leyendo a Marx directamente en alemán, por ejemplo. A su vez, participó notablemente en varios ámbitos de la cultura de su país como fundador y miembro de juntas editoriales de importantes revistas; en la radiodifusión incursionó como productor y locutor del programa *La palabra libre*; fungió como director del Ateneo de Caracas durante cuatro años consecutivos (1964 – 1968), lo que contribuyó a legitimarlo como *uno de los intelectuales más importantes del siglo XX en Venezuela*.

Finalmente, compartimos algunos títulos de sus obras con el objetivo de invitar a su lectura, resaltando que buena parte de estas fueron reeditadas en la República Bolivariana de Venezuela. Entre estas, tenemos: *La plusvalía ideológica* (1970); *Sobre el socialismo y los intelectuales* (1970); *El estilo literario de Marx* (1971) –su libro preferido, según Ouriques–; *Marx y la alienación* (1974); *Antimanual para uso de marxistas, marxólogos y marxianos* (1976); *La alienación en el joven Marx* (1979); *Contracultura* (1980); *La soledad de Orfeo* (1980); *Humanismo clásico y humanismo marxista* (1982); *Filosofía de la ociosidad* (1987); *La interpretación femenina de la historia y otros ensayos* (1987); entre otros, siendo *La plusvalía ideológica* y *Teoría y práctica de la ideología* las fuentes de primer orden en el presente trabajo de investigación.

Introducción: la plusvalía ideológica, ¿del plusvalor al *pluscontrol*?

“(…) si se quiere descubrir el genuino sentido marxista del vocablo ideología, es preciso investigar a través de cuáles medios se forma en el hombre contemporáneo ese sedimento de representaciones y creencias en que consiste su ideología.”

Ludovico Silva: La plusvalía ideológica.

El concepto de plusvalía ideológica fue introducido en la década del setenta por el filósofo marxista Ludovico Silva, quien hizo de la obra de Marx una de sus principales preocupaciones intelectuales con las que desarrolló una obra más prolífica que extensa. Según el filósofo Juan Nuño (2011), el objetivo de Silva fue procurar mostrarnos a un Marx que no se agotaba en las viciadas interpretaciones de sus críticos ni en la de algunos marxistas que habrían esclerotizado su pensamiento. En este sentido, se habla de la revitalización de Marx y de la reproblematicación de algunos conceptos clave en su obra, como los conceptos de alienación, ideología y plusvalía, triada con la que Ludovico sintetiza su constructo intelectual.

De acuerdo al análisis ludoviquiano, la plusvalía es interpretada no solo como una categoría económica que se expresa dentro del proceso de acumulación capitalista, sino también como una categoría cultural, política y sociosimbólica desarrollada en el proceso de *acumulación de conciencias*, cuyo *telos* se orienta a la *perpetuación* del capitalismo. De este modo, la plusvalía ideológica se nos presenta como el sustrato simbólico de los distintos sistemas hegemónicos cuyo fin es su reproducción sistémica.

A juicio del filósofo Nelson Guzmán (2011), este concepto aparecido en el primer ensayo homónimo de Silva, *introduce un hito trascendente en la filosofía*, y en esto juega un papel

importante la claridad y estilo literario de su autor: “La importancia de ese texto –nos dice– está encaminada a examinar el mundo de las ideas y la fuerza de estas en la planificación y desarrollo del proceso social” (p. 18); especialmente, en la configuración de relaciones de dominación a partir de estas *ideas dominantes*.

Para tratar de comprender esta categoría es necesario reexaminar junto a nuestro autor algunas generalidades de los conceptos ideología y plusvalía en Marx. De acuerdo al enfoque metodológico de Silva, el concepto de plusvalía no será abordado en su compleja dimensión concreta, esto es, en el proceso social del trabajo, sino que más bien se explicitará su carácter ontológico y teleológico, es decir, su naturaleza acumulativa en función de generar un sistema mucho más fuerte creador de riqueza y capital [cultural/político], lo que según nuestro autor garantiza la reproducción o perpetuación de un determinado sistema al robustecer su poderío y hegemonía.

En este punto hacemos una precisión importante. Tanto en *La plusvalía ideológica* como en *Teoría y práctica de la ideología*, Silva no utiliza la categoría gramsciana de hegemonía –que hemos decidido emplear de manera genérica en nuestro trabajo de investigación–; en su lugar, apela al concepto marxista de alienación como expresión cultural y política dentro del orden sistémico del capitalismo, concretamente, a la “alienación ideológica”.

El concepto de hegemonía, que según el análisis gramsciano se nos presenta a grandes rasgos como la capacidad de dirección intelectual y moral de una clase, nos resulta más preciso que el de alienación ideológica para comprender los alcances de la plusvalía ideológica, por cuanto este está configurado más como una modalidad *necesaria* dentro del ejercicio de poder y no

como una expresión resultante de este; en este caso, la alienación ideológica se nos presenta como efecto y no como causa del proceso de dominación o explotación.

Ahora bien, hemos dicho hasta ahora que la comprensión del constructo ludoviquiano pasa por el esclarecimiento del concepto de ideología, por eso resulta importante la observación de Nuño (2011:13) en el sentido de señalar que una de las mayores dificultades interpretativas en relación a este término fue haber caído en *la trampa analítico-estructural*, es decir, haber tomado el concepto en su estricta singularidad situada en corrientes epistemológicas y metodológicas que al privilegiar la etimología, por ejemplo, no atendieron su carácter diacrónico; esto es, en relación a la evolución y/o distintos tratamientos del concepto en el devenir histórico, como la labor de quien disecciona un cuerpo para su estudio tomando solo una parte de este, con lo que se niega sus posibilidades de interacción con el todo en tanto sistema.

De modo que la tarea de nuestro autor será, por un lado, analizar el término de ideología en sus distintos matices y en relación a cada uno de los contextos en que fue empleado; y, por otro lado, señalar cómo este se interrelaciona con el concepto de conciencia, asumiendo –junto a Marx– que la ideología no es más que *falsa conciencia* y por tanto su valoración resulta negativa al ser asumida como una *verdad impuesta*. Según la interpretación de Silva (2008, 2011), la ideología es caracterizada como un *sistema de representación de la realidad* que pretende dotar de sentido a la misma a partir de un *conjunto de ideas preestablecidas* o de *un lenguaje impuesto*, sobre todo a partir de los medios de comunicación.

Es en virtud de su crítica de “los medios de comunicación” que tejimos nuestra hipótesis de trabajo, en el entendido de que la plusvalía ideológica opera de modo antitético en la construcción de una filosofía de la comunicación que dé cuenta de una conciencia no enajenada; a partir, precisamente, de los discursos hegemónicos impuestos desde una racionalidad mediática que, de acuerdo al análisis de Rocco Mangieri (2013), se suceden por los *modos de producción de sentido*.

Otra precisión resulta necesaria en este punto. Tanto en La plusvalía ideológica como en Teoría y práctica de la ideología, nuestro autor hace referencia a “los medios de comunicación”, principalmente a la televisión, y no a términos como mediática o racionalidad mediática, que hemos decidido incorporar en nuestro análisis, a pesar de no tener un amplio desarrollo filosófico sí nos permiten aprehender el concepto ludoviquiano.

Para intentar dilucidar este problema, el entramado que resulta de la diada ideología-plusvalía en relación a la crítica de los medios de comunicación, Silva se apoya, entre otros, en el lenguaje, al afirmar que su *acción* apunta a *generar o producir* procesos simbólicos –como podrían ser las representaciones de “La Realidad”, de “El Poder” o de “La Cultura”, por ejemplo– que son, a su vez, generadores de plusvalía ideológica en tanto mecanismo de poder que posibilitan no una relación de enajenación, como ocurre en el proceso social del trabajo (Marx), sino donde opera una aparente alteridad (Marcuse) en la que no se expresa esa suerte de extrañeza de quien produce una obra que no le pertenece, o en otras palabras, un proceso de “identificación” no consciente.

Silva patentiza la *alienación ideológica* al advertir que más allá de la explotación puesta de manifiesto en la plusvalía [material], existe otro fenómeno igual de complejo y no tan visible “cuyo objetivo” es garantizar el *statu quo* del sistema, no necesariamente capitalista, lo que al mismo tiempo deja entrever su crítica radical al *socialismo real* de la “era estaliniana”, especialmente por su *papel encubridor* que permitió procesos de ideologización a través de la censura de autores y textos críticos, así como por la interpretación sesgada o tergiversada de los postulados de Marx.

En el desarrollo de su concepto, Silva (2011a) muestra como dentro de las relaciones de producción, caracterizadas negativamente como explotadoras y alienantes, se pone de manifiesto el doble carácter de la plusvalía, tanto material como espiritual: *La misma estructura social que determina las relaciones materiales es la misma que determina las relaciones espirituales*. En este orden de ideas, explica que:

Así como el trabajo material es un *valor* del cual puede extraerse, dentro de las relaciones capitalistas de producción, un plusvalor o plusvalía, del mismo modo en la “producción de la conciencia” (Marx) funcionan valores de los cuales es posible extraer plusvalor o plusvalía. (Silva, 2011a, p.188)

Asimismo, afirma:

El capitalista se apodera de una parte del valor de la fuerza de trabajo que en realidad pertenece al dueño de la fuerza de trabajo; del mismo modo, *el capitalismo –a través del control de las comunicaciones masivas y de la “industria cultural”– se apodera de buena parte de la mentalidad de los hombres, pues inserta en ella toda clase de mensajes que tienden a preservar el capitalismo*. (Ibid., p. 180. El subrayado es nuestro)

De acuerdo a estos argumentos, Nuño (2011) pondrá el acento en la ruta hacia dónde se encaminaba Marx: *La construcción de una sociedad desalienada*, donde fuese superable la cosificación del hombre y la mujer en tanto mercancías. Por esta razón, el concepto de plusvalía ideológica tiene esa carga negativa para Silva, por cuanto promueve y sustenta la alienación como expresión de control cultural/social desde los medios de comunicación, lo que en términos althusserianos se constituye como “aparatos ideológicos” [del Estado] o en la “industria cultural” de la que diera cuenta la Escuela de Frankfurt a través de Theodor Adorno, por citar dos casos singulares referenciados por Silva en su obra.

En ambos casos, se percibe una lectura negativa de los medios de comunicación en los que se presentan unilateralmente como una suerte de dispositivos de control y/o dominio de un grupo social, clase o sistema sobre otro en la construcción de su hegemonía, sin posibilidades de perfilar procesos de resistencia como forma de acción política, en nuestro caso de análisis, en la disputa por el poder mediático. Esa suerte de racionalidad mediática tiene como soporte distintos mecanismos orientados a un proceso de *generación de ideas* para “imponer opiniones y maneras de ser”, entendiéndose como un proceso de condicionamiento mental-social de carácter acrítico y homogenizado. Sobre esto, Silva (2011) advierte:

En nuestros tiempos, la extracción de plusvalía material tiene su soporte en la extracción de plusvalía ideológica. El capitalismo material necesita del capitalismo ideológico, que puede definirse como la acumulación de conciencias y lealtades ideológicas hacia el sistema, lo cual redundará en beneficio material para el mismo. Es la gran labor que cumplen en nuestro medio los medios de comunicación. (Silva, 2011b, p. 20-21)

Este proceso teleológico que Silva atribuye a los medios de comunicación, supone la existencia pasiva de un sujeto inmutable y permeable negado en su praxis política; lo que de algún modo legitima el despliegue de una *plusvalía deseante* o *plus de goce* como certeza que garantiza la inmanencia de un sujeto anclado en su plus de gozar como renuncia a una lucha –en tanto pulsión de muerte– que le otorgaría más infelicidad o infortunio que liberación.

Dentro del orden sistémico de dominio capitalista, paradójicamente se configuran puntos de fuga que parecen haber escapado del análisis de nuestro autor, al menos como posibilidad contrahegemónica. En este sentido, nuestro trabajo no es más que una reinterpretación en clave crítica y descriptiva del concepto de plusvalía ideológica, proponiendo matizar su comprensión con la incorporación de categorías que se entrecruzan o imbrican¹, como las de racionalidad mediática o filosofía de la comunicación.

En relación con la metodología, nuestro trabajo está definido por su carácter bibliográfico, descriptivo e interpretativo, para tal fin nos hemos apoyado en dos de las obras ensayísticas de Silva que atienden la diada ideología-plusvalía con respecto a la crítica de los medios de comunicación: *La plusvalía ideológica* (1970: 2011) y *Teoría y práctica de la ideología* (1971: 2008); además de incorporar en un segundo plano otras obras del autor que nos servirán de apoyo en el desarrollo del tema.

¹ Una de las claves metodológicas para ampliar el análisis de este concepto en la contemporaneidad consiste en hacer tales desplazamientos y entrecruzamientos con otras categorías. Por ejemplo, encontramos algunas coincidencias, que decidimos no ampliar en este trabajo, entre la plusvalía ideológica y el concepto de psicopolítica desarrollado en el 2014 por Byung-Chul Han. Ambas apuestas conceptuales, si bien desde marcos epistémicos distintos, permiten una crítica al capitalismo neoliberal con el cuestionamiento de la “libertad” del sujeto, al estar sujeto a condiciones de autoexplotación que permiten el robustecimiento del sistema. A diferencia de Silva, Han incorpora la emoción como uno de los ejes sobre los que gira este proceso de extrañamiento del Otro o de identificación no consciente en el caso de Marcuse-Silva.

En cuanto a la caracterización de la ideología en relación con el poder y la praxis discursiva, nos hemos basado en los trabajos de Ana Irene Méndez (2004) y Fidel Canelón (2009); mientras que, en relación al análisis crítico de los medios de comunicación, lo hemos hecho a partir de los trabajos de Alberto Calles-Santillana (2013), Luis E. Millán (2012) y Rocco Mangieri (2013).

Para acercarnos al concepto de plusvalía ideológica proponemos su abordaje en dos momentos. El primero, da cuenta del plano significativo construido por su autor, con el que hace algunas referencias a Marx en torno a los conceptos de ideología y plusvalía a modo de explicitar la relación entre estos. En el segundo, intentamos hacer un ejercicio reflexivo a partir de la imbricación de la plusvalía ideológica y la racionalidad mediática con respecto al poder político, para examinar de qué modo estos elementos pueden constituirse en premisas teóricas para la configuración de una (posible) filosofía de la comunicación como praxis liberadora.

Aun cuando plantearse una reflexión sobre el tema de la ideología y sus implicaciones políticas y sociosimbólicas desde la filosofía es una manera de condenarse dentro del ámbito académico de “La Filosofía” hegemónica; no obstante, creemos pertinente este estudio tomando en cuenta sus evidentes implicaciones desde semánticas hasta éticas. De acuerdo a Ana Irene Méndez (2004), este concepto ha sido *relegado a la ciencia política o a la sociología*, y si bien es igualmente considerado como un asunto anacrónico, irrelevante o por fuera de las modas o nuevas tendencias académicas e intelectuales, aun así, sigue empleándose en estos ambientes.

En relación a los discursos políticos, por ejemplo, la llamada “ideología de género” ha tenido un fuerte y decisivo impacto a nivel político-electoral no solo en nuestro país. Así, la

reproblematización de cuestiones consideradas no propias de la filosofía dentro del ámbito de la filosofía dominante, exige volver la mirada y cambiar la forma de mirar otras realidades, reconociendo que la multiplicidad de perspectivas, alentadas por la dinámica social y del pensamiento, ha mostrado que hay que repensar entre otras cosas algunas teorizaciones acerca del tema de Género, dado que algunas corrientes feministas hablan de una ontología femenina mientras otras plantean la deconstrucción de la heteronormatividad expresada en la lógica binaria [heteropatriarcal] en cuando a la reconceptualización del género-sexo.

Otro tanto podemos decir acerca de la reemergencia de alternativas políticas en Latinoamérica, lo que en parte inspiró nuestro trabajo. Algunos cambios sociales y políticos, como el ocurrido en Venezuela a comienzos del siglo XXI, tomaron distancia de la premisa marxista y engelsiana de la lucha de clases con respecto a la toma del poder desde la violencia, asumida como condición *sine qua non* o “motor” para las transformaciones sociales o revoluciones políticas.

Y, por supuesto, la comunicación en su dimensión mediática, contextualizada en la “alienación universal” (Marx: Silva) que constituye tanto a sujetos como a relaciones sociales alienadas, aspecto con el que Silva pone el acento en la *difusión ideológica* por parte de los medios. En definitiva, hay un amplio marco de referencia al que estamos llamadas(os) a responder desde la reflexión crítica y desde *nuestro* tiempo.

Cabe resaltar que la elección de nuestro tema de estudio e investigación estuvo mediado, de manera especial, por la observación y análisis parcial de los distintos procesos o experiencias de liberación en Latinoamérica durante el primer decenio del siglo XXI, observando como buena parte de estos fueron relegados entre las décadas del 60 y 70 del siglo pasado, sobre todo

bajo el influjo de la *Revolución cubana*, al plano político-partidista y militar, desestimando con ello el papel de la praxis intelectual y académica desde la antropología, filosofía, sociología, entre otras disciplinas y su impacto en la cotidianidad como posibilidad de construcción de nuevas realidades desde modos de enunciación y reinterpretación otros, narrativas otras, e incluso, metodologías otras que permitan instituir nuevos modos de vida.

Nuestra experiencia con algunos procesos comunitarios desde la acción participativa en tanto nuevos sujetos políticos y/o sectores sociales, ha venido a dar cuenta de algunas luchas micropolíticas y sus posibilidades de liberación desde otros ámbitos, como el desarrollado desde las artes, la educación y la comunicación alternativa-popular como espacios de resistencia y socialización. De este modo, nos animamos a confesar que nuestro trabajo va antecedido de una amorosa deuda de gratitud con la República Bolivariana de Venezuela, nuestra *patria interina* durante 12 años de exilio, y lo que significó la ofrenda de su suelo fecundo. Vale decir que durante el tiempo comprendido entre los años 2010 al 2014, nuestra participación estuvo ligada a la praxis feminista desde la apuesta comunicacional alternativa emprendida por mujeres, en su mayoría, organizadas alrededor del *Poder Popular*.

Asimismo, se trata de un trabajo como tributo de esperanza por nuestro país, porque, parafraseando al poeta Roque Dalton, *dos patrias tengo yo*. En últimas, se trató de un esfuerzo que conjugó una preocupación intelectual y emotiva, pensado en el sentido de permitirnos la posibilidad de construir una nueva estética política y social desde una realidad otra, desde unos imaginarios distintos a la violencia o la guerra, por ejemplo, que nos permitan *recuperar nuestra propia valía* (Mario Mendoza, 2016) como promesa para edificar una nueva colombianía, postergada por siglos de exclusión y negación sistemática del Otro.

Finalmente, nuestro objetivo es contribuir con el conocimiento de la obra general de Ludovico Silva, para que pueda incluirse a futuro dentro de los estudios de la Filosofía latinoamericana y, a su vez, permitir repensarnos desde la autocrítica en el sentido de contribuir con su estudio al *deshielo* de algunas visiones ortodoxas sobre Marx y el marxismo. Más allá de controvertir sobre su vigencia o no, ubicamos al marxismo dentro de las corrientes críticas de pensamiento conocidas hasta ahora; de modo, pues, que una de las formas de acercarnos a nuestro propósito es a través de un *hereje teórico y marxista heterodoxo* como Ludovico, quien se atrevió a ver a Marx dentro y más allá de sus límites...

I. Alcances e implicaciones, limitaciones y/o críticas del concepto plusvalía ideológica

“Ser capitalista no es ya ser dueño del capital material, sino también del capital ideológico; el capitalismo no solo controla a los hombres económicamente, sino que además los explota ideológicamente. Para decirlo con nuestro vocabulario, coloca en su pre-consiente la imagen del mundo como un mercado, lo convierte en un arsenal de valores de cambio, hace del trabajo espiritual una mercancía.”

Ludovico Silva: La plusvalía ideológica.

En este primer aparte trataremos el concepto de plusvalía ideológica revisando brevemente sus antecedentes y examinando sus alcances e implicaciones, limitaciones y/o críticas. Dado que la literatura disponible acerca de la ideología es tan extensa como variada y compleja, decidimos limitarnos a las observaciones que nos ofrece Silva en los dos ensayos de referencia. Sin embargo, aclaramos que no atenderemos estrictamente a la metodología usada en su libro *La plusvalía ideológica*, en la que dedica los primeros cuatro capítulos a presentar el desarrollo del “vocablo ideología” desde los sensualistas de mediados de siglo XVIII, como Condillac, hasta los teóricos frankfurtianos.

Silva propone un análisis hermenéutico sobre el concepto de ideología, rastreando y haciendo un riguroso análisis crítico de textos sobre algunas cuestiones que si bien no tocan el término propiamente dicho, sí establece relaciones con planteamientos que a su juicio se le asemejan, como la “Teoría de los ídolos” (Bacon), la “ideología como doctrina” (Bonaparte), las “estimaciones valorativas” (Nietzsche), “las creencias” (Ortega y Gasset) y, por último, algunas reflexiones de Sartre, a quien le dedica todo un apéndice (Cap. V). En cada uno de estos casos, ve desplegado negativamente el concepto de ideología. Veamos dos de estos casos de referencia para resumir parte de su análisis hermenéutico.

En cuanto a Bacon, dice:

Lo que para Bacon fueron los *idola*, eso fue la ideología para Marx (...) nunca se ha notado con suficiente vigor que la obra de Bacon constituye propiamente una crítica radical de *la ideología medieval* (...) no criticaba tales o cuales formulaciones teóricas de la Edad Media, sino *la base misma de sustentación ideológica* del pensamiento medieval, centrada en la prioridad de la fe sobre la razón y en la *auctoritas*. (Silva, 2011a, p. 45- 46)

En este sentido, establece una importante distinción:

Hubiera tenido la “ideología” un nacimiento más afortunado si, siguiendo la tradición de Bacon, se la hubiera llamado idolología, nombre mucho más apropiado que el de “ideología” que desafortunadamente tenemos que usar. “Ideología” arrastra las nociones de “idea” y de “logos” que, unidas, asumen un carácter de equivocidad extrema, por su excesiva carga filosófica: prácticamente la filosofía ha estado siempre centrada en esas dos palabras. (Ibid., p. 46)

En cuanto a Nietzsche, a pesar de reconocer lo “descabellado” de establecer paralelos entre Marx y este otro *maestro de la sospecha y psicólogo del desenmascaramiento*, pero con la licencia a filosofar desde la irreverencia que lo caracteriza, se permite decir:

Una proposición central de Marx, a saber, que la ideología está determinada por las condiciones materiales de vida (...), también se halla tiempo después formulada por Nietzsche, cuando escribe: nuestras estimaciones valorativas están en conexión con nuestras condiciones de vida (...) Otra de las tesis fundamentales de la teoría marxista de la ideología es la que puede formularse así: “si cambian estructuralmente las condiciones materiales, cambia la ideología (...) Y Nietzsche escribe: si se transforman éstas [las condiciones de vida], se transforman también nuestras estimaciones valorativas”. (Silva, 2011a, p. 145)

Dicho esto, aclaramos que todas las consultas realizadas, principalmente en *La plusvalía ideológica, Teoría y práctica de la ideología* y *Los riesgos de la ideología* de Ibar Varas (2015),

indican que el término fue introducido en 1801 por el pensador francés Destut De Tracy (1754–1836), discípulo de Condillac, para quien la ideología designa una disciplina dentro de la filosofía destinada a formar la base de todas las ciencias, esto es, la ideología como la ciencia de las ideas. El concepto de ideología ha tenido desde entonces importantes variables, que van desde la *generación precursora* hasta la *generación fundadora*, pasando por la concepción moderna del término extendida a partir de las críticas de Bonaparte, quien consideró a los ideólogos como doctrinarios. (Cfr. N. Abbagnano, 2004).

De acuerdo al análisis de Silva (2011), “es muy posible que el significado despectivo del término ideología provenga del uso que le dio Napoleón” (p. 46); hasta nuestros días este ha sido el enfoque con el que se usa el concepto, conservando así el carácter doctrinario legado de la visión napoleónica, cuya carga semántica posibilitó los posteriores equívocos y mixtificaciones bajo la forma de prejuicios ideopolíticos ligados estrictamente con comunismo y socialismo.

En torno a los significados polivalentes del término, Ana Irene Méndez (2004) presenta una síntesis que se corresponde con “el concepto fuerte de ideología delineado por Bobbio” a partir de la interpretación introducida por Marx, con la que afirma que “la ideología denota las ideas y teorías socialmente determinadas por las relaciones de dominación entre las clases, justifica tales relaciones dotándolas de una *falsa conciencia*” (p. 67); asimismo, la autora enfatiza que la definición de este concepto dependerá, esencialmente, de la ideología de quien define...

En este sentido, la autora de *Democracia y discurso político* pone de presente la fuerte relación entre ideología y poder, señalando que es uno de los problemas clásicos estudiados no solo por

la ciencia política o la sociología, sino por la filosofía desde distintas vertientes. Al respecto, comenta:

Stoppino (1997:756) considera que el concepto fuerte de ideología es importante para el estudio del poder y, por tanto, para el estudio científico de la política. Mediante la comprobación del carácter ideológico de una creencia política pueden establecerse conclusiones significativas de la relación de poder, la conflictividad y la estabilidad a la cual se vincula la creencia. El análisis político, concluye Stoppino, no puede hacer menos que ocuparse del significado fuerte de ideología. (Méndez, 2004, p. 68)

En efecto, Silva (2011) considera a la ideología como un sistema de valores, creencias y representaciones que autogeneran las sociedades con relaciones de explotación: “A fin de justificar idealmente su propia estructura material de explotación, consagrándola en la mente de los hombres como un orden “natural” e inevitable, o filosóficamente hablando, como una “nota esencial” o *quidditas* del ser humano” (p. 30). Por tanto, nuestro abordaje del concepto privilegia la interpretación que asume a la ideología como *sistema de ideas* y como *falsa conciencia* de la que da cuenta Marx, principalmente por ser la clave en la que discurre tanto La plusvalía ideológica como Teoría y práctica de la ideología.

Según Nelson Guzmán (2011), la tesis principal de Silva consiste en señalar que “no es válido utilizar el vocablo ideología dentro del marxismo” (p. 18), por cuanto su “interés fundamental es sujetar la conciencia particular al colectivo” (p.22) y esto denota su carácter manipulador y falseador de la realidad; en su lugar, y siguiendo a Marx, nuestro autor propone usar el concepto de conciencia crítica o praxis transformadora.

Con este breve marco referencial nos proponemos entonces abordar el concepto de plusvalía ideológica, revisando primeramente sus antecedentes para luego examinar sus alcances e implicaciones, limitaciones y/o críticas; claro está, no sin antes negarnos a firmar el acta de defunción de la ideología o “la ideología del fin de las ideologías”. En este sentido, Silva (2008) plantea que se trata de una tesis ideológica en sí misma, que en buena medida se corresponde a la historia accidentada del término producto de la confusión semántica... De ese modo, interpela a los *profetas del fin de las ideologías* (sic), así como a las y los exponentes del fin de las luchas de liberación como su contraparte, diciendo:

El Departamento de Estado de los Estados Unidos tiene entre sus planes uno que llaman la “ofensiva ideológica”, dirigido a la domesticación (...) de los países latinoamericanos en especial: no parece, por tanto, que crean mucho en el fin de la ideología. (Silva, 2008, p. 140)

En otro momento, enfatiza:

La ideología, en lugar de desaparecer progresivamente, se ha incrementado, no sólo con el dominio espiritual de una clase sobre otra, sino a través de un cúmulo de producciones intelectuales destinadas a catequizar y uniformar las conciencias. Se ha instituido la negación de la propiedad privada de los medios de producción, menos la de ese medio de producción tan importantísimo que es el intelecto y la conciencia del hombre. (Silva, 2011b, p. 56)

Antecedentes del concepto plusvalía ideológica

Hay dos premisas que sustentan la tesis de nuestro autor sobre la existencia de una plusvalía ideológica que comparte la totalidad política y socioeconómica con la plusvalía material. La yuxtaposición de la plusvalía material e ideológica dentro de un mismo orden sistémico no solo las contiene, sino que además las explica y posibilita. Es decir, no se concibe la una sin la otra, o lo que es lo mismo, de superarse la plusvalía material no tendría sentido la plusvalía ideológica, esta quedaría igualmente superada en tanto formación histórico-social.

Estas dos premisas constitutivas de la plusvalía ideológica son, por un lado, *la provocadora pregunta* de Maurice Clavel en *Le Nouvel Observateur* (1969): *¿En qué se convierte, por ejemplo, la plusvalía en un mundo de esclavos sin amos?* Pregunta que sirvió de disparador a la intuición intelectual de Ludovico. (Cfr. Silva, 2011a: 153). Y, por otro lado, el concepto de “industria cultural” de Theodor Adorno, que según nuestro autor Silva debió llamarse “industria ideológica”.

Así, el contenido de la frase “un mundo de esclavos sin amos” permitió al filósofo marxista cuestionar la creencia de que la plusvalía solo tuviese lugar dentro de la explotación material propia de la lógica de producción capitalista, particularmente en el proceso social del trabajo. De este modo, Antunes (2011) recupera el análisis de Silva y lo relaciona con el análisis de Mészáros acerca el capitalismo contemporáneo, para aludir a los modos de despliegue de esta plusvalía respecto a las *excesivas jornadas de trabajo* como parte de un mismo proceso socio-metabólico del capital. El consumo excesivo de estas *energías corporales* del trabajador actual

lo superan en tanto cuerpo social, en la medida en que su corporalidad total es igualmente consumida en la producción de sus propios modos de vida, de su vida misma.

En efecto, para Silva la plusvalía es un proceso que trasciende la materialidad de los cuerpos explotados, por ello pensará en la existencia de una *explotación espiritual o psíquica* paralela en la que, dado el proceso de alienación ideológica, no es perceptible este nivel de explotación por parte de los sujetos alienados. Cabe anotar que Silva usará indistintamente el concepto de plusvalía ideológica, espiritual o psíquica en el curso de su obra.

Su intuición sobre el doble carácter de la explotación permitió al filósofo marxista entrever ese otro plano en el que se expresa la plusvalía, el ideológico; precisamente por las formas que adquirió el capitalismo contemporáneo (en su tendencia neoliberal). En relación a esto, Silva (2011) plantea que:

Ya Marx a propósito del nacimiento de la Gran Industria, avizoró la importancia que tendría la *expansión creciente de los medios de comunicación*; pero si hubiera podido tener conocimiento de las *inmensas posibilidades de control ideológico que representan los medios como la radio y la televisión*, sin duda habría formulado una tesis sobre este tema. (Silva, 2011a, p.185. El subrayado es nuestro)

A partir de este análisis, Silva (2011) presenta su concepto “como instrumento intelectual imprescindible para poder realizar verdaderamente un análisis marxista del capitalismo actual y del subdesarrollo en especial” (p. 185), y como resultado de esta observación propone ampliar o precisar el término de industria cultural al de industria ideológica, por ser esta el lugar social de la producción. En este orden de ideas, asume a la industria cultural *dentro* de la misma lógica

económica del capitalismo; o, dicho de otro modo, consustancial al sistema productivo desde el plano económico que, a pesar de su tipicidad o aparente especificidad, es igualmente reproductor de ideología aun cuando se trate de procesos aparentemente “no culturales”, como ocurre con la elaboración de tornillos o refrescos, para usar los dos ejemplos de nuestro autor. En ambos casos, opera un mismo proceso de re-producción del capital económico y cultural, concluyendo que tanto en la *industria material* como en la *industria ideológica* el fin es *presentar el mundo como un mercado de mercancías*:

Se trata, en primer lugar, de una *industria*: industria material, como cualquier otra industria capitalista, con sus relaciones de producción y su plusvalía material: una de las ramas industriales del capitalismo contemporáneo. Pero, además, es cultural: se dedica a la producción de toda suerte de valores y representaciones (“imágenes”) destinadas al consumo masivo, o sea: es una industria ideológica, productora de ideología en sentido estricto, destinada a formar ideológicamente a las masas: dotarlas de “imágenes”, valores, ídolos, fetiches, creencias, representaciones, etc., que tienden a preservar al capitalismo. (Silva, 2011a, p. 212)

En este sentido, Silva (2011a) argumenta que el término plusvalía ideológica es un “nombre audaz acaso soñado por Marx” (p. 115), ya que el pensador alemán vislumbró una categoría semejante para significar el papel de la ideología dentro del capitalismo, a la que le otorga la capacidad de interferir en el *proceso psíquico* de los hombres al ser estos dominados por *abstracciones* producidas por *las clases dominantes*.

Como forma de probar su hipótesis, Silva (2011a) se apoya en uno de los enunciados planteados en El Capital donde se pone de manifiesto cómo “el régimen de producción de la vida material condiciona todo el proceso de la vida social, política y espiritual” (p. 81). Dentro de este proceso, el filósofo marxista asigna un lugar a la alienación ideológica, del mismo modo en que para

Marx la alienación se expresa en el trabajo o en el proceso productivo, especialmente con la generación de plusvalor. Veamos:

Las clases dominantes segregan naturalmente su propia ideología e impregnan de ella a todas las relaciones sociales. Así, hacen aparecer al valor de cambio como el objetivo último de la economía de la sociedad, cuando en realidad ese papel le corresponde al valor de uso. También hacen que los individuos no se sientan sometidos por relaciones reales, materiales, de dependencia, sino por abstracciones, por ideas. Es un típico fenómeno de alienación ideológica. (Silva, 2006, p. 220)

Dentro de esta lógica de producción capitalista en la que se presenta al hombre como un ser alienado de sí mismo (Marx), Ludovico –siguiendo a Marx– insiste en que la finalidad de este proceso es el hombre mismo. No solo el hombre concreto es el objetivo último de la producción, sino que lo es también en su dimensión cultural, política y sociosimbólica, de ahí su raigambre hegemónica en la medida en que se plantea la supremacía de una *clase dominante* mediante su capacidad/efectividad de dirigir a través de *abstracciones* [ideas, teorías] al conjunto de la sociedad.

A través de estas disquisiciones, Silva (2011) se pregunta: “¿Cómo encaja un concepto como el de plusvalía ideológica dentro de una Teoría general de la ideología desde el punto de vista marxista”? (p. 118). Medio siglo después de formulado tanto el concepto como la pregunta, ni la respuesta ni la formulación de dicha teoría han sido preocupación de quienes se llaman así mismas(os) marxistas. No obstante, en relación a su propuesta conceptual, Millán Arteaga (2012) responde críticamente con una interpelación “directo a someter a escrutinio la coherencia de su concepto” (p. 5), caracterizando su interpelación como *la crítica seria* que Silva esperó

toda su vida, como veremos más adelante donde trataremos de acercarnos a las limitaciones y/o críticas del concepto.

Antes de intentar adentrarnos en los alcances e implicaciones de la plusvalía ideológica, revisemos la observación general que hace Silva (2011) sobre su concepto:

Lo primero que salta a la vista es la presencia de dos planos o zonas de significación. Por una parte, se trata de plusvalía, o sea una realidad material, concreta y mensurable que resulta, como explica Marx, de considerar la fuerza de trabajo como mercancía. Por otra parte, se trata de una *plusvalía ideológica: se refiere a la ideología, esto es, una realidad subjetiva, espiritual, cuyo lugar es la mente de los hombres, aunque socialmente pueda considerársela como un hecho objetivo*. (Silva, 2011a, p. 180. El subrayado es nuestro)

Asimismo, explica:

No está demás aclarar (...) un punto relativo al uso que (...) en particular hacemos del término “plusvalía”. El uso que nosotros hacemos de este término nuclear de la teoría marxista no pretende diferir, en nada esencial, del uso practicado por Marx en El Capital (...) Sin embargo, utilizamos el vocablo en su sentido más general y amplio, independizándolo de sus expresiones más concretas. Lo mismo hacemos con el término “trabajo” y con aspectos del mismo como el “valor de uso” y el “valor de cambio”; y, en fin, también tomamos a la relación hombre-mercancía en toda su amplitud, lo cual, creemos, nos autoriza para descubrir esas relaciones, y el sentido de aquellos términos, en esferas distintas a las de la vida material. (Silva: PI, 2011, p. 180)

Examinemos, pues, cada una de estas aristas en las que se despliega el concepto, atendiendo a sus alcances e implicaciones en un primer momento, para luego pasar a sus límites y/o críticas.

Alcances e implicaciones del concepto plusvalía ideológica

Ludovico nos guía por la ruta accidentada de la retórica para hallar en los bordes de su problemático constructo los elementos que ayuden a aprehender/penetrar su núcleo central, que pasa por su intento de esclarecer cómo opera en lo subjetivo ese *sedimento ideológico* de la plusvalía ideológica. ¿Qué la hace posible? La respuesta nos resulta esquiva.

De la analogía al psicologismo

Para explicar la plusvalía ideológica, Silva (2011a) se apoya en enunciados desde marxistas hasta freudianos. En principio, acude a la analogía para decirnos que su concepto “tiene en apariencia una estructura analógica” (p.180), del mismo modo que el concepto de ideología aparece explicado por Marx como *reflejo* y en otros momentos como *expresión*, siendo esta última formulación metafórica la más fuerte.

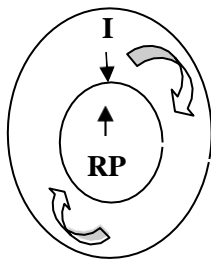
Aunque la analogía no hace referencia necesaria o forzosamente a un precepto que cierra una proposición en lo que esta es o pretende ser desde el punto de vista funcional, como ocurre en la lógica, por ejemplo; en nuestro caso se amplía como fenómeno explicativo, o si se quiere, como recurso retórico, literario o también como una cuestión de estilo, al que nos han acostumbrado filósofos como el propio Marx o Nietzsche sin que por ello la analogía quede desprovista de su carga epistemológica. De este modo, Silva no formula una teoría exhaustiva, inequívoca o suficiente que determine “la naturaleza” de su concepto, sino que nos presenta la

analogía como posibilidad hermenéutica puesta de presente en la construcción de sentido de la plusvalía ideológica.

En relación al manejo metodológico de la analogía del reflejo-expresión enmarcado en el análisis marxista de la ideología, Silva (2013) aclara que “la *teoría del reflejo* fue introducida por Engels y repetida por todos los manuales soviéticos de marxismo” (p. 73), razón con la que explica la visión dicotómica y distorsionada con la que se construyó parte de esta teoría. En el caso específico de la metáfora de “el lente de la cámara oscura” o la del “taller oculto de la producción” empleadas por Marx para hablar de la plusvalía, Silva afirma que en ellas se encuentra el fermento de la crítica y la autocrítica; por la que Marx deja de lado la analogía del reflejo al considerar más precisa la de *expresión (Ausdruck)*. En tal sentido, la ideología es expresión de las condiciones materiales de existencia y no el reflejo de estas.

De acuerdo a esta distinción, Silva (2011a) establece que la plusvalía ideológica es expresión de la plusvalía material, y esta relación que se fundamenta, a su vez, en una analogía que “se resuelve en una especie de circularidad” (p. 181), de donde resulta que las relaciones de producción (RP) engendran su propia ideología (I) y ésta, al mismo tiempo, permite la preservación de las relaciones de producción. Se trata, pues, de una relación que tiene lugar dentro de un ciclo continuo y ascendente hacia nuevas formas productivas.

Gráficamente, entendemos este concepto/proceso así: $RP \rightarrow I \rightarrow RP \rightarrow \infty$



Visto de este modo, interpretamos que para nuestro filósofo todo comienza y termina *ad infinitum* en las relaciones de producción. Relaciones que, siguiendo los postulados de Marx, son el “determinante fundamental” de la existencia. Según Silva, esta relación analógica y circular que ocurre tanto en el *plano material* como el *espiritual* se manifiesta en la misma metáfora empleada por Marx referida al taller oculto de la producción, esto es, en la producción de la conciencia.

En este sentido, la hipótesis de Ludovico (2011a) consiste en plantear que: “Así como en el taller de la producción material capitalista se produce como ingrediente específico la plusvalía, así también en el taller de la producción espiritual dentro del capitalismo se produce una plusvalía ideológica” (p. 181), por tanto su *telos* se orienta a fortalecer y enriquecer el capital ideológico del capitalismo, capital que, a su vez, tiene como finalidad proteger y preservar el “capital material”...

Con respecto a este permanente proceso dialéctico, que en Marx ocurre dentro del trabajo, Silva (2011a) advierte que: “Lo que al *trabajo físico* es la plusvalía material, eso mismo es al *trabajo psíquico* la plusvalía ideológica” (p. 184-185). En ambos casos, se cumple para nuestro autor la función relacional de la analogía con la que se explicita el concepto de plusvalía ideológica,

pero no precisamente al establecer el lugar donde se expresa tanto la plusvalía material (trabajo físico: TF) y psíquica (trabajo espiritual: TE), sino que la implicación está dada en la “determinación” de una y otra, es decir, en las relaciones de producción (RP) y no en el conjunto de términos comunes.

En tal sentido, la expresión gráfica que nos resulta ahora para aprehender el concepto es la siguiente:

$$\frac{TF}{RP} : \frac{TE}{RP} \longrightarrow \frac{TF}{RP} : \frac{TE}{RP} \infty$$

Ahora bien, parte de nuestras inquietudes en relación a esta *extracción de trabajo psíquico excedente* del cual nos habla Silva –que ocurre durante el tiempo libre–, no debe entenderse como la hipóstasis de la plusvalía ideológica, sino más bien sobre la base de la pregunta que hemos formulado anteriormente, a saber: ¿cómo logra *extraerse*, en el plano *espiritual*, ese *excedente* del trabajo psíquico? Se ha insistido en que la plusvalía se expresa en el capitalismo a través de la venta de nuestra fuerza de trabajo para la producción de mercancías; pero, ¿dónde o cómo se expresa, en lo concreto, en cada individuo, esta “extracción de su trabajo síquico”? La respuesta no resulta tan sencilla.

A lo largo de su disertación, Silva va dejando algunas claves que nos permiten comprender qué entiende por trabajo psíquico y de qué manera este se relaciona con la plusvalía ideológica. Al desentrañar las implicaciones de su concepto, y en el entendido de que dentro del orden sistémico del capitalismo opera la plusvalía como su culmen productivo, pregunta:

¿Cómo está constituida y cómo habrá de llamarse, en el capitalismo actual, la expresión ideológica de la producción material de plusvalía? Siendo esta nada menos que la diferencia *específica* de la producción capitalista, ¿no ha de tener su justificación dentro del sistema?

¿Cómo procede concretamente el capitalismo para justificarse a sí mismo en las mentes de los hombres? ¿Con argumentos racionales quizá, o más bien mediante presiones dirigidas a capas mentales no conscientes, terreno abonado para crear *la ilusión de ser el hombre quien justifica al sistema, y no el sistema que se justifica a sí mismo desde dentro del hombre?* ¿Qué y cómo ocurre en la mente de los hombres el llegar verdaderamente a interiorizar la creencia, *específicamente ideológica*, de que el mundo es un mercado de mercancías o, parodiando a Hobbes, de que *homo homini mercator?* (Silva, 2011a, p. 184)

Obsérvese que estas preguntas las formuló el filósofo venezolano previo a la década de los 80 del siglo pasado, cuando se producían o se daban a conocer en nuestro continente los avances de las investigaciones neurocientíficas con las que la neurolingüística, por ejemplo, habría arrojado otras luces para la formulación del concepto; sin embargo, la mayor referencia de nuestro autor es la teoría psicológica de Freud, de modo especial la teoría del inconsciente y el método psicoanalítico.

En este punto, como veremos a seguidas, Silva conjuga las implicaciones del concepto de trabajo y plusvalía en Marx, transversalizados por las categorías de *valor de uso* y *valor de cambio* tomadas en su generalidad; igualmente, recurre a los alcances de la industria cultural y el desarrollo del capitalismo contemporáneo para vincularlos a la trama psicológica y política donde se dimensiona la alienación, que es su finalidad en tanto control hegemónico de los sujetos alienados. Al respecto, afirma:

Así como en el plano material la plusvalía descrita por Marx ha conservado sus rasgos esenciales en el capitalismo imperialista de nuestro siglo, en el plano ideológico se produce hoy una

plusvalía que conserva los mismos caracteres escabrosos que tenía la plusvalía material. (Silva, 2011a, p. 185)

La referencia al término de *escabroso* da la clave para indicar el carácter doblemente explotador de la plusvalía y su resultado correlativo en la alienación, en tanto expresión de los procesos de expansión ilimitada del capitalismo en la construcción de su hegemonía. Según la caracterización de Silva, se trata de un proceso que pasa necesariamente por el dominio de la *psiquis* de los individuos, como forma de control social a través del *condicionamiento mental*.

En este orden de ideas, nuestro autor prosigue su exposición fortaleciendo la concepción marxista de las determinaciones fundamentales, tanto de la plusvalía material como de la ideológica. Leámoslo en palabras del propio Ludovico Silva (2011a), que citaremos en extenso:

Entre la realidad material y la realidad espiritual que decimos análogas sí existe una determinación, pues la realidad material, que se explicita como estructura social, determina dialécticamente a las formaciones ideológicas. En efecto, *se establece un diálogo entre ambas realidades, una intermediación, pues la ideología puede, a su vez, incidir decisivamente sobre la estructura social*. De modo, pues, que nuestro concepto implica más que una analogía; está basado en el diagnóstico científico que da Marx de la sociedad capitalista, en cuya estructura tienen lugar unas determinadas relaciones de producción en la ideología, donde, a su vez, hay producción de plusvalía ideológica. (Silva: PI, 2011, p. 186. El subrayado es nuestro)

Silva establece una distinción importante con la que advierte que, si bien estas determinaciones son posibles en el origen y desarrollo de lo que en la teoría marxista se concibe como la *conciencia social*, esta tiene, a su vez, la capacidad o facultad de reproducirse a sí misma, esencialmente por ese *sedimento ideológico* que nuestro autor ha venido dilucidando y con lo que deja entrever el carácter autónomo de la conciencia con respecto a las determinaciones

históricosociales. Pero dejemos esta cuestión de la autonomía de la conciencia en un campo más bien marginal para atender otra de las aristas de la plusvalía ideológica, con las que Silva entreteje y refuerza su concepto: las categorías de *valor de uso* y *valor de cambio*.

Según Millán Arteaga (2012), estas dos categorías forman parte de las tensiones con las que Silva organiza su propuesta conceptual. De este modo, nuestro autor retoma uno de los planteamientos generales de la teoría económica y política de Marx, al afirmar que:

En la producción de las mercancías *los valores de uso se producen pura y simplemente porque son y en cuanto son la encarnación material, el soporte del valor de cambio (...)* [no basta] con producir un valor de uso; no, [el capitalista] quiere producir una mercancía; no sólo un valor de uso, sino un valor; y tampoco se contenta con un valor puro y simple, sino que aspira a una plusvalía, a un valor mayor. (Silva, 2011a, p. 192. El subrayado es nuestro)

A partir de estas dos premisas, nuestro autor pone el acento no en el tema del trabajo alienado (Marx), sino en la ampliación de los alcances de la explotación, dando paso a la explotación espiritual o psíquica. Según Silva (2006: 218), esto es posible por el carácter especialísimo del valor de cambio, esto es, por su capacidad de presentarse como *alienum*, convertido en “cosa omnipotente”. O, dicho en otras palabras, el modo en que este valor de cambio se convierte universalmente en mediador entre el mismo y el valor de uso, siendo este último subsumido por aquel.

En virtud de este proceso doblemente explotador, Silva introduce en otro momento de su obra el concepto de *relaciones de destrucción*, con el que formula la idea del *humanismo marxista* llamado en otras ocasiones indistintamente como *humanismo armado*, en tanto instrumento de

acción política en contra de la explotación capitalista, tema que naturalmente no será abordado en este trabajo.

Como hemos podido notar, esta plusvalía ideológica apunta al sujeto social en tanto “receptor” de la dominación, de ahí las alusiones del filósofo venezolano tanto al trabajo material como al psíquico, así como también al lugar desde donde se expresa ese relacionamiento, por ejemplo, en la generación de plusvalor o de valor de cambio. No obstante, hemos percibido igualmente que es el individuo, en primera instancia, quien lleva a cabo ese proceso de *serialización* (Silva: Sartre) previo a su despliegue en lo colectivo.

En tanto proceso estrictamente individual, Silva (2011b) considera necesario incorporar términos psicológicos como el de condicionamiento y subliminalidad para comprender los alcances de la plusvalía ideológica, puesto que: “Pese a su apariencia consciente –dice– las fuerzas que mueven a los procesos ideológicos son ignoradas por el individuo y por la sociedad” (p. 16). De la misma manera, el filósofo Juan Nuño (2011) acoge el término marcusiano de *introyección*, para decir que la plusvalía ideológica “se *introyecta* en la mentalidad de los hombres”:

El Marcuse de El hombre unidimensional asevera que las sociedades industriales avanzadas no han hecho sino introyectar las relaciones de dominio y de explotación en la conciencia individual (...) Término psicologizante que viene en ayuda de la proposición específica de Ludovico Silva por lo que respecta a la constitución de un método directo para detectar la oculta plusvalía ideológica en la conciencia del individuo. (Nuño, 2011, p. 37)

Esta comprensión sicologista de la plusvalía ideológica está vinculada con el marco relacional de la analogía. Siguiendo con este marco, Silva recurre a una nueva formulación analógica incorporando el lenguaje, lo que a su vez permite un mejor acercamiento a nuestra hipótesis de trabajo. El uso metafórico del lenguaje nos sitúa en el plano de las determinaciones y en de la producción de los valores de uso y de cambio. En este sentido, Silva (2011a) propone considerar “la concepción de hombre que se desprende de la obra de Marx, y particularmente de *La ideología alemana*, según la cual el hombre (y su consciencia) son determinados fundamentalmente por la totalidad social” (p. 185); planteando asimismo que:

Esa concepción de hombre (y su consciencia) puede analogarse a la concepción lingüística de Ferdinand de Saussure, según el cual el *valor* lingüístico de una palabra viene determinado por el conjunto de las otras palabras, o sea, el contexto: la estructura lingüística determina el valor de los signos, que funcionan como *articulaciones* de la estructura. *Valor*, en Saussure, es “la relación del signo con los otros signos”. “La lengua –dice– es un sistema en donde todos los términos son solidarios y donde el valor de cada uno no resulta más que de la presencia simultánea de los otros. (Silva, 2011a, p. 186 -187)

De acuerdo con este análisis estructuralista, nuestro autor afirma que en los dos casos anteriores está dada la presencia de un determinante fundamental, bien sea un determinante social (Marx) o un determinante lingüístico (Saussure) que instituyen la existencia de aquello que es determinado y a lo que se le confiere *valor*: el hombre y su consciencia o el lenguaje.

Para el caso de la primera relación analógica, del hombre y su consciencia, Silva (2011a) explica que: “La sociedad operaría como un contexto lingüístico, donde esos hombres y sus consciencias serían como las palabras cuyo valor se determina por la presencia de otros hombres y sus consciencias determinados por la estructura social” (p. 187), conservando así el carácter

sistémico de dicha relación. Mientras que en su análisis del contexto social [sociolingüístico], resalta la importancia de agotar la investigación de las relaciones estructurales, las cuales traspasan el ámbito de las relaciones visibles o de las apariencias.

En este punto de su análisis, Silva (2011a) alude a la tensión epistémica de verdad y apariencia procurando trascender lo que califica de “viejísimos problema epistemológico”, con el fin de extrapolarlo al análisis de la ideología diciendo que esta, en tanto apariencia, es una *verdad impuesta*: “La verdad oculta tras las apariencias de los entes no es algo que esté en el interior de los entes, sino que se revela como el conjunto de relaciones que tienen los entes entre sí” (p. 186). En este sentido, formaliza su analogía del lenguaje de la siguiente manera:

Lo que es la palabra en relación a la estructura lingüística, eso mismo es el hombre individual (con su ideología) en relación a la estructura social. Así como un discurso no es un *agregado* de palabras (porque entonces sería discurso cualquier *agregado* de palabras irracionalmente dispuesto), tampoco una sociedad es un *agregado* de hombres, sino que es una *totalidad*. (Silva, 2011a, p. 187)

De este modo, completa el análisis analógico de su concepto enfatizando que: “La forma de determinación se explica diciendo que las relaciones materiales de producción se reproducen en la ideología de los hombres y son aquellas mismas relaciones, pero reproducidas idealmente, donde se expresa la plusvalía ideológica” (Silva, 2011a, p. 187). Esta formulación de la plusvalía ideológica desde la analogía del lenguaje nos resulta interesante, aun cuando sean cuestionables la certeza de las determinaciones sean estas económicas, históricas, lingüísticas, e incluso psicológicas, del tipo que sea.

Explicar los alcances de la plusvalía ideológica desde la generalidad del lenguaje, nos permite desplazar el análisis para situarlo en uno de sus componentes concretos, la palabra. La implicación del lenguaje y la palabra da lugar a un tipo de praxis discursiva que valida las *relaciones de dominación* y, por ende, a la plusvalía ideológica. Un breve examen de esta cuestión nos ubica en uno de los temas filosóficos de la tradición clásica y moderna. Brevemente, revisemos algunos de estos rasgos.

Del sicologismo al pragmatismo

En su investigación, Canelón (2009) nos recuerda como históricamente ha existido una fuerte imbricación entre la palabra y la política. La relación analógica del lenguaje-palabra con la ideología-poder ha estado de presente desde la antigüedad con los sofistas, hasta algunos planteamientos contemporáneos formulados por Habermas en cuanto a los procesos de socialización desde la acción comunicativa, pasando por la modernidad con el realismo político de Maquiavelo y Hobbes, todos estos de tendencias epistémicas y políticas distintas o radicalmente opuestas, pero en los que configura ese rasgo distintivo que permea la articulación del lenguaje-palabra con la política en tanto expresión de poder.

Dentro del plano discursivo, se le ha conferido a la palabra un papel significativo en la construcción y mantenimiento de un orden político y/o social, por ejemplo, en la constitución de relatos que asignan sentido y significado bien sea a construcciones, culturales, sociales, identitarias, entre otras, con la que se resignifican o decodificación estos procesos tanto a escala individual como social, esto es, en las representaciones de los sujetos que se legitiman en esta

misma práctica para integrarse a una compleja y heterogénea *red significativa* que valida sus construcciones.

La pregunta sobre qué es esto o aquello ha sido el sino de nuestra existencia, incluso, desde una perspectiva macroética vinculada a una lógica hegemónica que regula una ética gregaria, global y única en relación al modo en que, eso que es, se nos presenta. Estas redes de significación y nuestros juicios de valor sobre lo que algo es o aparenta ser, se constituyen principalmente a partir del lenguaje-palabra y de manera especial desde la praxis discursiva de los sectores de poder. En nuestro caso de interés, pensamos en la racionalidad mediática y en su discurso, ligado a lo que la *institucionalidad racional* legitima como ético o válido y que *determina*, en última instancia, lo que algo verdaderamente es.

El ejercicio del *monopolio de la racionalidad*, expresado en una importante concentración de poder a través de representaciones institucionales, no es un asunto nuevo, ¿cómo pudo dejarlo de lado o por fuera un pensador tan agudo como Ludovico Silva? ¿Cómo no logró enlazarlo a su formulación de la plusvalía ideológica? Quizá, porque su esfuerzo se concentró en el “diagnóstico científico” del mismo modo en que lo hiciera Marx al estudiar la economía política y la dinámica del capitalismo, que es la razón que atribuye Silva a la desatención de Marx respecto a la configuración de la Teoría general de la ideología.

Una breve revisión sobre esta cuestión muestra como desde la narrativa protocristiana, para citar un caso desde el análisis de Canelón (2009), se ha reforzado la idea de que no ha existido hasta nuestros días *política sin báculo*, en este caso, la praxis discursiva agenciada desde lo religioso ha dado cuenta de uno de los relatos fundacionales más extendidos acerca de un orden social.

Esto conjuga otra de las implicaciones de la plusvalía ideológica en cuanto a la teoría de la alienación religiosa, que es otro de los ámbitos en los que se manifiesta el poder, pero que tampoco será materia nuestra atender en esta investigación. Sin embargo, examinemos a *grosso modo* algunas de estas pistas.

Fidel Canelón (2009), ilustra esta imbricación de lo religioso y lo político con la praxis discursiva de una manera clara:

El caso del profeta del judaísmo es paradigmático: no sólo es fundador de una religión, sino que *condujo a su pueblo a la liberación dotándolo de un sentimiento de nación y de un código de valores* que lo fortaleció espiritual y colectivamente, *sentando las bases para una sociedad próspera y estable*. (Canelón, 2009, p. 41. El subrayado es nuestro)

Sobre este aspecto no queremos destacar el papel de la religión en la instauración de un orden político o social, como tampoco su expresión de alienación religiosa –que Ludovico Silva comparte con Marx–, sino la práctica discursiva de un *líder carismático* (Canelón: Weber) y su nivel de incidencia a partir del uso de la palabra. El carácter persuasivo de la palabra, que antes de los sofistas hasta nuestros días se ha vinculado con las tramas de poder, fundamentalmente en la instauración y/o conservación de un ordenamiento político y social, se ha fortalecido en la contemporaneidad con la práctica mediática.

En la teoría política de Maquiavelo y Hobbes, por ejemplo, esta relación del lenguaje-palabra-poder está situada dentro de sus investigaciones sobre el orden político y social. En este sentido, Canelón (2009) rescata el modo en que es descrito este proceso: “[El gobernante] *debe valerse de otras variables*, menos expeditas que el temor y la violencia física consustancial a éste, pero

quizás más duraderas en sus efectos: el apoyo popular, las creencias religiosas y el uso de la palabra” (p. 28. El subrayado es nuestro).

Así, pues, más allá del ejercicio de poder desde el temor o la violencia, se pone de presente el alcance de la persuasión, en este caso, orientada a la generación de creencias o representaciones con la capacidad de establecer determinados modos de relacionamiento, como podría ser la obediencia o el sometimiento, bien sea desde la lógica de subordinación clasista de la que nos habla nuestro autor para referirse a la explotación capitalista, o bien, a través de la alienación ideológica en el caso del falseamiento de la realidad dentro del *entorno mediático*.

De acuerdo a nuestra interpretación, al relacionar los conceptos de plusvalía ideológica y racionalidad mediática con respecto a estos procesos de persuasión, promovidos desde/por la mediática a través de una práctica comunicativa eficaz, se manifiesta la vitalidad del lenguaje en su carácter pragmático, especialmente en la generación de procesos de alteridad, esto es, como *identificación no consciente* en el sentido que nos expresa el filósofo Juan Nuño (2011) en relación al mantenimiento de un orden social y político determinado.

Sin pretender encauzar la investigación a este respecto, del que solo queremos llamar la atención de los procesos que ahí se implican como expresiones de una racionalidad mediática ejercida por entes/instituciones *con* poder que apuntan a tal fin, observamos como a partir de la institución de la plusvalía ideológica se construyen redes de significación como expresión de poder y de dominación en las que unos se erigen como los que ejercen control-dominio [hegemonizan], mientras otros son controlados-dominados; o bien, *persuadidos* a través de [aparentes] *consensos* (alteridad).

Si apelamos al lenguaje-palabra en esta misma relación poder-ideología, encontramos otra forma de ilustrar la cuestión a través del análisis de Ana Irene Méndez (2004), quien afirma que:

Desde el punto de vista estrictamente ideológico, Borón (1998: 173) señala que el éxito del neoliberalismo –por ejemplo– ha estado en producir una *remantización* (sic), esto es, *producción de nuevos significados o alteración de ellos*, en clave conservadora, con el propósito de alterar profundamente los significados de ciertos conceptos, como por ejemplo, el uso del concepto de *reforma* para designar “un conjunto de políticas que objetivamente empeoran las condiciones económicas y sociales (...) las *reformas económicas* puestas en práctica (...) son en realidad *contra-reformas* orientadas a aumentar la desigualdad (...) *La segunda consecuencia ideológica importante es la de la creación de un sentido común* neoliberal, resultado de un proyecto *tendente a manufacturar consenso*. (Méndez, 2004, p. 78. El subrayado es nuestro)

Este éxito de la remantización que nos comenta Méndez, cobra la forma de *práctica comunicativa eficaz* y de *producción de sentido* de la que nos habla Mangieri (2013), una y otra expresadas de acuerdo a la factibilidad de la mediática y sus posibilidades de *manufacturar consenso*. Nótese, en primer lugar, el auxilio de términos económicos que de algún modo fortalecen el análisis ludoviquiano a partir de la teoría económico-política de Marx; y, en segundo lugar, la relación entre el poder mediático y la modelación de la subjetividad y/o de la ciudadanía.

En cuanto al ejercicio de ciudadanía respecto a la mediática, por ejemplo, Villalobos (2006) recupera el análisis de Hopenhayn en cuanto a la participación o *intercambio comunicativo* en condiciones de equidad dentro de la *creciente interacción simbólica*, tesis que se contrapone al supuesto ludoviquiano de no conferir a los medios de comunicación tal caracterización. En este

sentido, pensar la ciudadanía en la contemporaneidad no se limita a la articulación de derechos civiles, sino por su capacidad de participación y promoción de los distintos *bienes simbólicos*: la radio, la televisión, el cine, las redes. Esta capacidad de establecer códigos comunicativos dentro del *consumo cultural*, le otorga al ámbito mediático un rango especial de acción, que incluye a un sujeto cada vez menos pasivo dentro de ese escenario.

Ahora bien, si en este punto retomamos los postulados psicológicos de Freud con los que Silva (2011) explica o proyecta su concepto, sin dejar de lado estas pistas que hemos señalado en torno a los procesos de interacción simbólica, tenemos uno de los planteamientos medulares de La plusvalía ideológica, a saber: Que así como *los restos verbales proceden esencialmente de percepciones acústicas* que están *a priori* en nuestro inconsciente y que a su vez están enlazados a los *restos mnémicos* a través de representaciones, así está dada la existencia apriorística [inconsciente] de la plusvalía ideológica.

En consecuencia, nuestro autor valida una de las teorías que dan cuenta de la *repetición* [sistemática de sentido] de una determinada idea o conjunto de ideas que, afianzadas a fuerza de *reiteración*, refuerzan los mecanismos sobre los cuales acciona la plusvalía ideológica. O, en otras palabras: Para que aquello que *yace en lo inconsciente* [reprimido] *pueda ser activado* o ascienda al plano de lo consciente, es preciso valerse del recurso goebbeliano que valora los límites de la repetición con la “renovación”. Es decir, para que determinados mensajes se *inserten* en nuestra psiquis naturalizándose como propios y para que puedan ser representados simbólicamente, el lenguaje, la palabra y la mediática, en nuestro caso, cumplen un papel significativo o determinante en este proceso de significación-simbolización.

En efecto, Silva (2011a) plantea que, si Freud hubiese previsto los avances de los *medios audiovisuales de comunicación*, “tal vez habría hecho igual énfasis en las percepciones visuales que junto a las acústicas forman esos *restos mnémicos*” (p. 201) de la inconsciencia. Esta no conciencia de la que nos llama la atención Ludovico está relacionada con la controvertida teoría psicológica del *condicionamiento* [Pavlov], así como con los lineamientos generales de la subliminalidad que forman, según nuestro autor, parte de los procesos “ocultos” que ocurren “por debajo” de la conciencia, razón por la que acude a la formulación freudiana del pre-consciente como soporte que valida a la plusvalía ideológica en la práctica.

Esta teoría freudiana sobre la existencia del pre-consciente le permite a Silva (2011a) una nueva formulación de su concepto, con el que afirma que así la plusvalía material es un proceso *oculto* y *estructural*, de igual modo se da el proceso de la plusvalía ideológica, el cual ocurre “debajo de las apariencias” [en el pre-consciente], y es aquí donde su concepto se va haciendo “operatorio”: “Lo que al principio se presentaba como una mera analogía –dice– ha comenzado a convertirse en una explicación de un fenómeno objetivo” (p. 197), dando por sentado la existencia objetiva de una *ideología capitalista* y su correlativo modo de reproducción material y síquico.

En el primer caso, de la producción de la plusvalía [material], bastaba con revisar la teoría de la economía política de Marx que, según Silva, es la ciencia que explica el fenómeno a partir del proceso del trabajo. Mientras que, en el segundo caso, nuestro filósofo recurre a la teoría psicológica de Freud para explicar la plusvalía ideológica, particularmente a través del método psicoanalítico, con el que esperaba hallar parte de las respuestas a algunas de sus preguntas. Recordemos nuevamente algunas de estas:

¿Cómo procede concretamente el capitalismo para justificarse a sí mismo en las mentes de los hombres (...) Con argumentos racionales ... o mediante presiones dirigidas a capas mentales no conscientes... crear *la ilusión de ser el hombre quien justifica al sistema, y no el sistema que se justifica a sí mismo desde dentro del hombre* ... ¿Qué y cómo ocurre en la mente de los hombres el llegar verdaderamente a interiorizar la creencia, *específicamente ideológica*, de que el mundo es un mercado de mercancías? (Silva, 2011a, p. 184)

Con respecto a la pre-conciencia en relación al concepto de plusvalía ideológica, Silva (2011a) señala que *la ideología capitalista se encuentra justificada de manera apriorística* en los sujetos, quienes en *fase de latencia* de la conciencia han internalizado a través de *percepciones acústicas y visuales* suministradas por la televisión los contenidos de esa ideología. Desde esta perspectiva psicologista, el filósofo venezolano concluye su análisis diciendo que la *base de sustentación ideológica del capitalismo imperialista* se encuentra en forma pre-consciente en el hombre medio de la sociedad, el cual se ha constituido así mismo desde el contacto diario y permanente con los medios de comunicación al afianzar los *restos mnémicos* de su pre-consciente.

Aun cuando Ludovico (2011a) afirma que los medios de comunicación facilitan la *serialización* o reproducción sistémica de un orden político determinado, estos en sí mismo no son suficiente para explicar los alcances de la ideología: “Pero no de cualquier ideología, sino concretamente aquella que tiende a preservarlo, justificarlo y presentarlo como el mejor de los sistemas posibles” (p. 201-202). Por esta razón, se apoya en la psicología para abordar el análisis comunicacional, en el sentido de ser una manifestación de la alienación a partir del dominio de la *psiquis* de los hombres.

Limitaciones y/o críticas al concepto de plusvalía ideológica

En distintos momentos de nuestro trabajo hemos deslizado algunas de las limitaciones en las que a nuestro criterio discurre el concepto de plusvalía ideológica, en especial respecto a la crítica de la mediática referida principalmente a la *alienación ideológica*, como producto de la “imposición” de una *ideología dominante* por parte de un sistema o clase que lo hace posible desde la industria comunicacional. En ese sentido, nuestro autor parece no advertir las tensiones políticas implícitas entre quienes participan de la relación de dominación.

Esa unilateralidad en el análisis ludoviquiano, supone la existencia de “incautos ideológicos” (Méndez: Van Dijk), asumidos como sujetos pasivos que no conflictúan entre sí por la apropiación de espacios de poder como formas de resistencia contraideológica. Aun cuando sostener esta posibilidad implica tomar distancia del concepto fuerte de ideología, razón que nos permite entender por qué Ludovico le confiere tan poco margen –acaso inexistente– de acción política a los sujetos que dentro del ordenamiento capitalista se conciben como receptores de *ideas dominantes*. Sin embargo, una apuesta no ideológica como experiencia micropolítica por parte de estos sujetos, les permite alterar la lógica de dominación con su participación dentro del entorno mediático.

Si bien nuestro marco referencial gira en torno al concepto fuerte de ideología, nuestro interés es identificar estas prácticas de resistencia de algunos sectores *contrahegemónicos* en la disputa y/o participación del poder mediático. Este intento que hemos venido bosquejando desde las primeras páginas, no es otro que el de poner en consideración algunos apuntes preliminares que

sirvan tanto para la formulación de una crítica de la racionalidad mediática, así como para la configuración de una filosofía de la comunicación como praxis liberadora, a partir de la crítica de los medios de comunicación agenciada desde la propuesta conceptual de Silva.

A pesar de sus limitaciones, nuestro ejercicio reflexivo intenta un primer acercamiento a lo que algunos teóricos de la comunicación contemporánea han tejido hipotéticamente sobre la relación mediática, poder y ciudadanía, perfilado como estrategias biopolíticas dentro de la práctica hegemónica. Trataremos de volver a este punto en la parte final de nuestro trabajo.

En este aparte, concentraremos nuestra atención en la crítica formulada por Luis Enrique Millán Arteaga (2012) en su ensayo *La plusvalía ideológica: elementos para una crítica*, donde “la mediación interpretativa” del constructo ludoviquiano es la clave para que su autor desentrañe las complejidades y “contradicciones” en las que se desarrolla el concepto. La crítica de Millán es el único trabajo conocido, hasta ahora, en función de proponer una revisión de lo que supondría el carácter “improductivo” de la plusvalía ideológica.

En su ensayo, correspondiente a la ampliación de lo que había sido una ponencia presentada en el 2010 durante el *Seminario de introducción a la obra de Ludovico Silva*, Millán Arteaga (2012) emprende el análisis haciendo amplias referencias a algunas obras de Marx y dedicando las últimas páginas de su investigación a interpelar a nuestro autor en dos direcciones: 1) las confusiones y 2) las contradicciones, estas últimas, bajo el signo del *método dialéctico*. Su crítica, toma como punto de partida la provocadora pregunta formulada por Silva en su libro *Teoría del Socialismo*: “¿Yo no sé, porque ningún crítico se ha tomado la molestia de decírmelo, sí ese constructo intelectual tiene alguna utilidad práctica?” (p. 2).

Millán toma distancia del enfoque heterodoxo del marxismo de Silva, de manera que lo que parece ser el “sometimiento” del concepto a “escarnio”, es ponerlo en sospecha *bajo la sombra edípica de Marx*. En tal sentido, plantea que en tanto la plusvalía ideológica no comporte un “arma de lucha” contra el capitalismo, no aporta nada nuevo al concepto fuerte de ideología. En ese mismo sentido, lanza sus fuegos sobre las *modas académicas o poses intelectuales* que han devenido en *excepcionalismo latinoamericanista*, en el que inscribe el constructo ludoviquiano.

En su examen de la plusvalía ideológica, Millán señala que su interés es “penetrar el concepto”, detectar sus “aspectos radicales”, “lo filoso”, “lo humeante”, “lo que sirva” como “arma destructiva” del sistema capitalista para el “desmontaje violento del Estado burgués”. De este modo, las luchas micropolíticas de sectores subalternos serán valoradas como *fragmentarias*, como trampas del capitalismo y como *desviaciones ideológicas* orientadas a robustecer el sistema en lugar de disolverlo.

Otra de sus críticas apunta al modo en que se vincula la teoría y la praxis, en el sentido de que esta relación no puede tomarse desde la “simpleza” de estatuir nuevos conceptos, sino desde el “ajuste” de la formulación conceptual ya existente (Marx y Engels) a un “programa radical de acción”, en el que entre sus premisas no esté dada la coexistencia con el sistema. Por esta razón, Millán (2012) considera que la plusvalía ideológica –que al decir de Silva debió integrarse al corpus teórico marxista– queda atrapada en la *excepcionalidad latinoamericanista* que reclama sus propios productos, lo que irónicamente reduce al siguiente razonamiento: “Los malos europeos, colonizadores por naturaleza, inventaron la plusvalía, nosotros, los buenos latinoamericanos, tenemos nuestro propio concepto: la plusvalía ideológica.” (p. 14).

En un primer momento, el autor de la crítica remarca la *confusión* en torno al manejo metodológico de la ideología, esto es, en tanto reflejo y expresión. Según su análisis, esta construcción analógica de la plusvalía ideológica como *reflejo* de la plusvalía material, da lugar a la especulación en razón del lugar social “real” que ocupa la plusvalía ideológica. En este sentido, señala:

La comprensión en términos de “reflejo” (...) compromete a Ludovico en una suerte de mecánica especular (...), en la que quedaría atrapado igual que Alicia, al no distinguir a qué realidad le corresponde la plusvalía (...) No tendría más que seguir atado a su plusvalía ideológica detrás del conejo mágico. (Millán, 2012, p. 45)

El autor de la crítica es tajante: No hay lugar espiritual o psíquico para la plusvalía. La naturaleza de esta es económica y se expresa solamente dentro del proceso de acumulación capitalista, concretamente en la creación de riqueza, de plusvalor. En segundo orden, llama la atención sobre la *contradicción*: Una vez que se confunde el lugar de la plusvalía, se toma el rumbo de la contradicción para introducirnos en el papel de la ideología y la determinación fundamental.

En este punto, Millán Arteaga (2012) acude tanto a Marx como a Engels para refutar a Silva, recordando que “el espíritu nace ya tarado con la maldición de estar *preñado* de materia” (p. 45), insistiendo con ello en que no puede haber un lugar distinto al material para la plusvalía. O, dicho de otro modo, la ideología, que viene a ser ese espíritu ya preñado de materia, contiene ese rasgo distintivo en su interior, por lo que no necesita tal desdoblamiento. En consecuencia, advierte que el constructo ludoviquiano “recae en la falacia reflexiva” al plantearlo en términos de reflejo o de identidad de términos más que de relaciones, con lo que se encierra en una “contradicción paralizante”.

Millán (2012) pone en cuestión la relación entre los planos determinantes en los que se expresa la plusvalía, el material y el ideológico. Sin embargo, no es la principal objeción que hace del concepto, por cuanto admite los planteamientos generales de Silva; de modo que pondrá el acento en el *nudo* que representa la *confusión* de “una comprensión de índole especular”: “Como si la relación fuera biunívoca, es decir, objeto a objeto.” (p. 45-46). Así, la especificidad que Silva le otorga a la plusvalía ideológica, queda diluida dada su naturaleza o su carácter de formación histórico-social.

De acuerdo a su interpretación, en todos los ámbitos en los que se despliega la ideología, desde las leyes, la moral o la religión, e incluso, los propios medios de comunicación, esta se expresa de modo general, es decir, socialmente. Contrario al análisis de Silva, admite que individualizar los campos de acción de la plusvalía ideológica supone trasladar la discusión al plano ético, por cuanto se desarrolla en “la mente de los hombres”. De ser esta el lugar de manifestación fenoménica por excelencia de la plusvalía, entonces el hombre, concebido como sujeto social y político, queda excluido de su praxis sociohistórica al desvincularse de la totalidad representada en *el proletariado*.

En este sentido, la ideología es la *totalidad* y, al mismo tiempo, el lugar social real que se corresponde con su propia naturaleza: ser un lugar social y no individual. Por esta razón, Millán arguye que el concepto de plusvalía ideológica “pierde unidad y se desintegra”; en su lugar propone introducir la noción de “ideología plusvalizante”, tomando en cuenta su arreglo a fines. ¿Qué nos resulta de esto? Atrevámonos a un examen preliminar.

Admitir una *ideología plusvalizante* en lugar de la plusvalía ideológica nos sitúa en una discusión semántica que pierde de vista el doble carácter de la plusvalía, así como constriñe a la ideología al concebirla únicamente como un conjunto de ideas dominantes o con intereses [de clase]. En cualquier caso, la distinción semántica que establece Millán resulta insuficiente y contradictoria, sobre todo porque al otorgar un plus a la ideología en términos de la acumulación material, cuestiona, paradójicamente, “la naturaleza” misma que le atribuye a la misma.

De otro lado, si bien la ideología es proyectable al campo mediático, para nuestro caso de interés; no obstante, conferirle ese plus desde su relación con arreglo a los fines económicos del capitalismo, la vincula materialmente al proceso de generación y conservación de la riqueza, precisamente en ese aspecto inmaterial de la misma que no deja de ser objetivo, consideración que Millán parece no tomar en cuanto y con la que más bien suscribe una vieja discusión escolástica en cuanto a lo que puede entenderse como material u objetivo. Veamos:

La plusvalía ideológica, como nombre, señala una función específica del plano ideológico que tiene determinaciones en tanto sector de la ideología, *no tiene*, en tal sentido, *el carácter de “cosa material” que tiene la propiedad de acumularse, medirse, o dar cuenta en términos idénticos a la plusvalía material.* (Millán, 2012, p. 47. El subrayado es nuestro)

Si tomamos en cuenta esta concepción de lo objetivo y lo material puesta de presente en la crítica de Millán, y si además retomamos nuestra pregunta de cómo se extrae la plusvalía ideológica en cada individuo, estamos ante la complejidad de hipostasiar el concepto, puesto que el proceso “objetivo” estaría dado solo en razón de su carácter de “cosa” cuantificable, medible, ¿e intervenible quirúrgicamente?, lo que nos da como resultado la extracción de las ideas dominantes como si de un tumor maligno se tratara.

Planteada como un todo, la ideología permite pensar que en efecto la plusvalía ideológica viene a dar cuenta del mismo proceso de falseamiento de la realidad a favor de intereses de clase; sin embargo, situarla en el proceso específico de producción capitalista en función de la generación de capital y de riqueza, amplía los alcances de la plusvalía, en especial en torno a la producción de capital cultural y político a través de la producción de *bienes simbólicos*. Recordemos en este punto, que Ludovico presenta su concepto como *instrumento* de análisis en la investigación del proceso de *reproducción del capitalismo* que, a pesar de Millán, también ocurre en *las mentes de los hombres*, que son los que posibilitan la producción.

La comprensión metafísica de la explotación no niega la materialidad de una relación social que tiene lugar entre explotador-explotado, sino que permite pensarla en su complejidad como un proceso que trasciende lo económico. En este sentido, la interpretación de Millán acerca de la explotación espiritual no tiene cabida, por cuanto está desprovista de implicaciones materiales y por carecer de un criterio de objetividad en el sentido de no ser *medible* o *cuantificable* como “cosa material”. No obstante, en tanto fenómeno de orden cultural, histórico-social, político-económico, ético y psicológico, Silva concibe la explotación como una realidad objetiva y subjetivada de manera diferenciada en cada individuo.

Las discusiones contemporáneas en torno a la biopolítica como un lugar desde donde se ejerce poder (de control) a través de la producción de mecanismos que lo posibilitan, en este caso por una racionalidad mediática cuyo impacto alcanza al individuo y a la sociedad, por ejemplo, matiza el análisis del fenómeno enunciado por Silva referido a la *acumulación de conciencias* y *lealtades al sistema*, que es un proceso ampliamente registrable en Latinoamérica y vinculado precisamente con procesos de orden sociopolítico.

No debe perderse de vista que Silva (2011b) insiste y puntualiza sobre los aspectos metodológicos de su plusvalía ideológica: 1) investigando los medios a través de los cuales se forma en el hombre contemporáneo *el sedimento* de [sus] *representaciones y creencias* en la que consiste *su* ideología y 2) caracterizando la dinámica actual del capitalismo con el fortalecimiento de la industria ideológica: “Pues en nuestros tiempos –dice– la extracción de plusvalía material tiene su soporte en la extracción de plusvalía ideológica: El capitalismo material necesita del capitalismo ideológico, que puede definirse como la acumulación de conciencias” (p. 20-21).

Estas dos consideraciones metodológicas guardan estrecha relación con el papel de la alienación en la configuración de un orden sistémico, en tanto expresión ideológica del capitalismo, lo que según el análisis de Silva permite la reproducción de riqueza material e inmaterial en tanto mercancías, considerando que la mercancía es también una relación social y, por tanto, alude a aspectos simbólicos, intangibles que no dejan de ser objetivos; de ahí la extensión del plusvalor al plano espiritual, que es correlativo al proceso productivo.

Es precisamente en este aspecto de lo sociosimbólico donde recae el peso de la crítica al concepto de plusvalía ideológica, entendiendo que este es su marco de análisis y de valoración de la acción política. Limitación que dará paso a la segunda parte de nuestro trabajo a manera de apuntes, donde pensamos la posibilidad de configuración parte del análisis de lo que implica una filosofía de la comunicación como praxis liberadora, en contraposición a una racionalidad mediática que parece negarla.

II. La plusvalía ideológica: apuntes para una filosofía de la comunicación como praxis liberadora

“Los medios de comunicación, y particularmente la televisión, son actualmente la expresión más intensa de la alienación ideológica en que se encuentran los países subdesarrollados latinoamericanos; hecho que, a su vez, es expresión de la alienación estructural.”

Ludovico Silva: Teoría y práctica de la ideología.

El concepto de plusvalía ideológica y el análisis crítico de los medios de comunicación forman parte de una unidad teórico-práctica en Ludovico Silva. En otras palabras, la plusvalía ideológica no debe separarse de la crítica de los medios de comunicación, no son conceptos que deban abordarse aisladamente. *En Teoría y práctica de la ideología*, Silva perfila los planteamientos para la construcción de una teoría de la comunicación que sugiere, en principio, el *diagnóstico científico* situado en Latinoamérica en tanto *receptores y consumidores de ideología dominante*.

En segunda instancia, el análisis de la mediática supone la relación de los conceptos de industria cultural o industria ideológica con el de plusvalía ideológica, que según Silva (2008) “debería admitirse forzosamente tal como se ha admitido aquel” (p. 197), entre otras categorías, incluso *categorías emergentes* que respondan a la interdisciplinariedad incorporando análisis provenientes de teorías psicológicas.

El análisis ludoviquiano de los medios de comunicación prefigura, según nuestra interpretación, una propuesta de filosofía de la comunicación como praxis liberadora ubicable en las distintas corrientes teórico-prácticas de Latinoamérica; esto es así en la medida en que nuestro filósofo estableció un diálogo con la apuesta alternativa y liberadora construida a partir del pensamiento

y obra de Franz Fanon, de cuyas fuentes Ludovico bebió. ¿Cómo se explica entonces que no haya presentado en su propuesta conceptual formas de *contrapoder* mediático, o, en su defecto, el establecimiento de un poder liberador desde lo comunicacional?

Recuperando la reflexión del filósofo colombiano Manuel Rodríguez Valbuena (2007), se trata de la formulación de *una filosofía capaz de recuperar las posibilidades de acción transformadora desde un pensamiento alternativo al capitalismo imperante*, lo que supone la ampliación de los liberadores dentro de las *estructuras de dominación*. Pero, a pesar de este marco de acción política que permitía la apuesta liberadora en nuestro continente justamente en la década en la que Silva instituía su crítica, nuestro autor insistió en la denuncia de *los efectos de la dominación ideológica* por parte de los medios en su función de conservar el subdesarrollo de *los condenados de la tierra*.

Silva (2008) coincide con los exponentes de la teoría crítica de la sociedad de la primera generación en los análisis sobre los *mass media*, en razón de los alcances perversos de una “industria ideológica de máxima efectividad para el mantenimiento de la condición subdesarrollada” (p. 249). Estos planteamientos, en su momento, convirtieron a Silva en uno de los precursores en Latinoamérica de una discusión que hoy plantea otros debates. En ese sentido, el estudio de Ana Irene Méndez (2004), en cuanto a la necesidad de actualizar el estatus de la cuestión respecto al poder, tomando en cuenta que “es imperativo complementar los análisis relativos a los recursos simbólicos” del mismo (104), como modo de analizar las formas en que se ejerce o no a partir de los *intereses de los poderosos contra los intereses de los menos poderosos*.

Con respecto al análisis de los medios y la apuesta de un *modelo provisional*, Rocco Mangieri (2013) afirma que estos deben dejar de lado los presupuestos ideológicos en tanto “concepción unitaria de lo mediático como forma de reproducción ideológica de los poderes hegemónicos, o de los medios de comunicación entendidos como aparatos de reproducción de la ideología del capital en sentido amplio.” (p. 276). Coincidiendo con Silva, Mangieri propone un abordaje crítico de los medios desde la interdisciplinariedad, pero a diferencia de este, descentra el análisis de los presupuestos meramente ideológicos.

Aun cuando para Mangieri ningún campo disciplinar que tenga de presente la reflexión teórico-crítica en relación a los *fenómenos comunicativos* debe hacerse unidireccional ni aisladamente ya que son de orden complejo, mixto, híbrido, interdiscursivo; sin embargo, enfatiza en que:

Todo análisis que pretenda obsesivamente describir la totalidad de sentido de un acontecimiento, hecho o fenómeno, como un todo cerrado, concluido y completamente verificable, es una entelequia (...) En ese sentido, debemos retomar y resignificar en su justa dimensión comunicativa conceptos tales como “manipulación” o “seducción” mediática (...) indagando por debajo de las “estrategias y las retóricas de mercado” las configuraciones (...) de los relatos que logran impactar. (Mangieri, 2013, p. 277)

Si bien admitimos esta tesis de Mangieri, difícilmente creemos que pueda hacerse un análisis de la mediática en relación con el poder, sobre todo en su incidencia en la configuración de un orden político y/o social, así como en la construcción de ciudadanía, de identidad, de subjetividad, etc., desprovisto totalmente del orden sistémico y su correlativa ideología, pues se trata de procesos que guardan relación en espacio-tiempo de manifestación fenoménica con el

ordenamiento cultural, social y político que le es propio, los cuales deben incluir además el análisis sobre *los recursos simbólicos del poder*.

En efecto, el monopolio de la racionalidad mediática, interpretado en este sentido como la concentración de poder desarrollada significativamente a través de representaciones institucionales claves desde donde se legitima su racionalidad y desde donde se construyen narrativas capaces de estatuir nuevos modos para la vida en general, patentiza esta relación de poder en la que se inscribe la ideología dentro del ámbito comunicacional. Esta suerte de racionalidad mediática junto a la plusvalía ideológica, legitiman un discurso hegemónico y hegemonzante contrario a la configuración de una comunicación liberadora. Detengámonos brevemente en una aproximación conceptual.

Racionalidad mediática, ¿de qué estamos hablando?

La racionalidad mediática no se corresponde con un concepto elaborado amplia y prolijamente por la filosofía. Por tanto, lo entendemos como un concepto que opera como racionalización en la práctica comunicacional hegemónica, esto es, en tanto práctica política orientada a la producción de procesos simbólicos de *serialización* desde su lógica con arreglo a fines.

Este concepto no debe entenderse como simple abstracción o como categoría filosóficamente pura, sino que debe implicarse en sus nexos políticos dentro de un lugar sistémico que permite, para sus fines, organizar, reproducir o expandir desde la *eficacia simbólica*, su relación con el poder tanto estructural como estratégicamente; es decir, configurada como *estructuras de sentido, interpretativas, narrativas* y, en definitiva, como estrategias políticas dentro de las tramas de poder.

Una reinterpretación desde los análisis de Mangieri (2013), permite establecer estos plexos de sentido de la racionalidad mediática a partir de “la articulación del poder político, la masa social y las distintas plataformas” [de comunicación] desde donde acciona en función de la *reconstrucción virtual* de la sociedad, y más allá de ella en la constitución de los individuos. Una aproximación en términos foucaultianos, a pesar de que en Foucault (1980) no hay un desarrollo sobre este concepto ni tampoco un abordaje sistemático de la ideología, esta ocupa un lugar marginal o apenas existente en su teoría del poder; sin embargo, entendemos este proceso en el sentido de comprender cómo esta *ratio* [mediática] deviene no en un sistema [de dominación], sino en *instrumento(s)* capaz de trazar distintas *estrategias* que posibilitan la

concreción, en nuestro caso de una racionalidad mediática, como expresión de poder que, a su vez, genera sus propias luchas a su alrededor como formas de acción política por el control (¿o normalización?) o participación del poder mediático.

Esta racionalidad mediática se nos presenta, de otro lado, como resultado del engranaje de las relaciones económicas, políticas, sociales y simbólicas que rebasan la comunicación convencional o tradicional, por cuanto se trata de un entramado que trasciende la práctica de regularizar contenidos hasta la planeación de metodologías y disposiciones aplicables a sus ejes de acción individual y social, así como el diseño de estrategias que facilitan la serialización desde los sujetos que la accionan y/o serializan inconscientemente (alteridad). Esta caracterización general sobre la racionalidad mediática, la despoja de su carácter eminentemente economicista y corporativizado, reconociendo más bien su *facultad* de/para interferir en procesos cotidianos, sean estos de orden social como individual.

De la racionalidad mediática a la filosofía de la comunicación como praxis liberadora: a modo de apuntes

“(…) para Dussel pensar la liberación del tercer mundo era tan importante como para Marx pensar la emancipación del proletariado”.

Walter Mignolo: Pensar decolonial (2009)

En su obra *Hacia una política crítica*, Dussel (2011) plantea en su Tesis 6 que:

La *ratio política* como “ratio liberationis” debe organizar y efectuar estratégica e instrumentalmente (*ratio critica factibilitatis*) el proceso eficaz de transformación, a) sea negativo o des-tractivo (de-constructivo) de las estructuras injustas del sistema vigente, b) sea positivo de construcción de aspectos o sistemas nuevos en el mismo orden político, o en los niveles de los sistemas de derecho, la economía, la ecología, la educación, etc. Estas máximas, normas, acciones, instituciones tienen pretensión estratégica de ser transformaciones *posibles* (liberación como factibilidad crítica: es toda la cuestión de la utopía posible, real aunque no presente). En este sentido será la razón política crítico-estratégica. Ahora el ciudadano es el sujeto de liberación, en la intersubjetividad de un movimiento que ha entrado en acción transformadora efectiva: George Washington luchando por la emancipación de su patria, que se transforma de la New England en United State of North America. La *ratio política* liberadora mueve también a Miguel Hidalgo contra España para convertirla Nueva España en México, a Martin Luther King entre los *Black Americans*, a las feministas en el orden político machista, a Fidel Castro contra el Imperio de turno, etc. Lo que hemos ido arquitectónicamente indicando hasta aquí es, estrictamente, una introducción a la famosa formulación de Marx, cuando plasmó la tesis 11 de sus *Tesis sobre Feuerbach*: “Los filósofos han sólo *interpretado* (*interpretiert*) el mundo de diferentes maneras; de lo que se trata es de *transformarlo* (*verändern*). (p. 62)

Hemos reproducido íntegramente esta tesis por cuanto en ella encontramos parte de los elementos que deben integrar el análisis crítico de la racionalidad mediática, así como los apuntes que permitan la configuración de una filosofía de la comunicación como praxis liberadora, que inicialmente da cuenta de experiencias subalternas relacionadas con su

capacidad de *organizar y efectuar estratégica e instrumentalmente (ratio critica factibilitatis)* el proceso eficaz de transformación.

Llegados a este punto, es importante mencionar que a pesar del intento del filósofo Fernando Buen Abad (2001) por instituir una *Filosofía de la comunicación*, esta no logra configurarse como una propuesta teórico-práctica sino como un herramienta interpretativa de la mediática desde el ejercicio de sus operadores, es decir, “los trabajadores u obreros de la comunicación” en el sentido marxista de su proletarización, entendiendo esta *filosofía de la comunicación* dentro del proceso social del trabajo inscrito en la industria comunicacional, como sector específico del capitalismo contemporáneo y explicado, por ejemplo, desde la capacidad de producción hasta la sindicalización de quienes la llevan a cabo.

Aun cuando parece insuficiente para entender el complejo campo de la racionalidad mediática, esta obra de Buen Abad, sin embargo, reabre la discusión sobre una materia poco abordada por “La Filosofía”. Generalmente, las alusiones a la filosofía de la comunicación nos trasladan a la propuesta habermasiana en relación a su *teoría de la acción comunicativa*; no obstante, más allá de las tipologías de los *actos de habla* o de los modelos deliberativos desde la práctica discursiva de un sujeto racional, coincidimos con el objetivo general del filósofo mexicano: pensar la comunicación en su dimensión mediática.

Buen Abad centra su interés en el ejercicio comunicacional de sectores que, desde los inicios de la llamada era de los *mass media* hasta la llamada *Revolución tecnológica de cuarta generación*, se han mantenido por fuera del sistema, pero contrario de su tesis, estos han trascendido su rol de operadores en tanto obreros de la industria mediática para tener espacios de participación de

los *bienes simbólicos*, aun cuando sea reproduciendo en buena medida su racionalidad como forma básica de apropiamiento. Aun así, son significativas estas las experiencias subalternas, sobre todo porque descentran la producción de contenidos, aun cuando no controlen los modos de esa producción mediática a nivel global.

Experiencias subalternas: aproximaciones

“(...) [se debe], pues, comprender, que la industria de los medios de comunicación es cultural, y que usada en un sentido inverso al actual podría servir de vehículo para la superación cultural de los hombres”.

Ludovico Silva: Teoría y práctica de la ideología.

Nuestro análisis, situado geofilosóficamente en la experiencia comunicacional venezolana de la primera década del siglo XXI, en especial desde su ejercicio con agentes *contrahegemónicos*, intenta aproximarse a las formas concretas en las que se expresa la socialización del poder desde la praxis mediática, donde resultó un fenómeno paradigmático no vivenciado por Ludovico Silva: la práctica comunicacional llevada a cabo por las comunidades organizadas ya no como ciudadanos en sí, sino como sujetos sociopolíticos conformados a partir y alrededor del “poder transferido” por vías de derecho, del modo que Dussel explicita como *sistemas nuevos en el mismo orden político o en los niveles de los sistemas de derecho*, lo que en Venezuela se tradujo en la materialización del concepto *Poder Popular*.

Par de fenómenos interesantes se pusieron de presente, en el que algunas de las abstracciones conceptuales de la política asumieron la *terrenalidad* situada en los sujetos que se apropiaron de ella para involucrarse a *su* modelo de gobernanza. El primer fenómeno se produjo en los aspectos teóricos con la rehabilitación de debates en torno a conceptos como los de “democratización”, “socialización del poder”, “transferencia de poder”, “poder comunal”, entre otros; para nuestro caso de interés, los referidos a la *democratización del poder mediático*, en particular, relacionado con el manejo del andamiaje comunicacional por parte de sectores subalternos [subalternizados].

Y, en consecuencia, un segundo fenómeno relacionado con las representaciones individuales y sociales –incluidas las institucionales– sobre esta democratización en razón del ejercicio comunicacional en el que se entrevé la ampliación de derechos y la desmonopolización del poder mediático, es decir, ya no solo ejercido por parte de una *clase dominante* o élite periodística.

Una primera aproximación crítica, cuestionó la idea y el concepto de democratización de la comunicación, del espectro radioeléctrico, de sus instrumentos con respecto a los usos no monopólicos y, en definitiva, la comunicación como potencia liberadora a través de la aplicación de nuevos contenidos, metodologías y formatos. Es decir, parte de la crítica en este sentido consistió en determinar la posibilidad real de la práctica mediática de los sectores subalternos-subalternizados, en el entendido de que, *dentro* del ordenamiento global capitalista, no es posible la democratización, la libertad y la igualdad.

La discusión y la posterior puesta en marcha de un programa comunicacional alternativo, supone otro punto crítico referido al reforzamiento de la “ideología liberal burguesa”, entendida como “la ideología dominante” poseedora de los de los medios de producción y de la estructura ideológica ligada a la trama mediática. Como consecuencia, se legitiman los discursos hegemónicos y no su debilitamiento sistémico, con lo cual se invalida la democratización como apuesta genuinamente alternativa y equitativa.

¿Cómo plantear alternativas comunicacionales *dentro* de un orden que por su naturaleza monopólica promueve tanto la privatización de los medios, o su cosificación, corporativización, mercantilización en lo concreto, así como formas de alienación en tanto expresión política y

cultural de un sistema antidemocrático? Contraintuitivo que, por el contrario, permitió pensar en las posibilidades de un contrapoder mediático, pues no se trata de un sistema cerrado o total.

En lo concreto, estos sectores sociales y/o políticos al estar relegados al *consumo o recepción* de la comunicación –en los términos de Silva–, no atendieron el hecho comunicacional como la contraparte de sus derechos políticos. Luego de la rehabilitación de estos debates teóricos y metodológicos, devenidos en normas y proyectos comunicacionales alternativas, produjo el proceso de socialización como agentes *protagónicos* del nuevo entorno mediático. Un entorno producido no como un *alienum* sino como producto construido de acuerdo a los propios intereses.

De acuerdo con nuestra interpretación, Mangieri llama la atención en este punto sobre las experiencias contrahegemónicas desde de un contrapoder mediático que permitió *la vuelta a los pactos comunicativos* en esa suerte de *revolución mediática* que operó en la primera década de la *Revolución Bolivariana* en Venezuela, en la que el sostenimiento de los *medios alternativos* y/o comunitarios se hizo sobre la configuración de pactos comunicativos que dieron lugar a la *reelaboración estratégica y creativa del vínculo social*, sobre todo desde el *esquema de la efectividad mediática*. (Cfr. Mangieri, 2013)

Así, sobre la base de las contradicciones del capitalismo y no desde sus márgenes, tuvo lugar este proceso alternativo desde lo mediático, en razón de que en su proceso de expansión el capitalismo no logra cerrar su sistema, lo que permite una nueva práctica comunicacional a través de múltiples formatos donde la interacción mediática cuenta con la voz del Otro. En las grietas de este sistema se evidencian procesos que enuncian el carácter contingente de la praxis

liberadora, como manifestación de lo que Balsa (2007) denomina como las distintas *constelaciones hegemónicas*.

Estas constelaciones hegemónicas sobre las que comenta Balsa, no solo mantienen con cierto rigor sus propios espacios o estatus, sino que suponen el cuestionamiento de la tesis de *una* Hegemonía cultural como entidad única y geopolíticamente ubicable en polos específicos de poder. Por tanto, pensar en términos de *hegemonías* que se entrecruzan y se distinguen entre sí, es pensar en la plausibilidad del discurso de las *nuevas hegemonías* con las que Venezuela probó en determinado momento la práctica el despliegue cultural y político de sus comunidades en torno al ejercicio comunicacional-mediático.

Ahora, en torno a la *transferencia de poder* con respecto a la capacidad de su ejercicio por parte de sectores que se apropiaron del entorno mediático, en los términos de la tesis dusseliana anteriormente citada, pudo entenderse “el mecanismo concreto a través del cual se [pudo] lograr la *horizontalidad y democratización* sociohistórica del poder”. En efecto, luego de la discusión inicial como una cuestión puramente teórica (*ratio política*), se pasó al terreno de la factibilidad al otorgársele rigor constitucional al ejercicio de poder por parte de las comunidades organizadas en *Comunas* erigidas como expresión territorial del *Poder Popular* o *Poder Comunal*.

Como consecuencia de esta concreción de la *ratio critica factibilitatis* de los distintos mecanismos de participación, “El pueblo”, en tanto sujeto político tal como lo advierte Mangieri (2013), *pudo proyectarse y realizarse* como *sujeto sociohistórico* [*actor protagonista*] desde su participación concreta en las esferas de producción, de consumo, de simbolización y de reconocimiento social y político.

A partir de la reelaboración de la práctica mediática contrahegemónica en Venezuela, fue posible la configuración de nuevas relaciones intersubjetivas, donde el Otro también se (de/re)construye mediáticamente, lo que Mangieri (2013) designa como el *sujeto mediático construido*, lo que de acuerdo a su análisis también prefigura una *geopolítica mediática* con capacidad para *cohesionar* desde la *eficacia pragmática*, nuevos modos de relacionamiento para consolidar la posibilidad de conformar “nuevos hábitos de interlocución favorables al pacto social y al pacto de comunicación” (p. 34), así como a los nuevos modos de ejercer la ciudadanía.

Varios ejemplos pueden darse desde Latinoamérica, como el de los zapatistas en México a través de la figura mediatizada del subcomandante Marcos, en especial en relación a su nivel de incidencia en sectores sociales y políticos específicos; pero nos quedamos con la experiencia de distintos sectores sociales y políticos subalternos de Venezuela, e incluso, con el caso paradigmático del propio expresidente Hugo Chávez, quien según el análisis de Mangieri (2013) inaugura una nueva *Telepolítica* en su país, la cual sirvió de escenario mediático a nivel latinoamericano logrando no solo replicar esta experiencia en otros países, sino mostrar la eficacia pragmática de la [su] *telepolítica* y su impacto socio-simbólico.

Esta experiencia venezolana la destacamos, en primer lugar, por ser el país de origen del filósofo Ludovico Silva; y, en segundo lugar, por nuestra participación en la práctica comunicacional *alternativa*, que de acuerdo a la investigación de Mangieri, convirtió “la guerrilla semiológica” de Umberto Eco en “la guerrilla mediática”: Se trató, pues, de la *subversión de un orden discursivo*, de trascender la apuesta teórica con el establecimiento de un contradiscurso. (Cfr. Mangieri, 2013). Asimismo, se trató de la redefinición de prácticas políticas liberadoras que

validaron la posibilidad de formular una filosofía de la comunicación en su dimensión mediática en tanto apuesta contrahegemónica y como afirmación de la potencialidad de un Otro silenciado y negado históricamente.

Parte del análisis de Mangieri (2013), en el sentido de la generación de nuevas *gramáticas de producción y circulación* [de nuevos contenidos], así como de un *nuevo discurso mediático* llevado a cabo por y para *sujetos críticos, reflexivos, corresponsables, cercanos* que viabilicen la creación de todo un *escenario mediático térmico y proxémico*, además de un *nuevo entorno mediático*, son parte de los elementos que deben integrar el corpus de una filosofía de la comunicación liberadora. Una praxis orientada a la producción de nuevos imaginarios subjetivos e intersubjetivos bajo la premisa de estatuir nuevos modos de relacionamiento social, de (re)pensar el mundo y de plantear otras narrativas superando la sistemática exclusión en el acceso y la participación comunicacional-mediática como acto de igualdad, equidad y libertad.

Conclusiones provisionales

En esta última parte dedicada a las conclusiones provisionales de nuestro trabajo permítasenos un diálogo breve entre par de impertinentes retóricas: la paráfrasis y la perífrasis. Otro fantasma recorre el mundo contemporáneo, el fantasma de la *ideologización mediática*. Fantasma que no ha podido ahuyentarse a pesar de los conjuros anti-ideológicos. Y cuando despertamos, o cuando tuvimos la ilusión de despertar, el fantasma ideologizador, que ya no asusta a casi nadie, permanecía ahí, ideologizando. Sin embargo, se trata de un fantasma tan atractivo y sutil que la sola alusión fantasmagórica resulta un simpático oxímoron. Entonces, recordamos una de las advertencias de Ludovico Silva justo en las fauces de nuestro simpático fantasma-monstruo: *Las fuerzas que mueven a los procesos ideológicos son ignoradas por el individuo y por la sociedad*.

Ciertamente, cuestionamos la idea tremendista de hacer correr la misma suerte de los *textos herejes* a los cada vez más sofisticados y *seductores* dispositivos que operativizan la comunicación, lanzarlos a la hoguera sería un despropósito anacrónico más ridículo que tenebroso. Creemos en la pertinencia de un análisis crítico de la mediática capaz de trascender su valoración negativa. En definitiva, *¡hemos devenido en hommo zappings!*, como señala Omar Rincón (2013) con un dejo de sagacidad e ironía.

El fenómeno de la “alienación ideológica” desde la racionalidad mediática permite generar razones para estudiarlo y comprenderlo, más que reacciones para rechazarlo por creerlo un debate estéril, superado, o bien, como tema especializado para comunicólogos, periodistas, científicos sociales, políticos y no para filósofas y filósofos.

La praxis comunicacional con respecto al ejercicio del poder político, evidencia los alcances de su impacto en cada individuo, en la cotidianidad y en procesos sociales y políticos. En efecto, se trata de una mediática que define y regula, por ejemplo, lo que entendemos por democracia, justicia, libertad, belleza, felicidad, amor, entre otros. En suma, se trata de una mediática hegemónica que re-presenta el mundo, las ideas, o incluso, las emociones de un modo absoluto y construido sin mediación interdiscursiva.

Ciertamente, resulta improductivo el ejercicio unipersonal de aislarnos de los dispositivos mediáticos como forma de plantear el proceso de *desalienación* (Marx –Silva), por cuanto esa acción en plena *soledad ineficaz* (Silva: Sartre) no haría sino convencernos de la poca efectividad de la acción individual representada en el acto de apagar la televisión, por ejemplo, siguiendo a Silva desde Sartre, mientras *los otros* son *seducidos* por sus encantos audiovisuales, ahora en clave de conectividad global en tiempo real. Este no parece ser el problema. ¿Hay problema en ello? No es nuestro asunto abordar la eticidad de la mediática que, como trasunto político, nos extrapola a la concepción de uno de los teóricos de la política moderna, que sitúa a la ética en un campo marginal o utilitario dentro del ejercicio de poder, como ocurre con Maquiavelo, por ejemplo.

Estas digresiones nos sirven para reconocer junto a Ludovico Silva que, en efecto, hay una importante *fuerza* que ejerce poder sobre las conciencias. Sin embargo, no necesariamente se trata de una “fuerza oculta”, pues resulta atribuible en su expresión fenoménica a los operadores mediáticos visibilizados en importantes conglomerados comunicacionales, en tanto entes corporativizados respaldados por representaciones institucionales clave que validan una racionalidad hegemónica cuya finalidad –según Silva– es garantizar la *domesticación*, o para

decirlo en términos foucaultianos, el *disciplinamiento* de quienes finalmente fungen como garantes para su perpetuidad sistémica. Por tanto, no estamos solamente ante la posibilidad de una óptica mediática, sino ante los efectos de su carácter pragmático.

Ahora bien, este acto de reconocer la eficacia de tal *fuerza o poder* no está limitado a reconocer la alienación o la ideologización mediática en tanto *síntoma* como forma de conservar el *plus de goce* de nuestra existencia, lo que supondría un reconocimiento pasivo que legitima una suerte de *desencantamiento del mundo*. Por el contrario, este reconocimiento pasa por la legitimación de una praxis transformadora como punto de inflexión dentro del ordenamiento que se cuestiona y sobre el que se propone hacer trans-formaciones...

El ejercicio meramente contemplativo de mirarnos en el espejo de la *alienación ideológica* sin siquiera arrojarle un guijarro que astille uno de sus bordes, nos resulta un contrasentido. Desde las fisuras del *sistema capitalista imperante* se nos filtran las potencialidades, que a pesar del sugestivo canto de sirenas sobre el fin del paradigma liberador o del fin del ciclo de las luchas de liberación (emancipación), así como del fin de las ideologías, rescatamos la capacidad de acción política de los individuos y de los pueblos, bien sea como ilusión liberadora en sentido de propuesta ética, o bien, como estímulo para danzar en torno a la muerte sin que esta nos hale del brazo sin haberle dado unos cuantos jirones a su mortaja.

La lectura negativa que en general hace Ludovico sobre “los medios de comunicación” al dimensionarlos solo como instrumentos ideológicos al servicio de un sistema hegemónico representado en un Estado, Gobierno, élite económica, política, racial, entre otras, parece no

advertir la potencia liberadora de la comunicación en su dimensión mediática como acto de libertad y de ejercicio de poder de sectores subalternos (subalternizados).

Contrario a esta visión unilateral y negativa de la mediática, su práctica contrahegemónica puesta de presente en la disputa por su control, manejo y participación de esa expresión de poder desde sectores no monopólicos, trasciende la tensión política como forma de resistencia para dar cuenta de la voluntad de poder de quienes se constituyen en partícipes del diseño de otras realidades, donde se establecen procesos de alteridad auténticos (conscientes), de sinergia política, de integración simbólica entre los sujetos que la producen y la legitiman discursivamente.

Bibliografía

- ABBAGNANO, Nicola. (2004). Diccionario de filosofía. Actualizado y aumentado. México. FCE.
- ANTUNES, Ricardo (2001). Sobre “Más allá del capital”, de István Mészáros. Herramienta N° 18. Recuperado de <https://www.herramienta.com.ar/articulo.php?id=881>
- BALSA, Javier (2007, enero – abril). Hegemonías, sujetos y revolución pasiva. Tareas N.º 125. Panamá. CELA, Centro de Estudios Latinoamericanos Justo Arosemena. (CLACSO).
- CALLES-SANTILLANA, Jorge Alberto (2013, junio – agosto). La plusvalía ideológica: Ludovico Silva y el análisis crítico de la comunicación en Latinoamérica. Razón y Palabra, Vol. 18, N.º 83. México. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199527531054>
- CANELÓN, Fidel (2009). Ensayos de modernidad y posmodernidad. Colección Heterodoxia. Fundación Editorial el Perro y la Rana. Caracas.
- DUSSEL, Enrique (2001). Hacia una filosofía política crítica. Colección Palimpsesto. Bilbao. Editorial Desclée de Brouwer. S. A.
- FOUCAULT, M. (1980). Microfísica del poder. Poderes y estrategias. Madrid. Ediciones de La Piqueta.
- GUZMÁN, Nelson. (2011). La plusvalía ideológica: Prólogo. Caracas. Fundarte.
- MANGIERI, Rocco. (2013). Telepolítica on Line. Para una semiótica de los medios. Caracas. Monte Ávila Editores.
- MÉNDEZ, Ana Irene. (2004). Democracia y discurso político. Caracas. Monte Ávila Editores.
- MILLÁN A., Luis E. (2012). La plusvalía ideológica. Elementos para una crítica. Caracas. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/94850378/La-Plusvalia-Ideologica-Elementos-para-una-Critica>
- MORÁN B., L. y León del R., Y. (2008). Reflexiones en torno al pensamiento marxista de Ludovico Silva. Revista de Filosofía (Venezuela) N.º 58. pp. 105 – 125.

NUÑO, Juan (2011). La plusvalía ideológica. Presentación a la presente edición. Caracas. Fundarte.

OURIQUES D., Nildo (2010). Ludovico Silva. Videoteca del Pensamiento Marxista. Disponible en: www.videotecamarxista.blogspot.com. Consultado en abril de 2016.

RINCÓN, Omar (2013). Narrativas mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento. Estudios de televisión. Gedisa.

RODRÍGUEZ, Manuel G. (2007). ¿Filosofía política? Al sur. Bogotá, D.C. Utopía-Textos.

SILVA, L. (2011a). La plusvalía ideológica [1970]. Caracas. Fundarte.

_____ Teoría y práctica de la ideología [1971]. Caracas. Plan de Publicaciones N°5.MPPIBM. Caracas. 2008.

_____ Marx y la alienación [1974]. Caracas. Monte Ávila Editores. 2da Edición. 1981.

_____ En busca del socialismo perdido [1988]. Fundarte. Caracas. 2013.

_____ Teoría del socialismo. Caracas. Fundarte. 2011b.

_____ La alienación como sistema. Caracas. Fondo Editorial Ipasmé. 2006.

VARGAS, Ibar. Riesgos de la ideología. Caracas. Ed. Trinchera. 2015.

VILLALOBOS, Orlando (2006, abril – junio). Martín Hopenhayn: La concentración de la propiedad sobre los medios atenta contra la democracia comunicacional. En Utopía y praxis latinoamericana N.º 33. Universidad del Zulia Venezuela. pp. 121 – 127.