

UNIVERSIDAD DE CHILE
INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN
Escuela de Periodismo

**TRANSFORMACIONES EN EL ESPACIO PÚBLICO:
NUEVAS RELACIONES ENTRE LAS ESFERAS PÚBLICA Y
PRIVADA**

Seminario para optar a la Licenciatura en Comunicación Social

FRANCISCA VICTORIA BABUL GUIXÉ

Profesor Guía: Carlos Ossandón B.

Santiago, Chile

2004.

Quiero expresar mis agradecimientos a todos los que han colaborado en la realización de este Seminario: a mi familia y amigos por su apoyo incondicional, a Marcos Chilet y Hans Stange por sus enriquecedoras discusiones, y muy especialmente al profesor Carlos Ossandón B. por su paciencia, comprensión y la constante entrega de conocimientos que han contribuido ampliamente a mi formación y desarrollo académico.

Tabla de Contenidos

· Introducción	p. 1.
Dicotomía Público-Privado. Una 'Llave' de Comprensión Analítica.	
· Capítulo 1	p. 10.
Espacio Público y Subjetividad. La Revolución de lo Íntimo.	
· Capítulo 2	p. 21.
La Publicitación de lo Íntimo. Los Medios de Comunicación y la Vida Pública Privada.	
· Capítulo 3	p. 32.
El Resurgimiento de Narciso.	
· Capítulo 4	p. 56.
La Personalización y Estetización de la Política.	
· Conclusión	p. 77.
Desafíos que los Nuevos Escenarios Representan para la Teoría de la Comunicación.	
· Bibliografía	p. 92.

Introducción

Dicotomía Público-Privado: Una 'Llave' de Comprensión Analítica

"Y bien, ¿qué haremos con lo que nos hicieron?".

JEAN PAUL SARTRE

Los conceptos de público y privado han implicado diversas concepciones según la época en que se definan¹. En la actualidad, podemos

¹ Cabe destacar que las palabras 'público' y 'privado' nacen recién en la Edad Media, aunque su historia se remonta a la época de los griegos. Como subraya el sociólogo estadounidense Richard Sennett, los primeros usos registrados de la palabra 'público' en inglés identifican 'lo público' con el bien común. Luego, a fines del siglo XVII, el asunto se fue complejizando: lo 'publico' se relacionaba con todo lo que fuera abierto a la consideración de cualquiera,

identificar varios modelos que explicarían la compleja relación que estos términos han establecido a lo largo del tiempo, sin embargo, hay dos referencias canónicas que han logrado consagrarse en la tradición occidental: el 'modelo griego' y el 'modelo burgués'. Aunque hoy, ciertamente, dependamos de otras categorías, la importancia de estos dos patrones es clave a la hora de entender las circunstancias que caracterizan nuestra sociedad actual.

El primer modelo corresponde al 'griego' o 'helénico' y en él se pueden distinguir con claridad las esferas de lo público y lo privado. Aquí, lo privado corresponde al ámbito de la necesidad, de la subsistencia, de la casa y la transitoriedad. Lo público, en cambio, atañe al plano de la política, donde sólo participan los hombres 'libres', es decir, los jefes de hogar u *oikodéspotas* (dueños de tierras o poseedores de bienes o esclavos). Hacer política es, entonces –según este modelo–, hablar, discursar, pero dejando de lado lo que ocurre dentro de la casa pues, bajo sus parámetros, la necesidad y lo económico no tienen relación alguna con lo que se discute en el terreno de lo público.

Pero como recalcábamos, no cualquiera puede 'ingresar' al terreno de lo público: para hacerlo, se debe tener un lugar privado propio y el coraje para abandonarlo en favor de la *polis*. Así, todo está pensado en favor de una separación absoluta entre el imperio de la necesidad y lo realmente 'trascendente', por lo que la mujer, los esclavos y los que no poseían bienes, quedaban siempre relegados, sin la posibilidad de acceder al dominio de lo público².

La segunda referencia canónica, en tanto, corresponde al 'modelo burgués'³ que conlleva la Modernidad. Bajo estos parámetros, se mantiene una distancia prudente entre los campos abarcados por lo público y lo privado y, aunque ambos términos se vieron enfrentados a diversos conflictos, la sociedad ilustrada –como acentúa Richard Sennett– rehusó preferir uno sobre otro, "*manteniendo a los dos en estado de equilibrio*"⁴.

A juicio de Sennett, tanto en conducta como en creencia, los habitantes de las capitales del siglo XVIII intentaron definir lo que era y no la vida pública. En este contexto, la línea que dividía ambos imperios "era

mientras que 'lo privado' se utilizaba para hacer referencia a una región de la vida amparada y definida por la familia y amigos. Actualmente, como veremos en el transcurso de esta investigación, es cada vez más difícil establecer los límites entre ambas esferas, sin embargo, las definiciones establecidas en el siglo XVII establecieron los términos modernos de referencia.

² Los que cumplían con los requisitos de participación 'política' se reunían en su propio 'espacio público' –la plaza pública– a discutir situaciones relacionadas con la *polis*.

³ El 'modelo burgués' o 'ilustrado' fue ampliamente analizado y descrito en varios de sus textos por el filósofo alemán Jürgen Habermas, entre los cuales destaca *Historia y Crítica de la Opinión Pública* (1962).

⁴ Richard Sennett, *El Declive del Hombre Público*. Ediciones Península, España, 1978, p. 29.

*aquella sobre la cual los reclamos de la civilidad, compendiados por la conducta pública, cosmopolita, estaban equilibrados con los reclamos de la naturaleza compendiados por la familia*⁵.

A mediados del siglo XVIII comportarse "con los extraños de una manera emocionalmente satisfactoria y permanecer, sin embargo, apartado de ellos fue visto como el medio por el cual el animal humano se transformó en ser social"⁶. Como consecuencia, "las capacidades para la paternidad y la amistad profunda fueron consideradas como potencialidades naturales más que como creaciones humanas"⁷. Así, mientras el hombre se 'hacía' a sí mismo en público, 'realizaba' su naturaleza en el dominio de lo privado.

Sin embargo, de a poco se fue ampliando la significación de la esfera privada y, además de abarcar los derechos de la naturaleza dentro del núcleo familiar, comenzó a implicar los aspectos 'internos' referidos a la opinión y las creencias.

Esta tendencia se incubó a partir del siglo XVI en Europa occidental, ante la amenaza que representaban las Guerras de Religión. Según el filósofo francés Jean-Marc Ferry, "la necesidad de mantener una cohesión social pudo justificar la institución típicamente moderna de una esfera privada de la opinión y la creencia: la conciencia individual debe ser, por así decir, privatizada, en calidad de fuero interno mientras que el dominio público, ideológicamente neutro, está dirigido por una 'razón' nueva, distinta de la 'opinión': la razón de Estado"⁸.

De este modo, el 'modelo burgués'⁹ –más allá de los reclamos de la civilidad- entiende que lo público remitiría sobre todo al poder del Estado, retomando la idea griega de unión entre política y la esfera de lo público. En

⁵ Ibidem.

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

⁸ Jean-Marc Ferry, "Las Transformaciones de la Publicidad Política", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998, p. 15.

⁹ Como enfatiza el sociólogo sueco Peter Dahlgren, el adjetivo burgués no es secundario "pues sirve para subrayar las circunstancias históricas particulares y la dimensión de clase del fenómeno. Como categoría analítica, el espacio público burgués propone un nexo dinámico entre una serie de actores, de factores y contextos en el interior de una construcción teórica coherente. Es el conjunto de semejante configuración, su capacidad de tener en cuenta contingencias institucionales y discursivas, lo que confiere a este espacio su fuerza analítica" (Peter Dahlgren, "El Espacio Público y los Medios. ¿Una Nueva Era?", en *Espacios Públicos en Imágenes*, Isabelle Veyrat-Masson y Daniel Dayan compiladores. Editorial Gedisa, España, 1997, p. 246).

este sentido, florece con fuerza la idea de espacio público¹⁰ en tanto lugar discutiador y negociador, que les ofrece a las personas particulares¹¹ -reunidas en los salones, cafés y clubes- la posibilidad de debatir el ejercicio del poder estatal.

La discursividad y reflexión propia de los griegos se desplaza ahora hacia este espacio público mediador. Así, 'el público' ilustrado va abriendo espacios de sociabilidad para que los sujetos se sirvan de su propia razón y planteen sus opciones e ideas. 'El público' es cada vez más conciente de su rol en la sociedad y del dominio que puede ejercer sobre ella (poder de la opinión pública). De esta manera, la 'publicidad' se separa del poder estatal y se constituye como una tribuna de personas privadas reunidas como 'público', con capacidad de influir en lo público (el Estado).

A la luz de lo expuesto, saltan a la vista algunas coincidencias entre el 'modelo griego' y el 'ilustrado'. Pero también hay que destacar ciertos elementos que los diferencian. Principalmente, debemos tomar en cuenta que para formar parte del dominio público, los griegos exigían la pertenencia de bienes o tierras, requerimiento inexistente en el mundo moderno. El espacio público burgués, entonces, se nos presenta como un lugar 'más democrático', al cual pueden acceder personas de diferente condición social¹²

Por otra parte, observamos una clara diferencia en cuanto a función, pues para los modernos la formación de un espacio público "*obedecía en principio al motivo moral de la emancipación*"¹³ (entendiendo que la sociedad civil se auto concebía como aquel grupo de personas que logra alcanzar la 'mayoría de edad'¹⁴), en tanto que, para los griegos, la constitución de este espacio habría estado fundada en "*una estética de la figuración, de la*

¹⁰ En este sentido, cabe recalcar la ambigüedad con que Habermas nos presenta su idea de 'espacio público'. En primer lugar, el espacio público correspondería al lugar físico donde un 'público' ilustrado se reúne a debatir sobre los asuntos del Estado, como por ejemplo, los cafés, salones, salas de redacción de prensa, etc. Por otro lado, hay que mencionar el rasgo virtual del 'espacio público' en tanto lugar intangible, argumentativo y discursivo, ligado sobre todo a la escritura.

¹¹ Es decir, personas privadas, valiéndose de su propia razón crítica, se transforman en un 'público'.

¹² Sin embargo, no existe aún un total 'universalismo' en cuanto a las personas que podían ejercer su derecho a voto. Por ejemplo, en general se exigía la capacidad de leer y escribir, principio que -considerando la estructura social de la época- se puede homologar a la posesión de bienes.

¹³ Jean-Marc Ferry, Op. Cit., p. 16.

¹⁴ El filósofo Inmanuel Kant plantea el concepto de mayoría de edad en su texto *¿Qué es la Ilustración?* de 1784.

autorepresentación, en que cada uno debe 'sobresalir' para conseguir la gloria gracias a las 'nobles palabras' pronunciadas en la plaza pública"¹⁵.

El 'modelo ilustrado' se impuso con fuerza hasta el advenimiento de las democracias masivas a principios del siglo XIX. Posteriormente, fue perdiendo vigencia pues la industrialización, el desarrollo de la alfabetización, el auge de la prensa y la configuración de un Estado eminentemente 'administrativo', contribuyeron a la decadencia del espacio público burgués, borrando la clara distinción entre los ámbitos público y privado, lo que transformó un 'público' otrora dedicado a debates políticos y culturales en consumidores. Así, la opinión pública ha dejado progresivamente de ser producto de un discurso racional, a la vez que se instala la manipulación mediática como soporte principal de su configuración.

Desde entonces, el concepto de opinión pública cambia de sentido, pues ya no se trata de aquella de tipo ilustrada que se distinguía de una plebe inculta, sino que designa, más bien, *"a la masa segmentada de opiniones particulares en las que se expresan intereses divididos y hasta conflictivos"*¹⁶.

De este modo, cabe aquí una redefinición del espacio público justificada por el advenimiento de la denominada 'sociedad de masas' y, posteriormente, de la 'sociedad de los medios'¹⁷. Según Ferry, el nuevo espacio público es, en sentido lato, *"el marco mediático gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a un 'público'*¹⁸ *los múltiples aspectos de la vida social"*¹⁹.

Pero además, en contraposición con los griegos, la política se ocupa cada vez más de la administración de la casa, de la economía, la necesidad y la subsistencia y se transforma en mera administración, dejando de lado la discursividad propia del mundo helénico. Así, se empiezan a confundir los

¹⁵ Jean-Marc Ferry, Op. Cit., p. 16.

¹⁶ Ibidem, p. 17.

¹⁷ Peter Dahlgren recalca frente a este punto que el desarrollo de las democracias en los países occidentales *"coincide históricamente con la promoción de los medios de comunicación masiva concebidos como instituciones dominantes del espacio público"* (Peter Dahlgren, "El Espacio Público y los Medios. ¿Una Nueva Era?", en *Espacios Públicos en Imágenes*, p. 246).

¹⁸ En este sentido, y tal como subraya Jean-Marc Ferry, cabe reparar en que *"el público del que se trata no está limitado en absoluto al cuerpo electoral de una Nación: más bien se trata de todos los que son capaces de percibir y comprender los mensajes difundidos en el mundo"* (Jean-Marc Ferry, "Las Transformaciones de la Publicidad Política", en *El Nuevo Espacio Público*, p. 15).

¹⁹ Jean-Marc Ferry, Op. Cit., p. 19.

conceptos de público y privado, pues la actividad privada adquiere un primordial interés público²⁰. Incluso, se escenifican "*públicamente aspectos de la vida que son a tal punto 'privados' que los que forman el público se cuidarían mucho de abordarlos en el seno mismo de la esfera de la intimidad familiar (...)* El espacio público supera hoy el umbral natural de lo que parece digno de comunicación"²¹.

Sin duda, este fenómeno de imbricación entre ambas esferas afecta a todos los ámbitos del conocimiento. Como afirma Sennett, las diversas relaciones entre las esferas pública y privada constituyen una 'llave' para la comprensión de importantes cambios que han afectado a la cultura occidental. En definitiva, entender la relación entre ambas esferas es esencial a la hora de juzgar la cultura en la cual nos desarrollamos.

Por esto, la relación entre lo público y lo privado constituye un ámbito de especial interés, sobre todo si se toman en cuenta las importantes repercusiones que esta imbricación ha tenido en el plano comunicacional. Porque -paradójicamente- lo privado (afianzado ya como una esfera reducida a la intimidad) sólo logrará materializarse exteriorizándose, desplegándose en lo público, fenómeno que tiene como principales protagonistas a los medios de comunicación masivos. La superposición de las esferas pública y privada tiene consecuencias en los más variados ámbitos -psicología, sociología, filosofía, política, etc.- pero, principalmente, reconfigura la teoría comunicacional.

A lo largo de este texto, analizaremos las causas y efectos de las nuevas relaciones que establecen las esferas pública y privada en los escenarios comunicacionales contemporáneos.

A través de una perspectiva eminentemente bibliográfica, esta investigación intenta -además de realizar un 'diagnóstico' certero de la sociedad contemporánea- ordenar la temática, resaltar ciertas categorías de comprensión, abordar algunos tópicos específicos y analizar las consecuencias del escenario descrito en el ámbito de la reflexión o teorización comunicacional.

Es decir, a partir de un cotejo de obras de autores conocidos, busca plantear nuevas coordenadas de comprensión de lo público, explorando distintas conceptualizaciones que se hagan cargo de los cambios ocurridos en el espacio público actual.

²⁰ El intercambio político de experiencias privadas era una práctica común en la sociedad burguesa, sin embargo, se incluían en este rango sólo los temas que podían entrar en el concepto tan 'burgués' de las conversaciones de 'interés general', según cierta concepción de la 'decencia' y de la 'cultura'.

²¹ Jean-Marc Ferry, Op. Cit., p. 21.

Para esto, la investigación se ha dividido en 4 capítulos. En el primero se plantea el problema utilizando las referencias bibliográficas más importantes. Además, se ofrecen ciertas ideas-fuerza orientadoras centradas en la descripción y causas de la imbricación de las esferas de lo público y lo privado: se analiza la reconfiguración del espacio público, el auge de la subjetividad y la revolución de lo íntimo.

En el segundo capítulo, en tanto, se examinan diversas formas de publicitación de lo íntimo, desde las memorias, diarios íntimos y autobiografías (que primaron, sobre todo, en el siglo XVIII) hasta emisiones que colman actualmente las pantallas de televisión, como los *talk shows* o *los reality shows*. Aquí se analiza cómo la televisión pone en manifiesto la difuminación de los límites que antaño separaban lo público de lo privado, instalándose como la encrucijada donde se hace visible el enlace entre el hombre privado y el hombre público.

En el capítulo número 3 se reconstruye la figura de Narciso, desde autores como Ovidio y Sigmund Freud, hasta los alcances actuales planteados por Richard Sennett (y el declive del hombre público), Gilles Lipovetsky (y el nuevo estadio del individualismo moderno) y Christopher Lasch (quien describe la nueva cultura del narcisismo).

En el cuarto capítulo se estudia un fenómeno que hemos denominado como 'personalización y estetización de la política', que alude a los procesos mediante los cuales -en vez de una ideología- progresivamente se nos ofrecen personajes estéticamente atractivos. Así, las personas se concentran más en las figuras que en los programas que ofrecen o en las doctrinas que éstas profesan.

Aunque toda la investigación se centra hasta aquí -principalmente- en los procesos de psicologización del espacio público, en este capítulo pareció pertinente la incorporación de un 'subtema' que, ciertamente, tiene que ver con las imbricaciones entre lo público y lo privado: el de la estetización de la política. Esto porque -sobre todo en este plano- es posible advertir cómo la dimensión significativa ha ido desplazando al significado (contemplando la doble articulación del signo lingüístico). En otros términos, el poder abrumador de la imagen sobre la palabra, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado.

De este modo, se disuelve lo político en sus términos argumentativos, a la vez que el ascenso del ámbito privado y la tendencia al ensamblamiento de ambas esferas (pública y privada), hacen que elementos como la vida privada, la dimensión subjetiva y el carisma adquieran un peso inusitado en la construcción de la imagen y la representación pública de los candidatos.

Por último, en la conclusión se esbozarán los desafíos que los nuevos escenarios representan para la teoría de la comunicación: se examinarán los posibles déficits teóricos, se ajustarán y reordenarán categorías, y se

explicitarán algunos temas o preguntas que la teoría de la comunicación ha dejado pendientes.

Capítulo 1:

Espacio Público y Subjetividad: La Revolución de lo Íntimo

“Si no me engaño, la incomodidad es semejante a la que producen declaraciones públicas de ateísmo y, últimamente, también de socialismo: ¿por qué no guardar para sí convicciones sobre asuntos tan privados como Dios o el orden social?”

ROBERTO SCHWARZ

Desde hace un par de décadas, podemos hablar con propiedad de lo que se ha denominado ‘la crisis del espacio público’, en particular, en cuanto se refiere al espacio político, situación que se atribuye –principalmente- a una especie de intromisión desmesurada de lo privado (en lo público) y a un exceso de subjetividad que alteraría la clara distinción que delimitaba ambas esferas según el ‘modelo ilustrado’.

Hoy identificamos una desarticulación de la dicotomía entre los términos de público y privado, básicamente -y tal como lo explicita la autora argentina Leonor Arfuch- por *“esa insistencia de vidas privadas en el horizonte de lo público, de ese espacio biográfico mediatizado que excede los límites tradicionales y que la globalización expande hoy al infinito”*²².

²² Leonor Arfuch, “Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad”. *Revista de Crítica Cultural*, N° 21. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000, p.7.

Las transformaciones políticas y tecnológicas de las últimas décadas, que fueron más allá de cualquier predicción posible, han trastocado para siempre el sentido clásico de los términos de público y privado (los cuales parecían –a simple vista- claros e inamovibles) hasta el punto que la distinción entre ellos resulta prácticamente inexistente.

En palabras de Arfuch, "*la configuración actual de esos dos espacios se presenta sin límites nítidos, sin incumbencias específicas y sometida a constante experimentación*"²³. Lo público y lo privado se presentan, entonces, como esferas prácticamente indisolubles pues se exponen, actualmente, como hechos simultáneos a nivel temático y estructural.

Muchos autores se han servido de las diversas relaciones existentes entre las esferas pública y privada para dar cuenta –a partir de diversas disciplinas- del estado actual de las cosas. Entre ellos, destaca la filósofa alemana Hannah Arendt, quien en uno de sus libros más trascendentes –*La Condición Humana*- dedica un capítulo a abordar la evolución histórica de los términos público y privado.

Arendt hace hincapié en señalar la diferencia genealógica entre el término primigenio de lo público en la polis griega²⁴ y su significado en la Modernidad, donde lo público abarca dos acepciones, en cierta forma, disyuntivas: lo social y lo político. A su juicio, es en la aparición de la esfera

²³ Ibidem, p. 11.

²⁴ Lo público en la polis griega equivale a lo político, al reino de la libertad, en definitiva, la acción, el discurso, la participación directa en el ágora sobre los asuntos comunes, en contraposición a lo doméstico, lo privado, equivalente al reino de la necesidad (la producción material por el trabajo de los esclavos y la reproducción de la vida). Según Arendt, lo que impedía a la polis violar las vidas privadas de los ciudadanos y mantener como sagrados los límites que rodeaban a cada propiedad no era el respeto a dicha propiedad como hoy lo entendemos. Los límites se mantenían sagrados pues, en la Antigüedad, el hecho de no poseer una casa impedía a los hombres participar en los asuntos del mundo (debido a la carencia de un sitio que les perteneciera).

de lo social²⁵ –que rigurosamente no es ni pública ni privada- en los inicios de la Edad Moderna, donde debemos sentar las bases de la imbricación de los términos público y privado.

Para Arendt, *"es justamente la emergencia de la sociedad en el mundo burgués, a la manera de una gran administración doméstica (housekeeping), con sus tareas, planificaciones y problemas, que sale desde el oscuro interior del hogar a la luz de la esfera pública, la que borra definitivamente la frontera clásica entre lo público y lo privado, desnaturalizando hasta lo irreconocible el significado de ambos términos"*²⁶.

Si bien en esos momentos no se notaron con tanta fuerza las consecuencias de la irrupción de 'lo social' (recordemos que incluso Richard Sennett reparó en que la sociedad ilustrada logró mantener a los dos términos en 'estado de equilibrio') hoy es posible afirmar que, desde entonces, la línea divisoria que separa lo público y lo privado comenzó a difuminarse.

De ahí en adelante, comenzamos a ver –según Arendt- *"el conjunto de pueblos y comunidades políticas a imagen de una familia cuyos asuntos cotidianos han de ser cuidados por una administración doméstica gigantesca y de alcance nacional"*²⁷. Con este ascenso de 'lo social', todas las materias que anteriormente pertenecían a la esfera privada familiar, involucran ahora un interés colectivo.

Lo privado, luego de la irrupción de 'lo social', comenzará a configurarse y afianzarse sobre todo como una esfera de intimidad²⁸ -las pasiones del corazón, los pensamientos de la mente, las satisfacciones de los sentidos- que, con el auge del individualismo moderno, *"perderá incluso*

²⁵ Para Arendt, a través de la sociedad (de 'lo social'), se ha canalizado hacia la esfera pública el propio proceso de la vida. Antes era en el plano privado donde se cuidaban y garantizaban las necesidades de la vida, la supervivencia y la continuidad de la especie, por lo que en esta esfera el hombre no existía como verdadero ser humano, sino como espécimen del animal de la raza humana. Y esa era la razón básica del desprecio en la Antigüedad por lo privado. Hoy, en cambio, la sociedad constituye la organización pública del propio proceso de la vida, situación que se materializa en la transformación de todas las comunidades modernas en sociedades de trabajadores y empleados, es decir, quedaron centradas en una actividad necesaria para mantener la vida.

²⁶ Hannah Arendt citada por Leonor Arfuch en "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 7.

²⁷ Hannah Arendt, *La Condición Humana*. Editorial Paidós, España, 1993, p. 42.

²⁸ Para Arendt, uno de los primeros teóricos de la intimidad fue Jean-Jacques Rousseau, quien llegó a su descubrimiento a través de una rebelión contra la insoportable perversión del corazón humano por parte de la sociedad, su intrusión en las zonas más íntimas que antes no habían necesitado protección. Y la intimidad del corazón -a desemejanza del hogar privado- no tiene lugar tangible en el mundo.

*su connotación de privación*²⁹. En el sentido antiguo, el rasgo privativo de lo privado significaba, literalmente, el estado de hallarse desprovisto de algo, *"incluso de las más elevadas y humanas capacidades"*³⁰.

Sin embargo, hoy hemos dejado de pensar en términos de privación³¹ al referirnos a lo privado, situación que se explica, en parte, debido al enriquecimiento de la esfera privada a través del individualismo.

Frente a este punto, Arendt agrega que, sin embargo, -y paradójicamente- esa esfera de intimidad sólo logrará materializarse exteriorizándose, desplegándose en lo público (situación que será analizada en el capítulo siguiente) fenómeno que tiene como principales protagonistas a los medios de comunicación.

Otro importante pensador, el alemán Jürgen Habermas, concuerda con Arendt en que la irrupción de la esfera de lo social produce cambios importantes en cuanto a las concepciones de lo público y lo privado. Para Habermas, la esfera de lo social viene a romper con las limitaciones del dominio señorial-estamental, obligando a la sociedad a organizarse bajo formas típicas de la administración pública.

Así, de la imbricación de Estado y sociedad surge una *"nueva esfera social repolitizada que borra la diferencia*³² *entre público y privado"*³³. Esa esfera también disuelve *"aquella parte específica del ámbito privado en la que las personas privadas reunidas en público regulaban los asuntos generales concernientes al tráfico entre ellas, es decir: disuelve la publicidad en su forma liberal"*³⁴.

²⁹ Leonor Arfuch, "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 8.

³⁰ Hannah Arendt, Op. Cit., p. 49.

³¹ No obstante, y analizando este asunto desde otro punto de vista –como lo hace notar Arendt–, hoy podemos describir una nueva concepción de privación en lo privado, que dice relación con la ausencia de los demás, la inexistencia de una relación objetiva con los otros que subsume al hombre individualista moderno en una eterna soledad. La sociedad de masas destruye tanto lo público como lo privado, pues le quita al hombre su hogar privado, donde en otro tiempo se sentía protegido del mundo.

³² Habermas agrega que junto con la integración de los ámbitos público y privado, se produce consecuentemente una desorganización completa de la 'publicidad' que mediaba entre Estado y sociedad. Esa función mediadora pasa del público a instituciones que surgen del ámbito privado (asociaciones, partidos políticos, etc.) que practican la compensación y el ejercicio del poder en una relación directa con el aparato de Estado, a la vez que los medios de comunicación sirven de vehículos para que estas instituciones consigan la aprobación -o al menos la resignación- de este nuevo público mediatizado.

³³ Jürgen Habermas, *Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación de la Vida Pública*. Editorial Gustavo Gili, España, 1981, p. 173.

³⁴ Ibidem.

Por otra parte, Habermas le atribuye una importancia radical a la esfera privada -donde se empieza a perfilar la subjetividad de lo íntimo- en la configuración de la esfera pública burguesa. Según este autor, los 'públicos racionales' del siglo XVIII (desde donde emergerá el concepto de opinión pública) no solamente ejercitaban un 'raciocinio político' sino también un 'raciocinio literario', alimentado por los nuevos géneros autobiográficos (el auge de la modalidad epistolar, novelas en primera persona, etc.) ampliamente difundidos en libros, periódicos y semanarios, donde los lectores tenían la posibilidad de verse representados en las costumbres cotidianas.

Pero este equilibrio ideal "*donde lo privado tenía importancia en la configuración de lo público, en tanto coexistencia ilustrada de individualidades en torno del interés común*"³⁵ fue definitivamente perturbado con la aparición de la sociedad *massmediática* que implicó la pérdida de la capacidad crítica y contralora que ejercía el público racional.

El tipo ideal burgués se percataba que progresivamente se constituía una publicidad literaria a partir de la bien fundamentada esfera íntima de la publicidad inserta en lo público, de la cual se servía en su tarea de configuración de un espacio público pensante.

Sin embargo -a juicio de Habermas- esa publicidad literaria se fue degenerando al constituirse en una "*puerta de entrada para las incursiones furtivas de fuerzas sociales que, a remolque de la publicidad consumidora de cultura propia de los medios de comunicación de masas, penetran en el espacio de la intimidad de la familia nuclear*"³⁶. De este modo, "*el ámbito íntimo desprivatizado es públicamente socavado, una pseudopublicidad desliterada retrocede al ámbito de confianza de una especie de superfamilia*"³⁷.

Desde el punto de vista de Habermas, a partir de mediados del siglo XIX asistimos a la transformación de las instituciones que hasta entonces constituían el marco de lo público-racional. Así, comienzan a surgir revistas literarias, "*que no tuvieron jamás conexión alguna con capas burguesas culturalmente interesadas*"³⁸ reflejo de una sociedad poseedora de una cultura "*que ha dejado de confiar en la fuerza de las letras*"³⁹.

³⁵ Leonor Arfuch, "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 8.

³⁶ Jürgen Habermas, Op. Cit., p. 191.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem.

Se disuelven, además, los espacios típicos del raciocinio público, como los salones burgueses, los *clubs*, las asociaciones varoniles, las tertulias... A pesar de que siguen desarrollándose ciertas reuniones, ellas carecen de todo raciocinio literario y político. Según Habermas, a aquellos encuentros sustitutos de los anteriores -portadores de la sociabilidad burguesa- *"les falta aquella específica fuerza que daba la institución, antaño garante, como sustrato que era de la comunicación pública, de los contactos sociales. En torno a las 'group activities' no se constituye público alguno"*⁴⁰.

Habermas también destaca que la irrupción de fenómenos 'colectivos' como la ida 'colectiva' al cine o la 'colectiva' recepción de emisiones radiofónicas o televisivas, han disuelto la relación característica de la privacidad inserta en público. Según este autor, *"la comunicación del público culturalmente raciocinante está circunscrita a la lectura, que se practica en la hogareña clausura de la esfera privada"*⁴¹, a la que se opone la ocupación del ocio del público consumidor de cultura, desarrollada generalmente en un clima social, que *"no necesita cuajar en discusiones"*⁴².

Crece entonces el consumidor de cultura, pero disminuye la calidad de la información⁴³. El mercado facilita económica y psicológicamente el acceso a la cultura de un público cada vez más amplio pero carente del 'raciocinio' de los públicos burgueses de antaño. Como recalca Habermas, *"a lo largo del siglo XVIII el público burgués había podido cultivar una subjetividad literariamente capaz e inserta en la publicidad, tanto a través del intercambio epistolar íntimo, como por medio de la lectura de la literatura psicológica novelística resultante de esta subjetividad. De este modo, interpretaban las personas privadas su nueva forma de existencia, basada en la relación liberal entre publicidad y privacidad"*⁴⁴.

Sin embargo, y lamentablemente a juicio de este autor, en la medida en que los medios de comunicación de masas *"despojan de su ropaje literario a aquella autocomprensión burguesa y se sirve de sus formas en la prestación pública de servicios cultural-consumistas"*⁴⁵ se interviene el sentido originario.

Como vemos, en los planteamientos de Arendt y Habermas, podemos identificar un punto común de pesimismo, en cuanto a la alteración y/o

⁴⁰ Ibidem, p. 192.

⁴¹ Ibidem.

⁴² Ibidem.

⁴³ Dentro de este contexto, la prensa, sobre todo, ha tendido crecientemente a ser accesible a las masas para maximizar sus ventas, despolitizando, en tanto, su contenido.

⁴⁴ Jürgen Habermas, Op. Cit., p. 199.

⁴⁵ Ibidem.

desaparición de un modelo precedente y, ante todo, superior. Y esta involución estaría dada por un desequilibrio entre los términos de público y privado, donde el excesivo peso de 'lo social' conducirá a la banalización de la vida humana y la exacerbación de la subjetividad a un exceso de presencia de lo privado en lo público.

Es necesario advertir que Arendt y Habermas hablan desde un modelo –ya casi obsoleto– identificado con la 'sociedad de masas'⁴⁶. Sin embargo, ellos no son los únicos autores que han centrado parte de sus investigaciones en los planos de lo público y lo privado. Instalados ya de lleno en la escena posmoderna, y hablando desde un modelo eminentemente comunicacional, otros pensadores como Richard Sennett y Gilles Lipovetsky, también han trabajado la superposición de ambas esferas y sus importantes consecuencias para el desarrollo de la cultura occidental.

A juicio del filósofo francés Gilles Lipovetsky, la emergencia de lo íntimo en el espacio público ha desembocado en la consolidación de sujetos incapaces de desarrollar un papel social relevante. Según recalca, en una sociedad intimista que evalúa todo con un criterio psicológico, *"la autenticidad y la sinceridad, se convierten en virtudes cardinales, y los individuos, absortos como están en su yo íntimo, son cada vez menos capaces de desempeñar roles sociales: nos hemos convertido en actores privados"*⁴⁷ del arte⁴⁸.

Se produciría, entonces, un desbalance entre lo público y lo privado, que implica la pérdida de un espacio público de racionalidad apto para controlar una subjetividad que se presenta con una potencia abrumadora, con la capacidad de arrasarse con todo. Ahora que el interés se centra en lo privado, lo público debe apuntar hacia el mismo lado, teniendo incluso que 'privatizarse' para sobrevivir.

⁴⁶ En el texto "Cultura, Comunicación y Masa" (publicado en su libro *Otro Territorio. Ensayos sobre el Mundo Contemporáneo*) el sociólogo brasileño Renato Ortiz plantea la inconveniencia de trabajar con una noción tan híbrida e imprecisa como la 'sociedad de masas' e, incluso, pone en duda su existencia. Haciendo un recorrido histórico desde los tiempos donde 'masa' era sinónimo de multitud agrupada en un espacio físico determinado, hasta concepciones más modernas donde esa aglomeración se entiende en términos de virtualidad, Ortiz concluye que no es adecuado referirse generalizadamente a la 'masa', pues *"la distribución y consumo de bienes se realiza de forma diferenciada, tomando en consideración el capital cultural de los individuos y su condición de clase"*. Citando a Raymond Williams, Ortiz concluye que 'las masas' no existen, pues *"la sociedad es una totalidad articulada de partes diversas, en disputa, o acomodadas en su estructura jerárquica"* (Renato Ortiz, "Cultura, Comunicación y Masa", en *Otro Territorio. Ensayos sobre el Mundo Contemporáneo*. Ediciones Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 2002, p. 112).

⁴⁷ La expresión 'actores privados del arte' es originaria de Richard Sennett. Sin embargo, Lipovetsky hace uso de ella para sustentar sus argumentos.

⁴⁸ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*. Editorial Anagrama, España, 1996, p. 64.

Richard Sennett enfatiza que este desbalance y confusión con respecto a los límites entre la vida privada y pública se produce porque *"las gentes están resolviendo en términos de sentimientos personales aquellas cuestiones públicas que sólo pueden ser correctamente tratadas a través de los códigos de significado impersonal"*⁴⁹.

La vida privada –y cotidiana- ha irrumpido la esfera pública. Sin embargo, esta invasión no ofrece un repertorio de categorizaciones que incrementen el diálogo racional sobre el funcionamiento estructural de la sociedad civil y política, sino que llena el vacío dejado por este diálogo. La escalada de lo íntimo/privado, entonces, puede leerse también *"como respuesta a los desencantos de la política, al desamparo de la escena pública, al fracaso del ideal de igualdad, a la monotonía de las vidas reales ofrecidas a la oportunidad"*⁵⁰.

Y esta escalada o invasión de lo íntimo/privado tiene un impacto relevante en la forma de entender y de hacer política (situación que será explicada en detalle en el capítulo 4). Tal como explica Arfuch, *"esta disolución de lo político en sus términos argumentativos (...) está relacionada aquí con el ascenso del ámbito privado y la tendencia al ensamblamiento de ambas esferas, con una marcada derivación hacia lo íntimo, una de cuyas consecuencias mayores es la personalización de la política, el peso decisivo que adquiere la vida privada, la dimensión subjetiva, el carisma, en la construcción de imagen y la representación pública de los candidatos"*⁵¹.

Desde la perspectiva de Sennett, la preponderancia de la vida privada de los políticos⁵² por sobre sus bases programáticas e ideológicas, su integración en el *star system* y su publicitación a manera de productos del mercado, han dado paso al declive del hombre público y a una caída en el narcisismo, en una subjetividad que invade todo tipo de discursos.

De este modo, centrando la atención en sujetos más que en contenidos, asistimos a la decadencia de las ideologías políticas⁵³. Como

⁴⁹ Richard Sennett, *El Declive del Hombre Público*, p. 14.

⁵⁰ Leonor Arfuch, "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 12.

⁵¹ *Ibidem*, p. 8.

⁵² Pero no sólo de políticos. La vida cotidiana de la gente común está invadiendo las pantallas, como veremos más adelante.

⁵³ La televisión juega en este proceso un rol sustancial. La mediatización de la política y la consecuente deflación de la democracia han desembocado en que la televisión se instaure como principal actor civilizador. Tratando de conquistar los medios de comunicación, la política se ha descentrado, ha perdido su propio campo de acción. Se nota, entonces, un aumento de los espacios telemáticos como consecuencia de la disminución –o, en último caso, ausencia- de los espacios políticos.

explica Lipovetsky, "ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad posmoderna no tiene ni ídolo ni tabú, ni tan sólo imagen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis"⁵⁴.

Como podemos apreciar, son muchos los autores que han utilizado la dicotomía público/privado a la hora de hacer un diagnóstico de la sociedad contemporánea. Pero más allá de los recientemente explicitados, habría que mencionar también –por ejemplo- a Norberto Bobbio⁵⁵, un destacado filósofo italiano que ha abordado esta temática a partir de una perspectiva jurídico-política. O a Daniel Bell⁵⁶ quien, desde la sociología, ha realizado un certero análisis de la 'cultura hedonista'. Por último, nombrar a Phillipe Aries⁵⁷, un demógrafo de profesión que abrió una nueva senda en el estudio de la vida privada, sobre todo en mundo de la infancia y la muerte.

Desde el ángulo que se mire, lo importante es subrayar que –sin lugar a dudas- los límites han confundido y lo privado se entrelaza constantemente con lo público. Sin embargo, "la aceptación de esta ambigüedad constitutiva –o por lo menos de esa indecibilidad a priori- no supone la cancelación de los espacios públicos o privado como tales, como tampoco la renuncia a la crítica sobre sus funcionamientos efectivos"⁵⁸. Más bien, nos invita a desplazar el eje de la cuestión, de límites canónicos e inadecuados, a una reflexión más atenta sobre la actualidad, sobre la forma en que construimos sentidos y en especial en torno a los fenómenos que vuelven "públicas ciertas personas y privadas ciertas escenas colectivas"⁵⁹.

⁵⁴ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 10.

⁵⁵ Entre las principales obras de Norberto Bobbio, podemos destacar *El Futuro de la Democracia* (1986); *La Teoría de las Formas de Gobierno en la Historia del Pensamiento Político* (1987); *Estado, Gobierno y Sociedad. Por una Teoría General de la Política* (1989); *Ni con Marx ni contra Marx* (1999).

⁵⁶ Daniel Bell ha escrito, entre otros textos, *El Fin de las Ideologías* (1964); *El Advenimiento de la Sociedad Postindustrial* (1976); y *Las Contradicciones Culturales del Capitalismo* (1977).

⁵⁷ Entre los libros de Phillipe Aries resaltan, por ejemplo, *La Hora de Nuestra Muerte* (1982) e *Historia de la Vida Privada* (Varios Tomos, 1987).

⁵⁸ Leonor Arfuch, *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*. Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2002, p. 77.

⁵⁹ *Ibidem*.

Capítulo 2:

La Publicitación de lo Íntimo: Los Medios de Comunicación y la Vida Pública Privada

“La expresión de que no hay nada que expresar, nada con qué expresarlo, nada desde donde expresarlo, no poder expresarlo, no querer expresarlo, junto con la obligación de expresarlo”.

SAMUEL BECKETT

A estas alturas, es importante advertir que el entrecruzamiento entre las esferas de lo público y lo privado no es el resultado de una operación meramente analítica, sino que tiene lugar diariamente en diferentes fenómenos concretos, cuyos protagonistas son los medios de comunicación.

Como decíamos, la esfera de intimidad sólo logrará materializarse exteriorizándose, desplegándose en lo público, pues necesariamente requiere de la inclusión de otro⁶⁰ en el relato, un otro "ya no como simple espectador sino como copartícipe"⁶¹: una paradoja que resulta, al menos, inquietante. Por esto, a los medios de comunicación se les ve como uno de los principales responsables de este proceso.

En la actualidad, el espacio de la comunicación incluye abiertamente la esfera íntima y los medios se constituyen como el escenario perfecto para publicitar lo privado, pues hacen uso de este espacio en tanto fuente prioritaria para la producción de sus mensajes y como principio y final de sus objetivos.

Pero esta pasión 'biográfica'⁶² y por lo íntimo no es exclusiva de la sociedad actual, sino que tiene sus precedentes en las memorias, diarios íntimos⁶³, autobiografías y correspondencias tan *en boga*, sobre todo, a partir del siglo XVIII⁶⁴, las cuales dan cuenta de "esa obsesión por dejar huellas, rastros, inscripciones, de ese énfasis en la singularidad que es a un tiempo búsqueda de trascendencia"⁶⁵.

De este modo, notamos que hay un auge de los pequeños relatos y un retorno del individuo –no de la razón– como consecuencia de la tan anunciada muerte de los grandes sujetos colectivos (como el pueblo, la

⁶⁰ Lo que más llama la atención de los géneros biográficos, según Arfuch, no es tan sólo la revelación de la propia intimidad, sino más bien el lugar otorgado al otro, ese lector que se presume inclemente y a quien se intenta exorcizar desde la interpelación inicial a través de un pacto que lo incluye explícitamente. Son obras que atraen más por lo que le solicitan y ofrecen al destinatario, que por una especificidad temática.

⁶¹ Leonor Arfuch, *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*, p. 41.

⁶² Para Arfuch, la sola mención de 'lo biográfico' remite a un universo de géneros consagrados que tratan de aprehender la evanescencia de la vida, oponiendo a la repetición abrumadora de los días el registro meticuloso del acontecer, el relato de las vicisitudes.

⁶³ Y este punto no es menor, puesto que, como explica Carlos Pérez, "la expectativa de leer un diario íntimo es concomitante a la promesa de ingresar a un secreto y conocer al sujeto en sus residuos, en sus cegueras, en sus aberraciones secretas, en su borradura; en lo que resta del sujeto una vez despojado de las imposiciones de lo público. Promesa de conocerlo menos en lo dicho que en su decir (el significante incontrolado), más en sus fragilidades que en sus plenitudes" (Carlos Pérez, "Diario Íntimo y Escritura", *Revista de Crítica Cultural*, N° 21. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000).

⁶⁴ Muchos autores coinciden en que la aparición de un 'yo' como garante de una biografía es un hecho que se remonta a poco más de dos siglos, y que en cierta medida se inaugura a partir de *Las Confesiones* de Jean-Jacques Rousseau.

⁶⁵ Leonor Arfuch, *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*, p. 17.

clase, la revolución⁶⁶); a la vez que se disuelve la idea misma de comunidad y se consolida, como nunca, lo narcisista⁶⁷ y lo individual.

Como señala Arfuch, estas narrativas 'del yo' atrapan porque los individuos ven en ellas "el intento, siempre renovado y fracasado, de olvidar ese trauma, ese vacío que los constituye"⁶⁸. En este sentido, la autora plantea que "el sujeto sólo puede encontrar una instancia superadora de ese vacío en actos de identificación⁶⁹, la identificación imaginaria con el otro, con la vida del otro"⁷⁰.

Esta tendencia comenzó a materializarse en los medios de comunicación, específicamente, desde la "marca fundacional del Nuevo Periodismo en los '60, que difuminará los umbrales entre testimonio y ficción avanzando sobre las vidas privadas como revelación de lo auténtico social, del aire de los tiempos, el verosímil de la subjetividad no ha abandonado la escena"⁷¹.

En un comienzo, fueron las vidas ejemplares de personajes ilustres las que colmaron el boom por lo íntimo. Pero lentamente, este interés se desplazó a la investigación de vidas comunes y corrientes. A juicio de Arfuch, "las ciencias sociales y la trama de la historia oral van a consumir este cambio de objetos y también de sujetos: nuevas voces y cuerpos para recrear la narración (...) por distintos carriles el hombre o la mujer común se han incorporado a la fantasía protagónica"⁷².

En la actualidad, muchas formas aparecen disputándose el espacio biográfico: testimonios, historias de vida, entrevistas, relatos de autoayuda, etc. Pero por sobre todo, esta predominancia de lo íntimo en los medios de comunicación que colma las pantallas de televisión, se ve materializada en géneros como los *talk shows* o los *reality shows*⁷³, los cuales poseen la encandilante posibilidad de "saltar la valla que va de la narración de un

⁶⁶ Sobre la 'muerte de los grandes relatos' consultar a Jean François Lyotard, especialmente su texto *La Posmodernidad Explicada a los Niños*.

⁶⁷ Sobre el resurgimiento de Narciso hablaremos en detalle en el capítulo siguiente.

⁶⁸ Leonor Arfuch, *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*, p. 62.

⁶⁹ Hay que recalcar que el rasgo de identificación con el otro no es necesariamente glamoroso, también puede involucrar fallas, debilidades, culpas, etc.

⁷⁰ Leonor Arfuch, *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*, p. 62.

⁷¹ Leonor Arfuch, "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 13.

⁷² Ibidem.

⁷³ Con el avance de la tecnología y el auge de la mediatización, se hace aún más evidente la pasión por lo íntimo.

suceso de la propia vida a su actuación directa en la pantalla (...) la desaparición de toda mediación en aras del acontecimiento en estado puro"⁷⁴. De este modo, se somete la personalidad y la vida entera del individuo a la teatralidad necesaria para generar un producto mediático.

Al respecto, la socióloga francesa Dominique Mehl recalca que estos nuevos géneros simbolizan un momento crucial en la historia de los llamados espacios biográficos, pues señalan, en efecto, *"el resultado de una evolución que ha modelado los medios desde la creación de éstos: la participación cada vez más activa del público en la escena que aparece en la pantalla"*⁷⁵ (...) *Los reality shows constituyen el último estadio de la inclusión del público en la dramaturgia televisual*"⁷⁶.

Pero, además, la predominancia de estos géneros viene a confirmar que la televisión se encuentra ya en un nuevo estadio, pues ha abandonado su rol de simple mediadora para entrar de lleno en el campo de la acción institucional: *"La televisión ya no se limita a ejercer la función de testigo. Se fija por misión intervenir, tomar parte de la gestión de los problemas en nombre de la sociedad toda"*⁷⁷. Luego del predominio de una televisión centrada en la caridad pública, y de la televisión judicial (o justiciera) hoy sobresale una televisión que se hace cargo de los problemas más íntimos del individuo.

En este sentido, la televisión se ha constituido en el nuevo espacio público, una máquina de visión (como la calificaba Virilio) que se ve invadida cada día más por el espacio de la intimidad. Así, la pantalla chica se posiciona como el mecanismo encargado de publicitar lo privado, exponiéndonos la vida de seres comunes y corrientes que de pronto entran a la escena *massmediática*.

Según Carlos Ossa, *"la vida cotidiana se ha transformado en anhelo de orden con participación negada; promesa de ingreso sin igualdad ciudadana; campos de memorias desprovistos de sentido. Y, a su vez, territorio de negociación de identidades, usurpación de códigos, y juegos de*

⁷⁴ Leonor Arfuch, "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 14.

⁷⁵ Pero además –como señala Carlos Ossa– incluso el relato eminentemente periodístico (la información) *"se antropologiza en búsqueda de una etnografía blanda, de barrio y caída, capaz de sostener una tragedia personal en los extremos del montaje ritualizado y la espontaneidad y, sin embargo, ello no reduce sólo a testimonios triviales la práctica informativa, también describe un habla que ha desestabilizado los discursos normativos con una crónica pasajera y mítica, descriptiva y cultural, ciega y creativa"* (Carlos Ossa, "La Trama Estallada (Televisión y Espacio Público)", *Revista de Crítica Cultural*, N° 21. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000, p. 18).

⁷⁶ Dominique Mehl, "La Vida Pública Privada", en *Espacios Públicos en Imágenes*, Isabelle Veyrat-Masson y Daniel Dayan compiladores. Editorial Gedisa, España, 1997, p. 90.

⁷⁷ *Ibidem*, p. 91.

*imágenes que gatillan nuevas visibilidades culturales. Aquí, la televisión se mueve en una doble frontera: institucionaliza lo público para detener su exceso e individualiza la experiencia para teatralizar lo privado*⁷⁸.

Ciertamente, las emisiones televisivas centradas en lo íntimo⁷⁹ ponen de manifiesto una nueva relación entre el espacio público y el privado. Secretos revelados, heridas expuestas, hasta lo más oculto sale a la superficie. En palabras de Mehl, *"estas emisiones representan un elemento central del doble movimiento de la publicitación de lo privado y de privatización de lo público"*⁸⁰.

Por un lado, tenemos que la moral, los problemas psicológicos y las costumbres emergen a la superficie de la escena pública. Los medios de comunicación ofrecen sus cámaras y micrófonos a la expresión de una queja que hasta ahora no se había revelado públicamente. Como nunca antes, *"el espacio público vista el espacio privado"*⁸¹. Pero, por otra parte, los sujetos en crisis salen de sus casas o de la consulta terapéutica y se entregan por completo a los medios de comunicación de masas, en donde publicitan hasta sus más íntimos conflictos: *"El espacio privado modela el espacio público"*⁸².

De esta forma, el campo de acción del espacio público se extiende. En este nuevo espacio público se ponen en escena y se transforman en tema de debate episodios privados, los cuales son, incluso, llevados más allá de la intimidad última, hasta el mundo de las fantasías inconscientes y las angustias reprimidas.

Sin embargo, según Mehl, en este tipo de emisiones se exhibe 'lo relacional' más que lo inconsciente. A su juicio, *"lo que caracteriza a estas emisiones es, en efecto, que no nos dan la impresión de un propósito indiscreto o indecente, sino que más bien nos ofrecen una percepción y una visión de las relaciones interpersonales lo más realistas que sean posibles, así como una representación de los afectos lo más auténtica posible"*⁸³.

⁷⁸ Carlos Ossa, "La Trama Estallada (Televisión y Espacio Público)", *Revista de Crítica Cultural*, N° 21. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000, p. 18.

⁷⁹ Pero contrariamente a lo que se puede creer, este desplazamiento hacia lo íntimo no necesariamente potencia lo privado, sino que la esfera privada desaparece en el momento en que se habla de la intimidad más de lo que se hizo nunca en ningún otro momento de la historia. Se pierde así su definición, pues ya no se la puede identificar con determinados lugares, a la vez que se difuminan los límites de lo íntimo.

⁸⁰ Dominique Mehl, Op. Cit., p. 92.

⁸¹ Ibidem.

⁸² Ibidem.

⁸³ Ibidem, p. 94.

Citando a Sennett, podemos distinguir dos reinados predominantes en torno a los procesos de subjetivización. El primero es el reinado de 'lo impersonal', característico de las sociedades del Antiguo Régimen, volcadas a un modelo eminentemente teatral. Luego, aparecería el reinado de 'lo personal', propio de las sociedades occidentales del siglo XIX, donde encontramos a un individuo dotado de gustos y deseos explorados al máximo en los géneros novelescos.

A estos dos estadios, Mehl agrega la aparición de un tercero: el reinado de 'lo interpersonal'. Este dispositivo es puesto en escena por los *reality shows*, en los cuales "*las relaciones interpersonales y su tratamiento psicológico llegan a constituir un asunto colectivo*"⁸⁴. Si en el modelo de la personalización propuesto por Sennett percibimos los contornos de una vida privada pública, en el dispositivo de lo interpersonal "*se perfila el modelo de una vida pública privada*"⁸⁵.

Es cierto que la confesión íntima no revela ninguna novedad pues, como dijimos, se viene desarrollando desde el siglo XVIII, más específicamente a partir de *Las Confesiones* de Jean-Jacques Rousseau. Sin embargo, el descubrimiento que aporta la televisión a este *boom* por la publicitación de lo íntimo dice relación con un asunto de forma más que de contenido. Como señala Mehl, "*al transformar este proceso en imagen, (la televisión) introduce la mirada en el corazón de la confesión*"⁸⁶. Ahora, los protagonistas tienen un rostro, han abandonado el anonimato.

Y es quizás este rostro visible lo que explica el escándalo que han suscitado emisiones como los *talk shows* o los *reality shows*. La televisión, "*al develar identidades, incita a censurar palabras, pero hace visible la persona y revela, aún cuando lo haga de manera somera, su psicología*"⁸⁷. Así, gradualmente, la terapia ha abandonado los consultorios, los lugares privados y ha invadido la escena pública. Un salto de lleno a la era de la 'psicologización'.

No obstante, muchos expertos coinciden en señalar que estos espectáculos no alcanzan lo íntimo pues, en tales condiciones de publicitación, el inconsciente no aflora. Y es que, justamente, en estas circunstancias se destruye lo que comúnmente entendemos como íntimo, pues la gente sabe que está siendo observada. Según Jean-Pierre Winter, "*lo íntimo implica una relación con la angustia. Pero, en estos programas, las personas no están angustiadas. Para que una mujer pueda decirle a su marido por televisión: 'nunca tuve un orgasmo contigo, pero con otro sí' es*

⁸⁴ Ibidem, p. 95.

⁸⁵ Ibidem.

⁸⁶ Ibidem, p. 97.

⁸⁷ Ibidem.

*necesario que no haya angustia, por lo tanto tampoco hay relación con el deseo, de modo que no hay intimidad*⁸⁸.

Sin embargo, ¿hasta donde capta la gente que está actuando delante de una cámara? ¿Puede ser que en el caso de los *reality shows* –luego de semanas de encierro- surja verdaderamente la intimidad? ¿Representación o ‘realidad’? Son preguntas que siembran la duda en cuanto a la explicitación de lo íntimo en este tipo de emisiones, pero que, sin embargo, no tergiversan su intención primaria, esa marcada pretensión de sacar a la superficie lo más escondido de la naturaleza humana.

Sea como sea, las consecuencias del auge de las emisiones centradas en lo íntimo se hacen sentir en la sociedad. Familias, amigos, compañeros de trabajo se enteran, a través de la pantalla chica, de la crisis de una determinada pareja, del problema de tal vecino, etc. El impacto de la televisión *"desborda el círculo cerrado del estudio de grabación y la gestión del secreto se convierte en una cuestión colectiva referente a una familia, un lugar de trabajo o un lugar donde se vive"*⁸⁹.

En la televisión, se pone de manifiesto la difuminación de los límites que antaño separaban lo público de lo privado y se instala, entonces, *"como la encrucijada donde se hace visible y legible el enlace entre el hombre privado y el hombre público"*⁹⁰.

Pero, ¿a qué responde este fenómeno? Según Lipovetsky, la invasión de lo privado es una de las características más fundamentales de lo que llamamos Posmodernidad, época donde surgen individuos narcisistas, sin grandes banderas ni ideologías, que viven sumidos en un ‘presente perpetuo’. Para Lipovetsky, la Posmodernidad es *"la emergencia de un modo de socialización y de individualización inédito, que rompe con el instituido desde los siglos XVII y XVIII (...) que se caracteriza por la privatización ampliada, la erosión de las identidades sociales, el abandono ideológico y político y la desestabilización acelerada de las personalidades"*⁹¹.

La sociedad se ha ido individualizando, creando ciudadanos concentrados en sí mismos y en sus intereses particulares, que se desplazan a lo social en acto segundo, sólo cuando lo colectivo amenaza su pequeño mundo. Lipovetsky afirma que asistimos a un proceso de personalización, donde lo privado prima sobre lo público, donde los miedos hacia el futuro impulsan a vivir exclusivamente en el presente.

⁸⁸ Jean-Pierre Winter citado por Dominique Mehl en "La Vida Pública Privada", p. 102.

⁸⁹ Dominique Mehl, Op. Cit., p. 107.

⁹⁰ Ibidem, p. 111.

⁹¹ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 5.

Luego de la agitación política y cultural de la década del sesenta, hemos caído en 'la era del vacío' donde existe un reflujo por los intereses personales y una impermeabilización ante lo trágico. En resumen, y tal como propugna Lipovetsky, lo individual supera a lo colectivo, el presente se impone sobre el futuro, lo psicológico sobre lo ideológico, la comunicación sobre la politización y lo permisivo sobre lo coercitivo.

Para entender el fenómeno del 'presente perpetuo' al que aluden autores como Lipovetsky o Jameson, hay que tener en cuenta que la Posmodernidad se funda en aquella fuerza que desvincula el significante del significado, por lo que el significado es puesto en entredicho. De esta forma, sólo nos quedamos con el juego reluciente de los significantes.

Así, el presente engloba al sujeto con una viveza extraordinaria, con una materialidad de percepción realmente abrumadora que subraya de manera efectiva el poder del significante aislado. La Posmodernidad, entonces, puede aparecer como un gigantesco proceso de pérdida de sentido, que ha conducido a la destrucción de todas las historias y referencias, haciendo que el individuo se vuelque hacia sí mismo⁹².

Y la televisión -y los medios de comunicación en general- también potencian este estado de presente perpetuo, pues el individuo posmoderno percibe en una pantalla el mundo al instante, sin referencias de un antes o un después. Incluso los filmes diluyen la contemporaneidad permitiéndole al espectador recibir la narrativa fuera del tiempo histórico real. El lenguaje artístico del simulacro del pasado mengua la posibilidad de experimentar la historia de manera activa.

Existe, entonces, una crisis de la historicidad manifiesta sintomáticamente en la imposible adaptación del organismo humano a las velocidades del nuevo sistema mundial. El sujeto posmoderno es incapaz de procesar la historia misma.

Este tipo de estética del *shock* o del *videoclip*, ha permitido a autores como Jameson⁹³ hablar de experiencia esquizofrénica, concepto lacaneano que el autor norteamericano utiliza para dar cuenta de ciertas prácticas de la cultura actual. La esquizofrenia, es la metáfora que corresponde a la estética de la fragmentación en donde se rompe la cadena de significante y por lo

⁹² Según Lipovetsky, hoy solamente importa "vivir el presente, sólo el presente y no en función del pasado y del futuro, es esa pérdida de sentido de la continuidad histórica, esa erosión del sentimiento de pertenecer a una sucesión de generaciones enraizadas en el pasado y que se prolonga en el futuro (...) Hoy vivimos para nosotros mismos, sin preocuparnos por nuestras tradiciones y nuestra posteridad: el sentido histórico ha sido olvidado de la misma manera que los valores y las instituciones sociales" (Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 51).

⁹³ Sobre este tema, consultar Frederic Jameson, "Posmodernismo y Sociedad de Consumo", en el libro *La Posmodernidad*, Hal Foster compilador.

tanto la construcción de sentido se pierde. Entonces, se genera esta sensación de presente continuo, desconectado de un pasado y un futuro.

En resumen, individualismo, soledad, desamparo. Y, en cierto sentido, podemos afirmar que las emisiones centradas en la intimidad vienen, por lo menos simbólicamente, a reparar el vínculo social. Pues cuando la soledad y el sufrimiento se tornan visibles, pueden recibir un tratamiento social. Por el modo de exponer y tratar esa miseria del mundo, la televisión "*legítima, alienta, ciertas formas de solidaridad y eventualmente se hace cargo de ellas. La televisión compasiva contribuye así a reevaluar el campo de los problemas públicos y a valorizar, dentro de este campo, las prácticas de asistencia*"⁹⁴.

La televisión se ha adaptado al curso de las cosas y se ha configurado como un nuevo espacio público donde individuos desamparados y extrapreocupados de sí vuelcan constantemente sus preocupaciones con el fin de encontrar en ella alguna clase de tribuna a sus problemas y una mínima posibilidad de ser escuchados. Es el resurgimiento de Narciso. Una figura que ha vuelto... para quedarse.

⁹⁴ Dominique Mehl, Op. Cit., p. 110.

Capítulo 3:

El Resurgimiento de Narciso

“Pues la ciudad siempre es la misma. Otra no busques –no la hay-, ni caminos ni barcos para ti. La vida que aquí perdiste la has destruido en toda la tierra”.

KONSTANTINOS KAVAFIS

Como se expuso en el capítulo anterior, hoy apreciamos un auge en la popularidad de la modalidad confesional⁹⁵, sobre todo en aquellos relatos que dicen relación con el plano de las comunicaciones, situación que es –por cierto- una muestra del nuevo narcisismo que permea la cultura actual en su conjunto.

En el caso de la literatura, por ejemplo, los escritores en vez de ficcionalizar la materia íntima, o bien reordenarla, han adquirido el hábito de presentarla sin digerir, dejando que el lector la interprete. A juicio del historiador norteamericano Christopher Lasch, *“en lugar de explorar sus memorias, muchos escritores descansan hoy en la simple revelación de sí mismos para mantener el interés del lector, apelando no ya a su entendimiento sino a la curiosidad salaz por la vida privada”*⁹⁶.

Curiosidad salaz por la vida privada que, sin embargo, sólo puede revelarnos un vacío, pues el escritor ya no ve la realidad reflejada en su propia mente sino que percibe el mundo como un espejo de sí mismo. Como recalca Lasch, *“haciendo un registro de sus experiencias interiores, no pretende ofrecer un recuento objetivo de un fragmento representativo de la realidad, sino seducir a otros para que le presten atención, para que lo aclamen o simpaticen con él y refuercen, de ese modo, su vacilante noción de sí mismo”*⁹⁷.

⁹⁵ Christopher Lasch apunta críticamente a que el auge de la modalidad confesional y, por cierto, la sobre-exposición de la intimidad, no se relaciona necesariamente con la afirmación de la personalidad sino que, por el contrario, con su derrumbamiento. Según su opinión, *“los poetas y novelistas de hoy, lejos de glorificar el self, hacen la crónica de su desintegración. Las terapias que atienden ‘yoes’ destrozados conllevan un mensaje similar. Nuestra sociedad, lejos de promover la vida privada a expensas de la vida pública, ha hecho que sea cada vez más difícil hacer amigos, lograr encuentros amorosos y matrimonios profundos y duraderos. A medida que la vida social se torna cada vez más belicosa y más bárbara, las relaciones interpersonales, que sin duda ofrecen un alivio ante esas circunstancias, adoptan las características de una lucha”* (Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*. Editorial Andrés Bello, España, 1999, p. 51).

⁹⁶ Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*. Editorial Andrés Bello, España, 1999, p. 37.

⁹⁷ Ibidem, p. 41.

La vida privada ha entrado en escena con un vigor inusitado. Y no hay quien la detenga. Pero esta 'corriente' autorreferencial no sólo atañe planos como la literatura, sino que –incluso– ámbitos tan 'públicos' como la política (situación que será analizada en el capítulo siguiente).

¿Pero, de qué hablamos al citar la irrupción de un 'nuevo narcisismo'? Para entender mejor este concepto, debemos remontarnos a la Grecia Antigua, pues fue el escritor Publio Ovidio Nasón (Sulmona, 43 a.C, Constanza, Rumania, 17 d.C) quien mencionó por primera vez el término 'Narciso'⁹⁸ en su obra *Las Metamorfosis*⁹⁹.

Cuenta la leyenda griega que Júpiter y Juno discutían sobre cuál de los sexos gozaba más en el momento del amor. Para definir la contienda, Tiresias –que había sido hombre y mujer– es convocado como juez. Como se inclinó por la opción de Júpiter, Juno, desairada, decidió enceguecerlo. Júpiter, no pudiendo devolverle la vista, le otorga a Tiresias el don de la profecía. El primero en quien se vieron ratificados sus vaticinios fue Narciso. Cuando la madre de Narciso le preguntó por el destino de su hijo, el profeta contestó: "*Vivirá mucho si él no se ve a sí mismo*"¹⁰⁰.

Pero el destino de Narciso ya estaba escrito. Veamos como sigue esta historia: "*En un valle encantador había una fuente de agua extremadamente clara, que jamás había sido enturbiada ni por cieno ni por los hocicos de los ganados. A esa fuente llegó Narciso, y habiéndose tumbado en el césped para beber, Cupido le clavó por la espalda su flecha (...) Lo primero que vio Narciso fue su propia imagen reflejada en el limpio cristal. Intensamente creyó que aquel hermosísimo rostro que contemplaba era el de un ser real, ajeno a sí mismo. Sí, él estaba enamorado de aquellos ojos que relucían*

⁹⁸ Posteriormente (en los siglos XIX y XX) este concepto entró de lleno en el ámbito de la psicología clínica, de la mano de autores como Sigmund Freud y Jacques Lacan. Hoy en día, los términos de *Narciso* y *narcisismo* son ampliamente utilizados y estudiados por autores provenientes de las más variadas disciplinas (filosofía, sociología, etc.) entre los que se destacan –principalmente– Richard Sennett (*Narcisismo y Cultura Moderna*), Gilles Lipovetsky (*La Era del Vacío*) y Christopher Lasch (*La Cultura del Narcisismo*). Y aunque las distinciones no son del todo nítidas, podemos aventurar una cierta clasificación de las distintas aproximaciones al tema: Freud aborda el tópico del narcisismo desde una perspectiva más 'psicologista' o 'biologicista', Sennett desde un punto de vista más historicista y Lasch y Lipovetsky, en tanto, a partir de una mirada más 'culturalista'.

⁹⁹ *Las Metamorfosis* es el título de un poema épico escrito en hexámetros, que abarca 15 libros y más de 12 mil versos. En ellos se narran doscientas cuarenta y seis fábulas metafóricas, dispuestas cronológicamente: desde la formación del Caos hasta la transformación en estrella de Julio César.

¹⁰⁰ Publio Ovidio Nasón, *Las Metamorfosis*. Editorial Espasa Calpe, España, 1993, p. 60.

*como luceros, de aquellas mejillas imberbes (...) El objeto de su amor era... él mismo. ¡Y deseaba poseerse!*¹⁰¹.

Prontamente, Narciso comprendió que se trataba de su propia imagen: *"Os tiendo mis brazos y me tendéis los vuestros. Os acerco mi boca y vuestros labios se me ofrecen (...) Debe ser mi propia imagen la que me engaña. Me amo a mí mismo (...) ¡Desdichado yo que no puedo separarme de mí mismo! A mí me pueden amar otros, pero yo no me puedo amar... ¡Ay! El dolor comienza a desanimarme (...) Tornó Narciso a contemplarse en la misma fuente. Y lloró, ebrio de pasión, ante su propia imagen (...) El ardor le consumía poco a poco. La metamorfosis duró escasos minutos. Al cabo de ellos, de Narciso no quedaba sino una rosa hermosísima, al borde de las aguas, que se seguía contemplando en el espejo sutilísimo"*¹⁰².

Como advertimos, le debemos a la mitología griega el mérito de instalar el concepto de Narciso, el cual fue posteriormente retomado por decenas de autores, convirtiéndolo en uno de los pilares fundamentales de las teorías psicoanalíticas actuales.

A juicio de Lipovetsky, la identificación de una determinada época o tipo de sociedad con un personaje 'mítico' no debe extrañarnos, puesto que *"a cada generación le gusta reconocerse y encontrar su identidad en una gran figura mitológica o legendaria que reinterpreta en función de los problemas del momento"*¹⁰³. Y si antes fue Prometeo, Don Quijote o Fausto, el emblema de nuestros tiempos es, sin duda alguna, Narciso.

Sin embargo, aunque Narciso sea la insignia de nuestra sociedad actual, no debemos desconocer otras figuras (provenientes tanto de la mitología griega como de la literatura universal) que también pueden relacionarse con el individualismo. Dentro de la mitología griega, por ejemplo, además de Narciso cabría citar a Prometeo, quien se identifica con la imagen del 'civilizador', en tanto padre y maestro de los hombres.

Pero también podemos encontrar otros emblemáticos ejemplos más allá de las historias clásicas. Por ejemplo, en el período que los historiadores denominan Contrarreforma (siglos XVI y XVII) –etapa en que las fuerzas de la tradición y la autoridad intentaron eliminar las nuevas aspiraciones renacentistas¹⁰⁴–, surgen a partir de la literatura tres personajes que se

¹⁰¹ Ibidem, p. 61.

¹⁰² Ibidem, p. 63.

¹⁰³ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 49.

¹⁰⁴ Todas estas figuras tienen sus antecedentes en el Renacimiento, época que se caracteriza por el auge del individualismo (el hombre como centro del mundo) y donde afloran ciertos ribetes de 'subjetividad' que posteriormente serán reafirmados por el Romanticismo en el siglo XIX. De hecho, todas estas figuras que tienen sus bases en el Renacimiento, alcanzarán un auge inédito en el Romanticismo.

vinculan directamente con el individualismo moderno: Fausto¹⁰⁵ (el gran conoedor, cuya curiosidad insatisfecha terminó condenándolo) Don Quijote (hombre generoso que encarna los más altos valores del idealismo caballeresco) y Don Juan (quien pretende la materialización de una experiencia ilimitada con las mujeres).

En palabras del historiador inglés Ian Watt, "*todos ellos se caracterizan por los impulsos positivos e individualistas del Renacimiento: todos ellos desean hacer las cosas a su manera, al margen de los demás*"¹⁰⁶, a la vez que luchan incansablemente por configurar su propio destino (aunque en sus versiones originales son castigados por una sociedad donde aún prima un ambiente anti-individualista).

Como vemos, son muchas las figuras que encarnan, míticamente, el individualismo moderno. Entonces, ¿por qué identificar a la sociedad posmoderna con la figura de Narciso? Antes de responder esta pregunta, cabe señalar que el responsable del nexo entre los griegos y la psicología es Sigmund Freud, quien fue rearticulando el concepto de Narciso (y narcisismo) a lo largo de sus escritos.

Sin embargo, no fue este autor el primero en mencionar el vocablo en el plano médico. En el texto *Introducción al Narcisismo* (1914)¹⁰⁷ Freud reconoce haber tomado esta palabra de Paul Näcke, quien lo utilizó -en 1899- para describir una perversión, en la que el individuo trata a su propio

¹⁰⁵ Hay muchas versiones sobre la historia de Fausto, sin embargo, la que más ha trascendido es la del novelista alemán Johann Wolfgang von Goethe (1808 primera parte, 1832 segunda parte). En ella se nos muestra a un Fausto anciano, decepcionado de una vida consagrada al estudio. Como afirma Francisco José Folch, "*el viejo Fausto como el joven Hamlet no ha vivido, sólo ha estudiado, oprimido por esa balumba de libros roídos por la polilla*". Pero lucha por revertir su situación: "*No quiere ya más consumirse en vano y emplea sus más poderosos conjuros para invocar al Espíritu que, en efecto, se le muestra por un instante en el torbellino de la acción*" (Francisco José Folch, *Sobre Símbolos*. Editorial Universitaria, Chile, 2000, p. 173). El viejo Fausto, 'ayudado' por el demonio, recobrará su juventud perdida y vivirá ilimitadamente. Sin embargo, volverá a envejecer. Ya cavan su tumba los lémures -como sentencia Folch- pero él sigue soñando con comandar una muchedumbre en continua actividad. De ahí que a Fausto -a diferencia de Hamlet que encarna la inacción- se le identifique como símbolo de acción.

¹⁰⁶ Ian Watt, *Mitos del Individualismo Moderno. Fausto, Don Quijote, Don Juan y Robinson Crusoe*. Cambridge University Press, España, 1999, p. 11.

¹⁰⁷ *Introducción al Narcisismo* es uno de los escritos más importantes de Freud sobre este tema. Anteriormente, se había referido al narcisismo en *Un Recuerdo Infantil de Leonardo da Vinci* (1910), en *Sobre un Caso de Paranoia descrito Autobiográficamente (Caso Schreber)* (1911) y en *Tótem y Tabú* (1912-13).

cuerpo como un objeto sexual, mostrando para él la ternura que normalmente se reserva para un objeto exterior¹⁰⁸.

Para comprender de qué se trata el concepto de narcisismo, hay que tener en cuenta en primer lugar que –siguiendo las teorías psicoanalíticas clásicas- todos los seres humanos contamos con una energía que pone en marcha la pulsión sexual, la cual se ha denominado comúnmente como libido. La libido debe ser ‘expulsada’ hacia el mundo exterior, tanto hacia las personas como a las cosas que nos rodean. Sin embargo, en el caso de los narcisistas, el destino de esa libido no es el exterior, sino que ésta se dirige hacia el mismo mundo interior, es decir, hacia el propio Yo.

Pero cabe aquí hacer la distinción entre el narcisismo primario y el secundario (según la categorización de Freud). El primer narcisismo –‘sano’ e indispensable en la estructuración de todo sujeto- corresponde a aquella etapa en la que el niño se toma a sí mismo como objeto de amor, antes de elegir objetos exteriores (en este período el niño todavía no diferencia claramente su ser de los objetos del mundo exterior por lo que él es su propio objeto de amor). Es decir, esta es una fase en la que los componentes pulsionales de la sexualidad hallan su satisfacción en el cuerpo del individuo. Una etapa de autoerotismo a la cual sobreviene la elección del objeto.

El narcisismo secundario, en tanto, implica que, a la hora de elegir objetos externos, el individuo se elige a sí mismo como depositario de la libido. Este estado patológico posterior suele darse en personas que se repliegan sobre sí mismas, quienes generalmente retiran la libido de los objetos del mundo exterior, dirigiéndola por completo al Yo (por lo que -en consecuencia- se comportan como si estuviesen enamoradas de sí mismas).

Freud afirma que, en general, los individuos del sexo masculino tienden a elegir como objeto depositario del deseo a las personas que reemplazarían la imagen de la madre (o sus subrogados), es decir, aquella que se hizo cargo de las labores de alimentación, cuidado y protección del niño. Frente a esto, el autor agrega que, sin embargo, *"muchas personas, y especialmente aquellas en las cuales el desarrollo de la libido ha sufrido alguna perturbación (por ejemplo, los perversos y los homosexuales) no*

¹⁰⁸ Pero Freud, en una nota añadida en 1920 a una edición de su libro *Tres Ensayos para una Teoría Sexual*, modifica esta afirmación atribuyendo la utilización del término narcisismo a Havelock Ellis, quien publicó en 1898 un trabajo titulado *Autoerotismo, un Estudio Psicológico*. Sin embargo, posteriormente se comprobó que lo que realmente sucedió es que Ellis era conocido de Näcké e intercambiaban sus trabajos en cuanto se publicaban. Näcké los traducía al alemán y Ellis al inglés y así difundían sus artículos en las diferentes revistas científicas. Cuando Ellis publica su trabajo sobre autoerotismo, Näcké en su traducción cambia su expresión ‘tendencia del tipo Narcissus’ por la de ‘Narcismus’. Lo correcto sería entonces atribuir a Ellis la descripción generalizada como actitud psicológica y de la evocación de ‘Narcissus’, y a Näcké la incorporación del sufijo ‘ismo’.

*eligen su ulterior objeto conforme a la imagen de la madre, sino conforme a la de su propia persona*¹⁰⁹.

Pero esto no sólo sucede en el caso de los homosexuales. Otras personas también pueden desarrollar un Yo ideal sobre el cual recae todo el amor de sí mismo que en la infancia gozó el Yo real. El narcisismo, entonces, aparece desplazado a este nuevo Yo ideal que, al igual que el infantil, cuenta con un sinnúmero de perfecciones.

*Según Freud, "aquí, como siempre ocurre en el ámbito de la libido, el hombre se ha mostrado incapaz de renunciar a la satisfacción de que gozó una vez. No quiere privarse de la perfección narcisista de su infancia, y si no pudo mantenerla por estorbárselo las admoniciones que recibió en la época de su desarrollo y por el despertar de su juicio propio, procura recobrarla en la nueva forma del ideal del Yo. Lo que él proyecta frente a sí como su ideal, es el sustituto del narcisismo perdido de su infancia, en la que él fue su propio ideal"*¹¹⁰.

El Yo ideal articula al narcisismo secundario, que no es otro que el amor por uno mismo, por esa imagen ideal con la que el sujeto se identifica construyéndola a partir del otro, objeto de la libido. El Yo ideal implica el sentimiento omnipotente de sí mismo, que depende estrechamente de la libido narcisista, es decir, de la libido vuelta desde los objetos sobre el Yo. El narcisismo es, entonces, el complemento libidinoso del egoísmo, porque mientras el egoísmo procura aquello que es útil, el narcisismo le agrega la satisfacción libidinal.

Hoy, el narcisismo ha desplazado a otras patologías como las neurosis o histerias¹¹¹ de los primeros lugares del *ranking* de las psicopatías más comunes, situación que acarrea unos cuantos inconvenientes, sobre todo para los terapeutas. Esto porque los síntomas de los problemas psicológicos que antes aquejaban a la humanidad eran perfectamente explícitos y, por tanto, categorizables y reconocibles. Sin embargo, con el auge de patologías de raíz narcisista, estos indicios se ocultan cada vez con mayor efectividad.

Según Richard Sennett, "todo el sistema médico de signos enfermizos se enfrenta ahora al desafío que supone el aumento incesante de personas que no evidencian síntomas concretos y reveladores de dolencia, sino que

¹⁰⁹ Sigmund Freud, *Introducción al Narcisismo y Otros Ensayos*. Alianza Editorial, España, 1997, p. 22.

¹¹⁰ *Ibidem*, p. 29.

¹¹¹ En este punto coincide también la opinión de Christopher Lasch. Según este autor, "las neurosis clásicas tratadas por Freud estaban dando paso a trastornos narcisistas de la personalidad. Antes solía uno toparse con gente que llegaba con la compulsión de lavarse las manos, con fobias y neurosis familiares, informa Sheldon Bach en 1976. Ahora se ven, preferentemente, narcisistas" (Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*, p. 287).

*más bien expresan un malestar endémico a sus estados de carácter*¹¹². Esta sensación va directamente relacionada –en palabras del autor- con una *"incapacidad de sentirse estimulados o de llegar a estarlo; un sentido persistente de ilegitimidad que es más fuerte cuando se le reconoce a uno como legítimo; una sensación de estar muerto para el mundo"*¹¹³.

Incapacidad de sentirse estimulados, es decir, bloqueo de la percepción, tal como en un principio, Narciso –embozado- no comprendió que esa imagen reflejada en las aguas correspondía a su propio ser. En este sentido, el sociólogo canadiense Marshall Mc Luhan nos provee una explicación que intenta esclarecer el por qué de esta ceguera, la cual puede ser también de gran utilidad a la hora de comprender los cambios que conlleva la introducción de cada nuevo medio o tecnología en nuestra sociedad.

En primer lugar, Mc Luhan postula que todo nuevo medio, invención o tecnología, se puede entender como una prolongación de alguna parte u órgano del cuerpo humano¹¹⁴ y que, inevitablemente, estas extensiones sumen a los individuos en un estado de embotamiento. Fisiológicamente, hay varias razones que explican esta situación y todas tienen como denominador común la búsqueda por reestablecer el equilibrio perdido, tal como el Sistema Nervioso Central *"entra en acción para protegerse a sí mismo mediante una estrategia de autoamputación o aislamiento"*¹¹⁵ cuando alguna función, sentido u órgano ha resultado lesionado.

Del mismo modo, *"cualquier invento o técnica constituye una prolongación o una autoamputación de nuestro cuerpo físico y esta prolongación reclama también razones o equilibrios entre los demás órganos y prolongaciones del cuerpo"*¹¹⁶. Es decir, cualquier ampliación o prolongación sólo resulta soportable por medio del embotamiento o bloqueo de ciertos rasgos de la percepción¹¹⁷. Y este –según Mc Luhan- es

¹¹² Richard Sennett, *Narcisismo y Cultura Moderna*. Editorial Kairós, España, 1980, p. 10.

¹¹³ Ibidem.

¹¹⁴ Por ejemplo, la rueda puede ser entendida como la extensión del pie, la vestimenta como prolongación de la piel, etc.

¹¹⁵ Marshall Mc Luhan, *La Comprensión de los Medios como Extensiones del Hombre*. Editorial Diana, México, 1971, p. 69.

¹¹⁶ Ibidem, p. 72.

¹¹⁷ Mc Luhan sostiene que los medios ejercen una influencia irresistible en el hombre y la sociedad. A su juicio, *"el hombre prehistórico o tribal existió en un armonioso equilibrio de los sentidos, percibiendo el mundo igualmente a través del oído, el olfato, el tacto, la vista y el gusto. Pero las innovaciones tecnológicas son extensiones de las habilidades y los sentidos humanos que alteran dicho equilibrio sensitivo; una alteración que a su vez,*

exactamente *"el sentido del mito de Narciso (...) la imagen produce un shock o embotamiento generalizado que rehuye el conocimiento"*¹¹⁸. En otras palabras, *"la autoamputación prohíbe el reconocimiento"*¹¹⁹.

De hecho, el nombre Narciso proviene de la palabra griega narcosis que significa embotamiento. Como sabemos, Narciso –equivocadamente– tomó el reflejo de sí mismo como si fuese el de otra persona diferente y, a juicio de Mc Luhan, *"esta prolongación de sí mismo por espejismo embotó sus percepciones hasta convertirse en ser o mecanismo de su propia imagen prolongada o repetida"*¹²⁰.

El punto está en que *"al adoptar continuamente nuevas técnicas, nos relacionamos con ellas en calidad de servomecanismos. Por eso es que, para utilizarlos, tenemos que servir a estos objetos, a estas prolongaciones de nosotros mismos, como si fuesen dioses o religiones menores"*¹²¹.

Esto explica por qué generalmente el hombre *"permanece tan inconsciente de los efectos psíquicos y sociales de su nueva tecnología, como un pez lo está del agua donde nada"*¹²². De ahí que Mc Luhan siempre hizo hincapié en concientizar a la gente sobre las innovaciones causadas por la introducción de nuevos medios. Según él, *"si entendemos las transformaciones revolucionarias causadas por los nuevos medios, podremos anticiparlas y controlarlas; pero si continuamos en nuestro trance subliminal autoinducido, seremos sus esclavos"*¹²³.

Pero volviendo al tema que nos concierne, y tal como adelantábamos, son muchas las personas que en la actualidad padecen de ese extraño malestar endémico, que les impide sentirse estimulados y les imprime la extraña impresión –como describe Sennett– de estar muertos para el mundo. Sin embargo, esta situación no implica que *"todos los individuos del presente fueran candidatos a un asilo mental, sino que la gente normal manifiesta ahora muchos rasgos de personalidad que aparecían en su forma más extrema del narcisismo patológico"*¹²⁴, pues las condiciones sociales

inexorablemente, da una nueva forma a la sociedad que creó la tecnología" (Eric Mc Luhan, Franz Zingrone, *Mc Luhan: Escritos Esenciales*. Editorial Paidós, 1998, p. 280).

¹¹⁸ Marshall Mc Luhan, Op. Cit., p. 70.

¹¹⁹ Ibidem.

¹²⁰ Ibidem, p. 68.

¹²¹ Ibidem, p. 74.

¹²² Eric Mc Luhan, Franz Zingrone, *Mc Luhan: Escritos Esenciales*. Editorial Paidós, 1998, p. 284.

¹²³ Ibidem, p. 286.

¹²⁴ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 287.

predominantes hacen que surjan rasgos de personalidad narcisistas en todas las personas, en distintos grados de profundidad.

Son numerosas las características que podríamos enumerar para definir al Narciso de nuestra época pero, si de resumir se trata, podemos afirmar que –principalmente- el narcisista experimenta de forma constante un sentimiento de inautenticidad y vacío interior, al que se asocia, como dijimos, la incapacidad de sentir y la dificultad de establecer cualquier conexión con el exterior¹²⁵.

A partir de estos nuevos síntomas, un grupo de psicoanalistas norteamericanos comenzaron a estructurar –en la década de los setenta- una nueva teoría del Yo que establece una correspondencia entre narcisismo y formación del carácter.

En un principio, puede parecer extraño que relacionemos con tanta recurrencia el término narcisismo con la incapacidad de sentir, pues comúnmente lo asociamos con fuertes sentimientos de amor a uno mismo. Pero reparemos en un ejemplo que consigna Sennett para corroborar esta relación: *"Una persona viene en busca de ayuda porque cada vez que se acerca mucho a otra persona siente miedo y quiere alejarse de ella en seguida. Sus sentimientos hacia el otro no son lo bastante fuertes para vencer su terror o siente un vacío en un momento determinado de sus relaciones con la otra persona"*¹²⁶.

Frente a una desesperación semejante, se puede concluir que, ciertamente, la persona a la cual alude el ejemplo se ve imposibilitada de sentir. Pero si vamos más allá, comprobaremos que ese 'otro' –una persona o el mundo exterior- fue incapaz de estimularla.

En palabras de Sennett, la declaración de incapacidad tiene un doble filo, es decir, *"quienes se preocupan por mí, a causa de su misma preocupación son inadecuados para mis necesidades y no son realmente los indicados"*¹²⁷. Como resultado, *"la persona atrapada en este círculo siente que quienes tratan de acercarse a ella la violan, no le dejan espacio libre para respirar; y por eso huye hacia la próxima persona idealizada como perfecta hasta que comienza a preocuparse por ella"*¹²⁸.

¹²⁵ Según Christopher Lasch, esta dificultad de establecer cualquier conexión con el exterior radica en que *"Narciso se ahoga en su propio reflejo, sin llegar a entender nunca que eso es sólo un reflejo. Lo esencial del cuento no es que Narciso se enamore de sí mismo, sino que no reconoce su propio reflejo porque carece de toda noción de una diferencia entre él mismo y su entorno"* (Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*, p. 289).

¹²⁶ Richard Sennett, *Narcisismo y Cultura Moderna*, p. 11.

¹²⁷ Ibidem, p. 12.

¹²⁸ Ibidem.

Un verdadero círculo vicioso. Y justamente en esto consiste el narcisismo clínico: *"El mundo es un espejo del Yo, una superficie en la que uno proyecta sus propias necesidades, necesidades que uno verdaderamente anhela ver satisfechas. Pero cuando se refleja detrás de otra imagen, fuera de uno mismo pero en dirección a uno mismo, toda capacidad de desear, de imaginar y dar cuerpo a los propios deseos se ve amenazada, como si, cuando se reflejan dos imágenes en el espejo, éste fuera a romperse"*¹²⁹.

A esto refiere el mito griego del Narciso. La estructura emocional del mito radica en que *"cuando uno no puede distinguir entre Yo y otro y trata a la realidad como una proyección del Yo, se encuentra en peligro"*¹³⁰, riesgo que está incluido en el mito, puesto que Narciso se inclina tan de cerca hacia su reflejo (y sus sentidos de percepción de la realidad exterior están tan absorbidos por los reflejos de sí mismo), que el Yo desaparece, queda destruido.

A juicio de Sennett *"en la vida ordinaria, tras la caída en el agua (...) el perfil clínico que presenta el paciente es el de sentirse muerto interiormente, sentir que uno no vale nada y ver que en el exterior no hay nada que valga la pena"*¹³¹.

Nada que valga la pena. Cada vez son menos las ideas y situaciones capaces de motivar y alentar a los individuos¹³². Tal como asevera Christopher Lasch, *"el conjunto de la sociedad burguesa parece haber agotado, en todas partes, su propia reserva de ideas constructivas"*¹³³.

Hoy, ninguna disciplina es capaz si quiera de plantearse grandes desafíos a la hora de comprender el mundo en que vivimos¹³⁴. En todas

¹²⁹ Ibidem, p. 13.

¹³⁰ Ibidem.

¹³¹ Ibidem.

¹³² Según Lipovetsky, *"la despolitización y la desindustrialización adquieren proporciones jamás alcanzadas, la esperanza revolucionaria y la protesta estudiantil han desaparecido, se agota la contra-cultura, raras son las causas capaces de galvanizar a largo término las energías. La res pública está desvitalizada, las grandes cuestiones filosóficas, económicas, políticas o militares despiertan poco a poco la misma curiosidad desenfadada que cualquier suceso, todas las 'alturas' se van hundiendo, arrastradas por una vasta operación de neutralización y banalización sociales"* (Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 51). Sin embargo, cabe aquí situar el juicio de Lipovetsky, pues él habla –claramente– desde un determinado tipo de sociedad europea. En ese sentido, hay que recordar que este desinterés convive con el auge de diversos fundamentalismos.

¹³³ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 13.

¹³⁴ *"Sumido en la bancarrota política, el liberalismo está a su vez en franca bancarrota intelectual. Las ciencias que él mismo alentara (...) ya no brindan explicaciones satisfactorias de los fenómenos que se declaraban ansiosos por dilucidar. La teoría económica neoclásica ya no puede explicar la coexistencia de desempleo e inflación; la sociología ha renunciado al*

partes podemos encontrar indicios que confirman la apocalíptica impresión de que *"el mundo moderno se enfrenta al futuro sin mayores esperanzas"*¹³⁵.

¿Hacia donde huir? Asumiendo esta realidad externa tan desoladora, al individuo no le queda otra alternativa que volverse sobre sí mismo. Como afirma Lasch, *"tras el torbellino político de los sesenta, los ciudadanos occidentales se replegaron a cuestiones puramente personales. Sin esperanzas de mejorar su vida en ninguna de las formas que verdaderamente importan, la gente se convenció de que lo importante es la mejoría psíquica personal"*¹³⁶.

Al parecer, sólo la esfera privada logra salir victoriosa de ese maremoto apático (como le llama Lipovetsky): *"Cuidar la salud, preservar la situación material, desprenderse de los complejos, esperar las vacaciones: vivir sin ideal, sin objetivo trascendente resulta posible"*¹³⁷. Fin del 'homo politicus'. Bienvenido sea el 'homo psicologicus'.

Con esto se evidencia, nuevamente, la ya clásica caída de los metarrelatos expuesta por Jean François Lyotard. Ya no hay verdades absolutas, el sentido está muerto y enterrado bajo capas y capas de significantes aislados. Sin embargo, esto no comporta la inexistencia canales de información y expresión. Aunque sin sentido, siempre habrá algo que decir porque –a como de lugar- habrá que escapar de la soledad y el anonimato.

Como resalta Lipovetsky, si *"la sociedad moderna estaba obsesionada por la producción y la revolución, la edad posmoderna lo está por la información y la expresión"*¹³⁸. Todos quieren aportar algo según su experiencia íntima, todos son incitados a telefonar a tal y cual programa de radio o televisión para narrar su experiencia, todos podemos –al mismo tiempo- *"hacer de locutor y ser oídos"*¹³⁹. Pareciera ser que, como nunca, todos sienten la necesidad de comunicarse.

No obstante, cuanto mayores son los medios de expresión, menos cosas hay para decir; *"paradoja reforzada aún más por el hecho de que*

intento de bosquejar una teoría general de la sociedad moderna; la psicología académica renuncia al desafío que planteó Freud y se repliega a la medición de cuestiones triviales. Las ciencias naturales (...) anuncian que la ciencia no ofrece ninguna cura milagrosa de los males sociales" (Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*, p. 14).

¹³⁵ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 15.

¹³⁶ Ibidem, p. 22.

¹³⁷ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 51.

¹³⁸ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 14.

¹³⁹ Ibidem.

*nadie en el fondo está interesado por esa profusión de expresión, con una excepción importante: el emisor o el propio creador. Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor*¹⁴⁰.

Comunicar por comunicar. Expresar por expresar. Sólo un micropúblico registra lo que decimos: *"El narcisismo descubre aquí como en otras partes su convivencia con la desubstancialización posmoderna, con la lógica del vacío"*¹⁴¹. Un vacío que no comporta, sin embargo, *"ni tragedia ni apocalipsis"*¹⁴².

El narcisismo¹⁴³ ha abolido lo trágico y aparece como una extraña forma de apatía *"hecha de sensibilización epidérmica al mundo a la vez que de profunda indiferencia hacia él, paradoja que se explica parcialmente por la plétora de informaciones que nos abruma y la rapidez con la que los acontecimientos mass-mediáticos se suceden, impidiendo cualquier emoción duradera"*¹⁴⁴.

Lo real –ya no sólo desesperanzador sino que sobresaturado de informaciones– se vuelve asfixiante. Los individuos, abrumados, sólo piensan en huir, en escapar de tanta saturación. Y nuevamente la pregunta... ¿Hacia donde huir? Nada más sencillo e inquietante que hacia el propio Yo. Según Lipovetsky *"el espacio público se ha convertido en un derivado del movimiento, nuestros paisajes, limpiados por la velocidad (...) pierden su consistencia o indicio de realidad. Circulación, información, iluminación apuntan a una misma anemización de lo real a la vez que refuerza la inversión narcisista: sea lo real inhabitable, sólo queda replegarse sobre uno mismo (...)"*¹⁴⁵.

Así, se da paso a una cultura del individualismo competitivo, que irremediablemente ha llevado a la humanidad a una guerra de todos contra todos, reduciendo la búsqueda de la felicidad a una preocupación narcisista por el Yo. Y todo esto confluye en la configuración del 'hombre psicológico'

¹⁴⁰ Ibidem, p. 15.

¹⁴¹ Ibidem.

¹⁴² Ibidem, p. 9.

¹⁴³ De este modo –en palabras de Lipovetsky– *"cuando el significado deja paso a los juegos del significante, y el propio discurso a la emoción directa, cuando las referencias exteriores caen, el narcisismo ya no encuentra obstáculos y puede realizarse en toda su radicalidad"* (Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 55).

¹⁴⁴ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 52.

¹⁴⁵ Ibidem, p. 75.

de nuestra época, que posee determinadas características que permiten distinguirlo.

En primer lugar, en opinión de Lasch, este sujeto está obsesionado por la ansiedad más que por la culpa. En su constante búsqueda por alcanzar esos breves momentos felices –y ante la dificultad que implica esta empresa- el nuevo narcisista se ve constantemente abrumado por una ansiedad que le permite seguir adelante con su causa.

Por otra parte, *"no busca infligir sus propias certezas a otros, sino encontrar un sentido a la vida. Liberado de las supercherías del pasado, duda incluso de la realidad de su propia existencia (...) Sus actitudes sexuales son permisivas antes que puritanas, aunque su emancipación de los viejos tabúes no le trae la paz en lo sexual. Ferozmente competitivo en su necesidad de aprobación y aclamación, desconfía de la competencia porque la asocia de manera inconsciente, con un impulso desbocado de destrucción (...) A la vez que abriga profundos impulsos antisociales, ensalza la cooperación y el trabajo en equipo"*¹⁴⁶.

Además, aunque ensalza el respeto a las normas y regulaciones, espera fervientemente que no se apliquen a su caso. Su codicia y sus antojos no tienen límites, sin embargo, no acumula bienes pensando en el futuro, porque exige gratificaciones inmediatas y comprende que sólo vale la pena vivir el presente.

Frente a este último punto, Lipovetsky señala que hoy vivimos una época de 'moda plena'¹⁴⁷ donde, a diferencia de épocas anteriores regidas por las costumbres, *"el espíritu de la moda domina prácticamente en todas partes sobre la tradición"*¹⁴⁸. Así, a medida que la moda rige esferas cada vez más amplias de la vida colectiva *"el reino de la tradición se eclipsa y no representa más que un torrente débil comparado con el gran río de la moda"*¹⁴⁹.

¹⁴⁶ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 17.

¹⁴⁷ En este sentido, cabe recalcar que la moda es una forma de relación entre los seres humanos, un modo de establecer vínculos sociales. Según Lipovetsky (quien cita a Gabriel de Tarde como principal sustento de sus juicios) tanto la tradición como la moda permiten la asimilación social de las personas. Sin embargo, *"cuando la influencia de los antepasados da paso a la sumisión hacia las sugerencias de los innovadores, los períodos de tradición ceden su lugar a los períodos de moda"* (Gilles Lipovetsky, *El Imperio de lo Efímero. La Moda y su Destino en las Sociedades Modernas*. Editorial Anagrama, España, 2002, p. 301). Y justamente esta tendencia es la que se observa en la actualidad, donde el pasado dejó de ser objeto de culto y el prestigio lo ganan las novedades.

¹⁴⁸ Gilles Lipovetsky, *El Imperio de lo Efímero. La Moda y su Destino en las Sociedades Modernas*. Editorial Anagrama, España, 2002, p. 304.

¹⁴⁹ Ibidem.

Nuestra 'sociedad-moda' -como la denomina Lipovetsky- ha liquidado el poder del pasado, subsumiendo a la humanidad en programas breves, y en una forma de vida donde sólo importa 'vivir al instante'¹⁵⁰. En definitiva, en palabras de este autor, "el imperio de la moda representa esta inmensa inversión de la temporalidad social consagrando la prominencia del presente sobre el pasado y el advenimiento de un espacio social sustentado sobre el presente, el tiempo mismo de la moda"¹⁵¹.

Y este homenaje a la moda y el presente no sólo influye en las técnicas del arte o del saber, sino que sobre todo en el modo de vida propio de las sociedades narcisistas. Como consignábamos anteriormente, hoy los individuos se preocupan esencialmente de ellos mismos, y desarrollan innumerables 'valores' hedonistas encausados a satisfacer todos los deseos y a aprovechar la vida en el aquí y ahora. De este modo, la época de la tradición¹⁵² ha terminado "minada por el desarrollo de los valores y aspiraciones individualistas"¹⁵³.

Según Lasch, esta devaluación cultural del pasado refleja tanto la pobreza de ideologías predominantes, como la escasez de vida interior del propio narcisista. En una sociedad que ha hecho, incluso, de la nostalgia un bien comercializable dentro del intercambio cultural, se entiende que se deseche de prisa "la idea de que la vida pasada fue, en cualquier sentido, más importante que la actual"¹⁵⁴.

¹⁵⁰ A juicio del filósofo chileno Pablo Oyarzún, si se condensa el tiempo en un solo presente, la vida social deviene en una superficie plana, un 'collage'. Así, "eliminada la perspectiva, la mirada en profundidad, todo vale, 'everything goes'. Y precisamente porque todo es posible, cada posibilidad es efímera, consumida al instante". Oyarzún agrega que una de las consecuencias de este fenómeno de 'presente eterno' es la pérdida de la identidad que sucumbe al vértigo, porque "¿cómo afirmar una identidad en un presente recurrente?" (Pablo Oyarzún, *La Desazón de lo Moderno. Problemas de la Modernidad*. Editorial Cuarto Propio, Chile, 2001, p. 135).

¹⁵¹ Gilles Lipovetsky, *El Imperio de lo Efímero. La Moda y su Destino en las Sociedades Modernas*, p. 304.

¹⁵² Sin embargo, Lipovetsky recalca que el pasado no está totalmente devaluado, sino que más bien -aunque a veces es objeto de admiración- ya no dirige. Por otra parte, enfatiza en que las tradiciones tampoco son del todo enterradas, sino que "han perdido su autoridad (...) y se disuelven en un proceso de personalización". Así, se transforman en "instrumentos de afirmación individualista: ya no son las normas colectivas las que se imponen al yo, sino que el yo se adhiere deliberadamente a ellas" (Gilles Lipovetsky, *El Imperio de lo Efímero. La Moda y su Destino en las Sociedades Modernas*, p. 307).

¹⁵³ Gilles Lipovetsky, *El Imperio de lo Efímero. La Moda y su Destino en las Sociedades Modernas*, p. 307.

¹⁵⁴ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 17.

Una negación del pasado¹⁵⁵ que muy a simple vista puede parecer optimista -y hasta progresista- pero que, no obstante, simboliza la desesperación de una sociedad incapaz de enfrentar el futuro.

Vivir el momento, el presente, vivir sólo para uno mismo, sin que importen nuestros predecesores, sin tomar en cuenta las futuras generaciones. Según Lasch, *"estamos perdiendo en forma vertiginosa un sentido de la continuidad histórica¹⁵⁶, el sentido de pertenencia a una secuencia de generaciones originada en el pasado y que habrá de prolongarse en el futuro"*¹⁵⁷.

A juicio del psiquiatra chileno Armando Roa, este insólito modo de percibir el transcurso del tiempo ha hecho posible que la angustia patológica expresada a manera de la neurosis clásica haya sido reemplazada por angustias somatiformes -que se muestran de modo engañoso y solapado- y que, en sí, tienen una relación más estrecha con la ansiedad que con la angustia.

Indudablemente, angustia y ansiedad son fenómenos similares, *"pero muestran ciertas diferencias curiosas que hacen que una u otra traduzca mejor lo íntimo del ser humano de acuerdo a la manera como las tendencias culturales de cada época hacen sensible al hombre a los variados acaeceres que debe enfrentar"*¹⁵⁸. De este modo, según Roa, podemos asociar angustia con Modernidad y ansiedad -en tanto rasgo distintivo del nuevo narcisismo- con Posmodernidad.

¹⁵⁵ Frente a este punto, Álvaro Cuadra recalca que los medios de comunicación en la era informática contribuyen a configurar una experiencia que anula la distancia espacial, temporal y psíquica del espectador pues los significantes aislados se presentan en los medios de comunicación -sobre todo en la televisión- como un flujo ininterrumpido. Desde la pantalla emanan incesantemente imágenes y sonidos que envuelven, que atrapan, lo que conlleva una trágica consecuencia: *"Junto a esta saturación corre paralelo el fenómeno del olvido; flujo total de imágenes que no deja postimágenes. Este flujo que no deja huellas es una presencia que puede prescindir de la memoria"*. Así, *"los media posibilitan una reinención del tiempo, justamente lo que podríamos llamar el tiempo virtual. Esta nueva temporalidad que excluye la memoria y la distancia crítica es uno de los rasgos típicos de lo que hemos llamado el momento posmoderno"* (Álvaro Cuadra, *De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual*, LOM Ediciones, Chile, 2003, p. 81).

¹⁵⁶ Si la supervivencia se transformó en el tópico de los setenta, podemos afirmar con propiedad que la actitud dominante en la actualidad es el narcisismo colectivo. En palabras de Lasch, *"puesto que la sociedad no tiene futuro, tiene sentido vivir sólo el momento, fijar la mirada en nuestro desempeño particular, transformándonos en expertos de nuestra propia decadencia (...)"* (Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*, p. 14).

¹⁵⁷ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 23.

¹⁵⁸ Armando Roa, *Modernidad y Posmodernidad. Coincidencias y Diferencias Fundamentales*. Editorial Andrés Bello, Chile, 1995, p. 64.

La angustia es un sentimiento connatural del hombre que se caracteriza por sumir al sujeto en un estado de inquietud, de alerta, expectación o impotencia y viene "*cuando se es embargado por algo irremediable que ha sucedido o puede suceder, y que de un modo u otro cambia o cambiará para siempre la existencia hasta entonces llevada*"¹⁵⁹.

Esto obliga al individuo a tomar conciencia de la temporalidad, pues ante un pasado que se añora o se detesta, pueden surgir cuadros de angustia: angustia de recuperarlo para gozar más de él o llevarlo por otro camino, angustia por lo que se está perdiendo o ganando en el presente y angustia por las incertezas que traerá el futuro.

Sin embargo, si se pierde el sentido de la continuidad histórica, la angustia se hace 'innecesaria', pues ya no hay nada que sea digno de ser añorado y vivido. A juicio de Roa, esta sociedad niega constantemente el pasado pues la técnica nos genera nuevas expectativas de gozo al prometernos un futuro mejor.

Como consecuencia, los hombres se ven 'atacados' por estados de ansiedad "*ante la necesidad de desprenderse rápidamente de la situación en que se está a fin de abordar la próxima*"¹⁶⁰. A ello se agrega, por supuesto, la ansiedad por viajar, por tener un automóvil último modelo, una casa en la playa, etc.

Hoy, las neurosis de angustia han dado paso -casi imperceptiblemente- a una nueva nomenclatura relacionada con estados de ansiedad, ataques de pánico, etc., cuadros que tienen en sus bases -tal como recalcábamos al principio del capítulo- síntomas menos explícitos que los propios de patologías más 'antiguas' como las histerias o las neurosis de angustia.

No obstante, el hecho de que los síntomas de las patologías mentales posmodernas sean menos explícitos, no implica una disminución en cuanto a la importancia que tienen los psiquiatras y terapeutas. Esto porque a pesar de los esfuerzos del hombre posmoderno -que no tiene otra preocupación más trascendental que su propio ser¹⁶¹- por estar bien, la felicidad le es

¹⁵⁹ Ibidem, p. 66.

¹⁶⁰ Ibidem, p. 73.

¹⁶¹ Para Gilles Lipovetsky, "*Narciso obsesionado por él mismo (...) trabaja asiduamente para la liberación del Yo, para su gran destino de autonomía de independencia: renunciar al amor, 'to love myself enough so that I don't need another to make me happy' ese es el nuevo programa revolucionario (...)*" (Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 54).

esquiva y se ve constantemente abrumado por la ansiedad, el descontento, la depresión y una desagradable e insistente sensación de vacío interior.

Como afirma Lasch, el hombre psicológico de nuestro siglo *"no busca el engrandecimiento ni la trascendencia espiritual sino estar en paz, pero en unas circunstancias que militan de manera creciente contra esa paz. Y sus principales aliados en esa lucha por la serenidad son los terapeutas¹⁶², no los sacerdotes"*¹⁶³.

El auge del nuevo narcisismo explica en parte la creciente tendencia 'terapéutica' de nuestra época. Como nunca antes, todos sienten la necesidad de recurrir a estos flamantes salvadores de la humanidad. Sin embargo -y según Lasch- la terapia constituye un anticredo, pues aunque psicólogos y psiquiatras hablen de la necesidad de encontrar un 'sentido' a las cosas y de 'amor', *"definen el amor y el sentido simplemente como la satisfacción de los requerimientos emocionales del paciente. Difícilmente se les ocurre (...) alentar al individuo a que subordine sus necesidades e intereses a los demás, a algo o alguien, a alguna causa o una tradición fuera de sí mismo"*. De este modo, la salud mental se ha transformado en la *"superación de las inhibiciones y en la gratificación inmediata de cada impulso"*¹⁶⁴.

Hasta aquí, muchas de las características esgrimidas como constituyentes de lo que sería este nuevo Narciso pueden ser reconocidas también en el típico individualista decimonónico¹⁶⁵. Pero hay algo que lo hace único. Evidentemente, como recalcamos, existe un replegamiento hacia el interior, sin embargo -y he aquí la dicotomía-, el nuevo Narciso no puede vivir sin alguien que lo admire, y de ahí surge esta ferviente necesidad de comunicación que recientemente describíamos.

¹⁶² A diferencia de otras épocas -donde predominaba un clima religioso- hoy reina uno de tipo terapéutico. Lo que las personas buscan -más que la salvación personal- es percibir, al menos momentáneamente, una sensación de salud y bienestar personal.

¹⁶³ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 32.

¹⁶⁴ Ibidem.

¹⁶⁵ Según Gilles Lipovetsky, hoy aparece un nuevo estadio del individualismo: *"El narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo, en el momento en que el capitalismo autoritario cede paso a un capitalismo hedonista y permisivo, acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario a nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales y morales que coexistían aún con el reino glorioso del homo economicus de la familia, de la revolución y del arte; emancipada de cualquier marco trascendental, la propia esfera privada cambia de sentido, expuesta como está únicamente a los deseos cambiantes de los individuos. Si la modernidad se identifica con el espíritu de empresa, con la esperanza futurista, está claro que por su indiferencia histórica el narcisismo inaugura la Posmodernidad, última fase del homo aequalis"* (Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 50).

Pues *"pese a sus ocasionales ilusiones de omnipotencia, la autoestima del narcisista depende de otros. No puede vivir sin una audiencia que lo admire. Su liberación aparente de nexos familiares y constreñimientos institucionales no lo es al punto que le permita sostenerse solo ni gozarse en su individualidad (...) Para el narcisista, el mundo es un espejo, mientras que el individualista descarnado lo veía como un páramo agreste y vacío que había de ser moldeado según el diseño que él mismo proponía"*¹⁶⁶. Esto es, justamente, lo que le otorga aquella especificidad.

Sin embargo –y llegado este punto– cabe recalcar que el ya consignado replegamiento hacia el interior no involucra, necesariamente, una revalorización del Yo. Richard Sennett considera que el narcisismo es exactamente lo opuesto al amor intenso a uno mismo pues implica, a pesar de ello, una devaluación del ámbito personal. Según este autor, el narcisismo tiene más en común con el odio que con la admiración de uno mismo.

Sennett culpa del malestar contemporáneo a la invasión del dominio público por la ideología de la intimidad. En su opinión, antes existían una serie de convenciones que reglamentaban los vínculos interpersonales en público. Esas convenciones (condenadas hoy por restrictivas) fijaban una frontera civilizada entre las personas pues limitaban el despliegue público de los sentimientos, a la vez que promovían el cosmopolitismo y el civismo.

No obstante, a partir del siglo XIX, se pierde esta actitud reservada y la gente comenzó a creer que en los actos públicos se podía revelar la íntima personalidad de cada cual. Entonces, *"el culto romántico de la sinceridad y la autenticidad desechó las máscaras que la gente utilizaba en público y erosionó el límite existente entre la vida pública y privada (...)"*¹⁶⁷.

Según Sennett, las conversaciones comenzaron a adquirir rasgos de confesión. Los individuos procuraron liberarse de los códigos y costumbres que regían la vida en sociedad en busca de la tan anhelada verdad personal, sin percatarse que sus relaciones se hacían cada vez más antisociales.

Lipovetsky coincide con Sennett en que la vida en sociedad exige ciertas barreras y reglas impersonales que permitan proteger a los individuos de otros, pues *"allí donde, al contrario, reina la obscenidad de la intimidad, la comunidad se hace pedazos y las relaciones humanas se vuelven destructoras (...)* Al exigir constantemente mayor inmediatez y proximidad, abrumando al otro con el peso de las confidencias personales ya

¹⁶⁶ Christopher Lasch, Op. Cit., p. 29.

¹⁶⁷ Ibidem, p. 49.

*no respetamos la distancia necesaria para el respeto de la vida privada de los demás: el intimismo es tiránico e incivil*¹⁶⁸.

Como vemos, aunque a simple vista el nuevo narcisismo puede relacionarse con un exacerbado amor hacia uno mismo, éste no deja de tener consecuencias totalmente inversas que vienen, incluso, a destruir el Yo que tanto se ha procurado cuidar. Porque –y tal como agrega Lipovetsky- *"el neonarcisismo no se ha contentado con neutralizar el universo social al vaciar las instituciones de sus inversiones emocionales, también es el Yo*¹⁶⁹ *el que se ha vaciado de su identidad, paradójicamente por medio de su hiper-versión. Al igual que el espacio público se vacía emocionalmente por exceso de informaciones, el Yo pierde sus referencias, su unidad, por exceso de atención: el Yo se ha convertido en un conjunto impreciso*¹⁷⁰.

Definitivamente, este nuevo narcisismo es uno de los rasgos de la humanidad que más se han estudiado en los últimos años -a partir de diversas disciplinas¹⁷¹- en parte porque, como vimos, no sólo designa el amor y la pasión del conocimiento de uno mismo, sino la necesidad de revelar el Yo, de exponerlo y escenificarlo en todo su esplendor.

El Narciso de nuestros tiempos no puede vivir sin alguien que lo admire y esto explica, en parte, la insistencia actual por la circulación de biografías y autobiografías, o la psicologización del lenguaje político. En palabras de Lipovetsky, en la actualidad todo *"debe ser psicologizado, dicho en primera persona: hay que implicarse, revelar las propias motivaciones, entregar en cualquier ocasión la propia personalidad y emociones, expresar el sentimiento íntimo, sin lo cual se cae en el vicio imperdonable de la frialdad y el anonimato*¹⁷².

¹⁶⁸ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 65.

¹⁶⁹ A juicio de Lipovetsky, *"el Yo ha sido pulverizado en tendencias parciales según el mismo proyecto de desagregación que ha hecho estallar la socialidad en un conglomerado de moléculas personalizadas"* (Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 57).

¹⁷⁰ Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 56.

¹⁷¹ Tanta es la insistencia en la utilización del término, que muchos autores han llegado a confundir y homologar el narcisismo actual con un exacerbado culto al privatismo, sobre todo en los procesos que derivan del desmantelamiento de la vida pública. Así, se emplea el vocablo vaga y confusamente, alejándolo de sus raíces eminentemente psicológicas. Uno de los primeros autores que realizó este traslado fue Erich Fromm, quien despojó al término narcisismo de su contenido clínico, ampliándolo para que abarque *"todas las formas de vanidad, admiración, satisfacción y glorificación de uno mismo en los individuos y todas las formas de estrechez mental, prejuicios étnicos o raciales y fanatismo en los grupos humanos"* (Christopher Lasch, *La Cultura del Narcisismo*, p. 53).

¹⁷² Gilles Lipovetsky, *La Era del Vacío*, p. 64.

Capítulo 4:

La Personalización y Estetización de la Política

“Se les ofreció la elección de convertirse en reyes o mensajeros de los reyes. Tal como los niños, quisieron todos ser mensajeros. Por eso es que sólo hay mensajeros; corren por el mundo y, como no hay reyes, se gritan entre sí los anuncios sin sentido. Gustosamente pondrían fin a sus vidas miserables, pero no se atreven, por el voto de fidelidad”.

FRANZ KAFKA

La voluntad de crear espacios de debate donde confluyan las opiniones de gobernantes y gobernados ha marcado –desde siempre– la evolución histórica de las democracias. Sin embargo, estos espacios han comprendido diferentes concepciones según la época en que se piensan.

Como señalamos en los capítulos anteriores, en la segunda mitad del siglo XIX, la industrialización, el desarrollo de la alfabetización, el auge de la prensa y la configuración de un Estado eminentemente 'administrativo', contribuyeron a la decadencia del 'espacio público' burgués, borrando la clara distinción entre los ámbitos público y privado, y transformando un público -antiguamente dedicado a debates políticos y culturales- en consumidores.

Así, la opinión pública ha dejado de ser producto de un discurso racional, a la vez que se instala la manipulación mediática como soporte principal de su configuración; y adquieren una predominancia especial disciplinas como la publicidad, las relaciones públicas y, sobre todo, la comunicación política¹⁷³.

Ante estas transformaciones sociales y el evidente desarrollo de los medios de comunicación, la relevancia que antaño tenían aquellos lugares de intercambio de visiones entre los ciudadanos y quienes dirigen los estados, ha ido disminuyendo. No obstante, es claro aún que la existencia de estos espacios es esencial a la hora de evaluar el grado de democracia alcanzado por una determinada sociedad.

Hoy, en las sociedades postindustriales¹⁷⁴, han desaparecido aquellas nostálgicas figuras ilustradas como los cafés, los salones burgueses o las publicaciones literarias. Y este vacío ha sido llenado por un nuevo espacio público virtual: la televisión.

Según Eliseo Verón, la pantalla chica se ha convertido "*en el sitio por excelencia de producción de acontecimientos que conciernen a la maquinaria*

¹⁷³ El sociólogo francés Dominique Wolton define la comunicación política como "el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos" (Dominique Wolton, "La Comunicación Política: Construcción de un Modelo", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998, p. 31). En este sentido, cabe destacar la importancia de los sondeos y las encuestas de opinión pública pues, en la actualidad, este tipo de estudios son considerados fórmulas efectivas a la hora de captar lo que quiere y piensa la ciudadanía. De este modo, los políticos se sirven de los sondeos para diseñar sus estrategias y ofrecerle a la opinión pública lo que ella requiere.

¹⁷⁴ Según el filósofo argentino Eliseo Verón, las sociedades postindustriales "*son sociedades en vías de mediatización, es decir, sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman por el hecho de que hay medios*" (Eliseo Verón, "Interfaces. Sobre la Democracia Audiovisual Evolucionada", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998, p. 124). Sin embargo, hay que destacar que el proceso de mediatización no avanza de igual forma en los distintos sectores del funcionamiento social. Claramente, el campo de lo político es uno de los ámbitos en que esta mediatización se hace especialmente visible.

estatal, a su administración, y muy especialmente uno de los mecanismos básicos del funcionamiento de la democracia: los procesos electorales, lugar en que se construye el vínculo entre el ciudadano y la ciudad. En otras palabras, ya estamos en la democracia audiovisual"¹⁷⁵.

Es en la televisión donde en la actualidad se dan los debates políticos, debates cada vez más exentos de significado y sentido, y cada vez más rebosantes de significantes y superficialidades. En otros términos, el poder abrumador de la imagen sobre la palabra, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado. Pero, ¿por qué la televisión? ¿Qué elementos han hecho posible que se haya instalado cómo un actor político más y un 'nuevo espacio público'? Vayamos por partes. Primero hay que recalcar que en la actualidad el poder de la imagen es, a todas luces, abrumador¹⁷⁶.

En segundo lugar, cabe destacar que luego de 'el Fin de la Historia'¹⁷⁷ y la caída de las utopías y de los andamiajes ideológicos, la forma de hacer política ha cambiado radicalmente. Más que en partidos o programas, a la hora de votar la ciudadanía ha optado crecientemente por tomar en cuenta aspectos la personalidad y la forma de desenvolverse de los candidatos¹⁷⁸, características que pueden ser evidenciadas -más que de ninguna otra forma- a través de la televisión.

Hoy operan nuevas sensibilidades y formas de percepción al captar el mundo que nos rodea. Y estos cambios se relacionan, estrechamente, con la irrupción de la denominada cultura audiovisual o de la imagen: las

¹⁷⁵ Eliseo Verón, "Interfaces. Sobre la Democracia Audiovisual Evolucionada", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998, p. 125.

¹⁷⁶ En la actualidad, las imágenes son más potentes que las palabras. Un ejemplo que puede corroborar esta afirmación es el que cita Michael Schudson, en su artículo "¿Es Trucha o Hamburguesa?: Política y Telemitología", que se basa en un anuncio de 4 minutos y medio presentado por Lesly Stahl para la CBS durante la campaña presidencial de 1984 en Estados Unidos. "El tema del aviso era el siguiente: el modo en que la Casa Blanca montaba eventos para Ronald Reagan y cómo manipulaba a la prensa, especialmente la televisión. Un tiempo después Stahl confesó que un funcionario de la Casa Blanca la llamó apenas el anuncio salió al aire para decirle que le había encantado. '¿Cómo pudo gustarle?' le preguntó ella. '¿Cómo todavía no se ha dado usted cuenta? El público no presta ninguna atención a lo que usted dice. Sólo miran las imágenes'. Después de reflexionarlo -aunque yo creo que no a fondo- Stahl llegó a la conclusión de que quizá la Casa Blanca estuviera en lo cierto: ella sencillamente había montado, gratis, una película para la campaña republicana, un maravilloso montaje de escenas optimistas en las que siempre aparecía Ronald Reagan" (Michael Schudson, "¿Es Trucha o Hamburguesa?: Política y Telemitología", en *Espacios Públicos en Imágenes*. Editorial Gedisa, España, 1997, p. 325).

¹⁷⁷ Como se sabe, esta hipótesis es propia del politólogo norteamericano Francis Fukuyama y fue publicada por primera vez en un ensayo del mismo nombre, aparecido en la revista *The National Interest* (verano, 1988).

¹⁷⁸ Esta situación puede darse, sobre todo, en democracias directas, interpretadas por líderes (y no por representantes, como en las de tipo indirecto) que deben abocarse a captar el modo de pensar de las mayorías.

tecnologías transformaron la existencia cotidiana, promoviendo la estetización del mundo. Pareciera ser que en la actualidad, nuestra relación con los discursos, con las formas de vida, con los programas éticos, con las teorías y los paradigmas críticos o científicos, está prefigurada por la experiencia estética.

Según el pensador italiano Giovanni Sartori, la incorporación masiva de los medios audiovisuales ha producido una mutación cognitiva del hombre: *"El video está transformando al 'homo sapiens', producto de la cultura escrita, en un 'homo videns' para el cual la palabra está destronada por la imagen"*¹⁷⁹.

De este modo –a juicio de Sartori- se bloquea nuestra capacidad reflexiva y de abstracción, pues *"la imagen se ve y eso es suficiente, y para verla basta con poseer sentido de la vista"*¹⁸⁰, *basta con no ser ciegos"*¹⁸¹.

Hoy predomina el sentido de la visión sobre el resto de ellos, pues son las imágenes las que rigen el mundo (desplazado al reino de la letra). La estetización de la vida hizo que los individuos le otorguen, actualmente, una importancia superior al 'cómo se dice' frente al 'qué se dice' en la recepción de cualquier mensaje y signo que aparezca ante sus miradas. La importancia del significante por sobre la del significado -contemplando la doble articulación del signo lingüístico- es consecuencia de una sociedad inmersa, desde hace años, en un acelerado e ininterrumpido desarrollo de una cultura audiovisual que ha acostumbrado a los destinatarios a situarse como receptores de formas más que de contenidos.

Si en un principio la reificación liberó al signo de su referente, *"ahora, en un segundo momento, continúa su trabajo de disolución, penetrando en el interior del mismo signo y liberando al significante de lo significado, o del significado propiamente dicho. Este juego, ya no en el ámbito de los signos sino de los significantes puros o literales liberados del lastre de sus significados, sus significados anteriores, ahora genera una nueva clase de textualidad en todas las artes"*¹⁸².

Es decir, si la Modernidad se inaugura con un nuevo modo de significación que separa al signo del referente, la Posmodernidad se funda en aquella fuerza que desvincula el significante del significado¹⁸³. Como

¹⁷⁹ Giovanni Sartori, *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*. Ediciones Taurus, España, 1998, p. 11.

¹⁸⁰ En este sentido, Sartori recalca que es mucho más fácil 'ver' que 'pensar en lo invisible' (conceptos).

¹⁸¹ Giovanni Sartori, *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*, p. 35.

¹⁸² Frederic Jameson, "Periodizing the 60s", citado por Hal Foster en *El Retorno de lo Real: La Vanguardia a Finales de Siglo*. Ediciones Akal, España, 2001, p. 80.

¹⁸³ Como consecuencia, *"cuando la cultura se desplaza hacia los significantes, el ciudadano emplazado en convicciones cívicas que dan significado a su presencia se extingue e irrumpe"*

afirma el semiólogo chileno Álvaro Cuadra, *"lo significado es puesto en entredicho (...) y nos quedamos con ese juego puro y aleatorio de significantes que llamamos Posmodernidad"*¹⁸⁴.

Como consecuencia del aislamiento del significante, esta especie de ontología posmoderna transforma la pregunta por el sentido en un sin sentido, pues sólo hay lo que se ve, *"lo visible es lo real y verdadero"*¹⁸⁵. En opinión de Cuadra, hoy *"asistimos a la muerte del signo como instancia de sentido; abolido el referente y el significado, sólo queda el brillo reluciente de los significantes multiplicados hasta lo infinito por las redes massmediáticas"*¹⁸⁶.

Nos encontramos, entonces, frente a una revolución de la forma, donde brilla la silueta arquitectural de los signos sobre el telón de fondo del sin sentido. Y esto conlleva una serie de consecuencias prácticas que se resumen en la imposición de nuevas claves de lectura: *"Las nuevas reglas constitutivas del habla social ya no remiten a los procesos de significación como sistema de reglas semánticas sino que se sostienen en la pura materialidad de su arquitectura. De este modo, el síndrome posmoderno resultaría ser una nueva clave de lectura, cuyo trayecto pragmático va de lo ideológico a lo estético"*¹⁸⁷.

Como resaltamos en el capítulo anterior, la Posmodernidad, entonces, puede aparecer como un gigantesco proceso de pérdida de sentido, que ha conducido a la destrucción de todas las historias y referencias, haciendo que el individuo se vuelque hacia sí mismo. Así, se configura una sociedad invadida por el ámbito de lo privado, sobrepoblada de individuos narcisistas, sin grandes banderas ni ideologías, sumidos en *"un presente que fluye incesante, lubricado por el deseo, en un éxtasis que excluye la memoria y la distancia crítica"*¹⁸⁸.

Pero la 'pérdida de sentido' y la preponderancia que últimamente ha adquirido el plano privado no sólo afecta a ámbitos relacionados con la personalidad del individuo (como observamos al referirnos al nuevo

el consumidor" (Álvaro Cuadra, *De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual*, p. 75). Un consumidor que, sin conciencia histórica ni memoria social, se ha convertido en un significante más de este mundo virtualizado.

¹⁸⁴ Álvaro Cuadra, *De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual*. LOM Ediciones, Chile, 2003, p. 71.

¹⁸⁵ Ibidem, p.74.

¹⁸⁶ Ibidem, p. 71.

¹⁸⁷ Ibidem, p. 80.

¹⁸⁸ Ibidem, p. 81.

narcisismo), sino que también tiene importantes repercusiones en espacios más 'públicos', principalmente, los relacionados con la política.

Hoy, ante la inexistencia de ideologías políticas fuertes¹⁸⁹, la instauración de nuevas claves de lectura centradas en lo estético y la importancia que han ido adquiriendo los medios de comunicación (especialmente la televisión¹⁹⁰), las instituciones políticas han optado por especializarse progresivamente en ellos, a fin de desenvolverse con mayor soltura en sus cauces y aterrizar con mayor fuerza sobre la opinión pública.

Como consecuencia, surge una nueva forma de hacer política, orientada –especialmente– a los medios de comunicación y, en particular, a la televisión. Asistimos, entonces, a un proceso que se puede denominar como 'personalización y estetización de la política'¹⁹¹, es decir, en vez de una ideología, se nos ofrecen personajes estéticamente atractivos. Así, las personas se centran más en las figuras que en los programas que ofrecen o en las doctrinas que éstas profesan.

De este modo, según Leonor Arfuch, se disuelve lo político en sus términos argumentativos, a la vez que el ascenso del ámbito privado y la tendencia al ensamblamiento de ambas esferas (pública y privada), hacen que elementos como la vida privada, la dimensión subjetiva y el carisma, adquieran un peso inusitado en la construcción de la imagen y la representación pública de los candidatos.

En esta misma línea, Richard Sennett subraya que, en nuestros tiempos, la sociedad sólo importa en la medida en que la veamos como un

¹⁸⁹ El filósofo Pablo Oyarzún repara en que el fenómeno que se ha denominado como la 'caída de las ideologías' se relaciona particularmente con un desencanto de las izquierdas, pues éstas "ya no creen en el socialismo como meta predeterminada ni en la clase obrera como sujeto revolucionario y aborrecen una visión omnicompreensiva de la realidad". A juicio de Oyarzún, esto conlleva a una "crítica de aspectos centrales del marxismo y, más en general, de toda una tradición política: crítica a una filosofía de la historia, a la idea de sujeto, al concepto de totalidad. Es una crítica que toma distancia sin pretender elaborar un paradigma alternativo". (Pablo Oyarzún, *La Desazón de lo Moderno. Problemas de la Modernidad*, p. 113).

¹⁹⁰ Según Giovanni Sartori, todos los medios de comunicación "son relevantes y tienen relación con la democracia, la cual supone un demos relativamente informado, por lo tanto una democracia sin medios, con un público totalmente a oscuras, en un vacío de noticias parece casi inconcebible" (Giovanni Sartori, *Videopolítica. Medios, Información y Democracia de Sondeo*. Fondo de Cultura Económica, México, 2003, p. 38). Sin embargo, y a pesar de que todos los medios contribuyen en la formación de la opinión pública, la televisión ha adquirido preponderancia frente a los otros, por el ya citado poder de la imagen. Pues, en palabras de Sartori, "si en un principio fue el verbo, ahora en el principio tenemos la imagen" (Giovanni Sartori, *Videopolítica. Medios, Información y Democracia de Sondeo*, p. 42).

¹⁹¹ Sin embargo, debe dejarse claro que no se trata de un proceso definido, sino de un acontecimiento en constante evolución, en el que cada día se buscan nuevas estrategias y formas de llegar al público. Por otra parte, este cambio en la forma de practicar la política será diferente en cada país, puesto que cada marco socio-cultural exigirá una morfología específica a los mensajes emitidos.

gran sistema psíquico pues, por ejemplo, "podemos entender que el trabajo de un político sea el de redactar o ejecutar una legislación determinada, pero ese trabajo no nos interesa hasta tanto percibamos el papel de la personalidad en la lucha política. Un líder político candidato a un ministerio es considerado como confiable o auténtico según la clase de hombre que es, más que de acuerdo a las acciones o programas que defiende"¹⁹².

Esta situación no nos debería parecer extraña pues, como ya consignamos al hablar del Narciso, hoy cada vez son menos las ideas y situaciones capaces de motivar y alentar a los individuos y –al parecer– ninguna disciplina es capaz siquiera de plantearse grandes desafíos a la hora de comprender el mundo en que vivimos. Incluso, el politólogo norteamericano Francis Fukuyama se aventuró a ir más allá en esta ola 'apocalíptica', y afirmó que la historia había llegado a su fin. Según su propuesta, si la historia fue la lucha entre las dictaduras y las democracias, ahora que unas cayeron y otras triunfaron, nada más habría por hacer: no queda sino consumo y diversión.

Si a esto le sumamos –en la mayoría de los países– la ausencia de una institucionalidad política fuerte, la existencia de partidos ¹⁹³ "con poco perfil e influencia ideológica sobre la realidad, ante débiles lealtades partidarias y pocos votantes cautivos, se genera un espacio abierto en el que el poder del video se extiende con pocos contrapoderes a la vista"¹⁹⁴.

Como observamos, la televisión logró adaptarse a estas nuevas circunstancias y se ha instalado como un ingrediente fundamental del escenario político, reconfigurándolo según sus reglas del espectáculo¹⁹⁵ y

¹⁹² Richard Sennett, *El Declive del Hombre Público*, p. 13.

¹⁹³ Según Carolina Perelli, "este avance de la videopolítica se ha dado en un contexto en que los partidos políticos están en crisis. La partidocracia, considerada sinónimo de democracia a principios del siglo XX, está fuertemente cuestionada. Ha perdido consistencia ideológica, tiene baja institucionalización y compite por el poder con otros sectores crecientes" (Carolina Perelli, "La Personalización de la Política. Nuevos Caudillos, Outsiders, Política Mediática y Política Informal", en *Partidos y Clase Política en América Latina en los 90*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Costa Rica, 1991, p. 168). Dentro de estos otros sectores crecientes, cabe destacar la importancia de los medios de comunicación que, ante la falta de partidos fuertes, se transforman en receptores de las preocupaciones de la ciudadanía.

¹⁹⁴ Oscar Landi, "Videopolítica y Cultura", en *Diálogos de la Comunicación*, N° 29, FELAFACS, Perú, 1991, p. 26.

¹⁹⁵ Para Raúl Bendezú Untiveros, "cuando en el ámbito de la comunicación mediática se habla de espectáculo se alude a la actividad que, a través de diferentes procedimientos sensoriales (lenguajes de expresión tecnológicamente organizados) intenta atraer y mantener la atención

potenciando, de este modo, la imagen del candidato, su personalidad y su historia personal, en desmedro de su programa e ideología política¹⁹⁶.

En este sentido, y haciendo una fuerte crítica a la sociedad de masas, Jean Baudrillard afirma que –en nuestra época- las personas no quieren más que espectáculo. Según su opinión, muchos lucharon por proporcionarle a las masas algún atisbo de sentido, en aras de informar mejor y elevar el nivel cultural del pueblo. Pero los intentos no dieron frutos, pues *“las masas se resisten escandalosamente a este imperativo de la comunicación racional. Se les da sentido, quieren espectáculo. Ningún esfuerzo pudo convertirlas a la seriedad de los contenidos, ni siquiera a la seriedad del código. Se les dan mensajes, pero no quieren más que signos”*¹⁹⁷.

Las masas reaccionan a su manera *“abatiendo todos los discursos articulados hacia una única dimensión irracional y sin fundamento, allí donde los signos pierden su sentido y se agotan en la fascinación: lo espectacular”*¹⁹⁸. Siguiendo la línea de pensamiento de Baudrillard, podemos afirmar que habitamos ya en un mundo hiperreal¹⁹⁹, mediatizado, donde la imagen se expone y sobre-expone constantemente.

Entonces, cabe preguntarnos, ¿cuál sería pues el resguardo del sentido? Si la imagen ya no puede imaginar lo real porque ella misma lo es, entonces, ¿cuál es la posibilidad de conjugar imágenes que produzcan justamente sentido?

La política, al igual que muchas otras disciplinas, se ha apropiado de las reglas que rigen el espectáculo. Sin embargo, en el plano político las

de la audiencia a través de recursos preferentemente visuales” (Raúl Bendejú Untiveros, “La Espectacularización Mediática”, en *La Pantalla Delirante*, Carlos Ossa compilador. Ediciones Lom Arcis, Chile, 1999, p. 191).

¹⁹⁶ Por supuesto, en este caso –como en muchos otros- no corresponden las generalizaciones. Cabe aquí aclarar que Estados Unidos se ha instaurado como el modelo de este fenómeno en expansión, pues en ese país gran parte de los votantes, más que a un partido, eligen a un candidato dentro del menú electoral audiovisual. La imagen contrapuesta la constituiría, en tanto, Europa Occidental, *“de largas tradiciones partidarias, donde la publicidad política televisiva ayudaría a definir a un porcentaje muy pequeño de electores y, por lo tanto, adquiriría importancia sólo en circunstancias de paridad en las orientaciones de voto”* (Oscar Landi, “Videopolítica y Cultura”, p. 26).

¹⁹⁷ Jean Baudrillard, *Cultura y Simulacro*. Editorial Kairós, España, 1984, p. 117.

¹⁹⁸ Ibidem, p. 118.

¹⁹⁹ Según Baudrillard, se distinguen a lo largo de la historia cuatro fases sucesivas de la imagen: la imagen como reflejo de una realidad profunda, la imagen que enmascara y desnaturaliza una realidad profunda, la imagen que enmascara la ausencia de una realidad profunda y, por último, la imagen que no tienen nada que ver con ningún tipo de realidad pues es ya su propio y puro simulacro. Simulacro que nace del bombardeo de imágenes que implica una suplantación de lo real por los signos de lo real. En ese momento, se da inicio a la era de los simulacros, era liderada por una imagen que finge tener una realidad que no posee. Y no la posee porque ella misma es la realidad.

consecuencias de este fenómeno son particularmente evidentes pues no sólo cambia la forma en que la política se transmite, sino también el modo en que se practica. Es decir, se modifica desde dentro la política misma.

Y esto porque, por ejemplo, además de que se potencia la llegada masiva de los políticos a una gran cantidad de personas y ciudades²⁰⁰, se comienza a categorizar –de antemano- quienes podrían ser potenciales candidatos según calificativos como ‘televisable’ o ‘no televisable’. Como afirma Carolina Perelli, *“aquellos que lleven la televisión en los huesos tienen mayores posibilidades que quienes no tienen el don de la comunicación”*²⁰¹.

Así, se potencian cualidades que no tienen que ver necesariamente con las ideas o propuestas de los candidatos, en favor de materialidades y gestos. Desde la perspectiva del lenguaje, *“la televisión replantea la política en términos de imágenes, de esa combinación de significantes distintos en la que se jerarquiza lo no verbal: el cuerpo del político se torna altamente significativa y activa en el televidente los modos de la lectura y descifre de la gestualidad”*²⁰².

Los rostros de los candidatos llegan a transformarse en el mensaje mismo, al punto que los grandes afiches prescinden de toda leyenda. Sólo basta con la fotografía porque para la gente lo importante es identificar las personas en las cuales depositarán su confianza. Claro está que para cualquier ciudadano común resulta mucho más fácil juzgar al candidato y sus cualidades, que a su programa.

En una época en que se devaluó el género discursivo de la comunicación política y donde las palabras pierden credibilidad día tras día, el telespectador se transformó –en palabras de Landi- en un lector de indicios. Como *“no quiere que le mientan más, el votante se va*

²⁰⁰ En opinión de Landi, *“la singularidad y personalización de la imagen televisiva posibilita trasladar a la escena nacional la imagen de políticos que no están en los tradicionales centros urbanos de canje político, donde se hacen las alianzas, se forman los lobbys, se seleccionan candidatos y repartían puestos en el aparato de Estado (...) La televisión introduce una nueva dialéctica de singularización y homogenización de la política: puede hacer emerger un nuevo liderazgo por fuera del común de la clase política y, al mismo tiempo, por su alcance, puede devaluar antiguos liderazgos locales y diversos mediadores que operaban entre las direcciones partidarias, el afiliado y el votante”* (Oscar Landi, “Videopolítica y Cultura”, p. 27).

²⁰¹ Carolina Perelli, “La Personalización de la Política. Nuevos Caudillos, Outsiders, Política Mediática y Política Informal”, en *Partidos y Clase Política en América Latina en los 90*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Costa Rica, 1991, p. 167.

²⁰² Oscar Landi, Op. Cit., p. 30.

transformando en una especie de detective en busca –de modo indirecto- de señales de sinceridad²⁰³, familiaridad cultural, honestidad del político²⁰⁴.

A juicio de Carlos Ossa, *"la visibilidad dada por la televisión hace de los gestos casi un género -en paradoja- sin narratividad, planos y ensambles, frases cortadas y cuerpos libretados hablan de una expresión audiovisual que se fragmenta en el horizonte de un receptor acostumbrado a las múltiples ediciones y escasas referencias. La profusión de comentarios sin médula, análisis oscurecidos por el interés o miradas sin fisonomía, se unifican en la estetización de la coyuntura, o bien, en la confección de unos íconos políticos que buscan provocar la sensación de participación, mediante, el placer de mirar"²⁰⁵.*

Es decir, la videopolítica²⁰⁶ se puede entender, entonces, como *"el espacio por donde circulan los gestos y cuyo fondo es -básicamente- escópico (deseo de ver sin acabar), es la exhibición de un momento tantas veces repetido que se olvida y vuelve camuflado a insistir en una variedad vacía: los gestos son la democracia de las superficies"²⁰⁷.*

Esta primacía de la imagen hace cada vez más dificultosos los debates políticos profundos, a la vez que se rebajan la calidad de los mismos, pues todo se vuelve *"más soft, ficcional y manipulable emocionalmente (...) la personalización que la cámara hace de la política es una forma de despolitización: no se puede comparar el valor de los indicios que encontramos en la cara del político con la dignidad de los programas partidarios"²⁰⁸.*

Las reglas del espectáculo y los elementos del entretenimiento reemplazan al debate público, y la política deviene en *shows* mediáticos donde los gobernantes deben recurrir a diversos dotes actorales con el afán de superar al adversario. Los candidatos, por ende, no sólo deben confrontarse con sus opositores políticos, sino que también con todos los demás protagonistas mediáticos. Tan preocupados de la forma, los políticos han perdido el dominio sobre los acontecimientos y buscan compensar esa

²⁰³ Estos indicios de confianza y familiaridad, además de en los gestos, se pueden buscar en antecedentes sobre la vida privada e intimidad de los políticos.

²⁰⁴ Oscar Landi, Op. Cit., p. 28.

²⁰⁵ Carlos Ossa, "La Vitrina Vacía", Conferencia dictada en el Seminario Nacional *El Derecho a la Comunicación. Medios y Demandas Ciudadanas*, Universidad Mayor, Temuco, 1-3 de septiembre, 2004.

²⁰⁶ Giovanni Sartori fue el autor que acuñó el término 'videopolítica'. Él mismo lo reconoce en su libro *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*.

²⁰⁷ Carlos Ossa, "La Vitrina Vacía".

²⁰⁸ Oscar Landi, Op. Cit., p. 32.

pérdida de poder apelando al revuelo y la sobre-exposición. Hacerse notar, nunca pasar inadvertido... Esa es la consigna.

Como observamos, esta nueva forma de hacer política -que tiene como eje central la creciente adaptación a las reglas impuestas por los medios de comunicación- es otro de los rasgos distintivos de nuestra época. En este sentido, Marc Abélès hace una interesante comparación entre las formas predominantes de entender la política hoy, con respecto a etapas anteriores en las que el poder era inseparable de lo sagrado (como es el caso de las monarquías divinas) y donde los ritos (en tanto escenificación de la interferencia entre lo político y lo sagrado) adquirirían una importancia primordial a la hora de mantener el 'cosmos'.

Según su opinión, uno de los rasgos que caracterizan las sociedades occidentales es la disociación del poder y lo sagrado, pues el espectáculo político superó "a las manifestaciones clásicas que se referían a una trascendencia (Dios, la ley)"²⁰⁹. Veamos a continuación algunos aspectos comparativos expuestos por Abélès que permiten diferenciar nuestra época de aquella donde lo político y lo sagrado estaban fusionados:

- ◆ En primer lugar, cabe subrayar que cuando la comunicación adquiere un papel importante dentro del entramado político, lo que prima es la innovación: a falta de mensaje, hay que renovar continuamente su soporte. El rito, en cambio, siempre hace alusión a una tradición y, justamente, "cobra relieve por referencia explícita o implícita a la tradición"²¹⁰.
- ◆ Otro rasgo destacable es la tendencia a acentuar intensamente la individualidad. Tal como afirmábamos anteriormente, "frente a su pantalla, el telespectador espera ver aparecer un rostro, está atento a una voz, a un tono: un buen líder es el que ha sabido crear esa 'diferencia' con ayuda de especialistas en comercialización y en audioimagen"²¹¹. En el rito, en cambio, más que el oficiante, predomina un sistema de valores y símbolos que se ve reactualizado a través del acto ritual.
- ◆ Un último aspecto notable de la comunicación política moderna "es su carácter desterritorializado: un líder puede comunicar inmediatamente a la totalidad del planeta el mensaje de su elección; ya no hay necesidad de desplazar a las multitudes. Cada uno vive la política en su sillón"²¹². Por el contrario, las prácticas rituales escenifican la dimensión de territorio.

²⁰⁹ Marc Abélès, "Rituales y Comunicación Política Moderna", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998, p. 141.

²¹⁰ Ibidem, p. 142.

²¹¹ Ibidem.

²¹² Ibidem.

Ya no caben dudas. El fenómeno de la videopolítica (o democracia audiovisual) ha venido para quedarse, y resultará difícil escapar a él, pues la *"videopolítica parece posibilitar el desarrollo de partidos políticos de bajo tono ideológico, de agregación pragmática de reivindicaciones e intereses –lo que se conoce como catch all parties– ya sea por transformación de los preexistentes o por la emergencia de otros nuevos sobre la base de la confiabilidad despertada por ciertos líderes o estéticas políticas"*²¹³.

Sin partidos con sustentos ideológicos fuertes, la atención estará centrada, inevitablemente, en las personas. Por otra parte, y dado que la televisión provee información limitada, *"verdaderos pantallazos de somera presentación de realidades complejas"*²¹⁴, difícilmente se podrá inducir una reflexión clara en la audiencia. Así, se simplifican los temas y debates, y la atención se centra en rasgos 'menos complejos' como la vida privada, la personalidad y la forma de desenvolverse de los políticos, cuestiones frente a las cuales todos se sienten con derecho a opinar, y ante las cuales todos parecen competentes.

Es decir, el vacío ideológico que sobrevino luego del 'fin de la historia', es potenciado por la televisión y sus reglas del juego. En palabras del psiquiatra argentino Jesús González Requena, el discurso televisivo dominante²¹⁵ *"tiende a vaciar el universo de ideologías, sistemas de valores, etc.: todo se convierte en –y es reducido a– espectáculo, valor de cambio visual, escópico"*²¹⁶.

Y mientras la televisión siga alimentando una audiencia desinformada, el interés hacia los asuntos políticos seguirá disminuyendo. Pues, tal como una persona disfruta mucho más de una canción si ha sido educada para ello, así también *"la información política se vuelve interesante si posee un*

²¹³ Oscar Landi, Op. Cit., p. 27.

²¹⁴ Carolina Perelli, Op. Cit., p. 169.

²¹⁵ Según González Requena, el discurso televisivo dominante se caracteriza por exigir a cada uno de sus elementos una plena legibilidad, por lo que se ve condenado a la obviedad, la banalidad y la redundancia; un discurso que debe ser compatible con cualquier otra actividad del destinatario, excluyendo cualquier esfuerzo de trabajo de lectura; un discurso carente de clausura que tiende a abolir todo contexto referencial a través de un sistemático cierre autorreferencial; un discurso que construye un universo lábil, transparente vaciado de contenido informativo, sistemáticamente fragmentado y redundante, que ofrece a su destinatario un vínculo imaginario ininterrumpido, absoluto; un discurso donde los únicos 'valores' reinantes son el *look* y lo *light*; un discurso, por tanto, que se agota en la construcción de un universo espec(tac)ular y que tiende a construir una réplica imaginaria –irrealizada y descorporeizada– del universo real.

²¹⁶ Jesús González Requena, *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la Posmodernidad*. Ediciones Cátedra, España, 1999, p. 132.

*juicio crítico de conocimiento político previo; entonces el flujo de las noticias se vuelve interesante, inteligible*²¹⁷.

Aquí se evidencia, entonces, la doble faz de la televisión pues, además de ser el lugar donde se escenifican los cambios, es en sí un eje reestructurador, un actor político que potencia estas transformaciones. La importancia que han adquirido los gestos, los cuerpos y los rostros -aspectos que paradójicamente operan a la vez en un terreno 'íntimo' y 'exterior', 'personal' y 'superficial'- modifican desde dentro la política misma.

A pesar de que todas las características recién citadas parecen propias y exclusivas de nuestras sociedades actuales, muchos aseguran que el fenómeno de personalización y estetización de la política no remite a una manifestación totalmente nueva, sino que más bien estaríamos ante la reemergencia de antiguas formas de populismo, que primaron -sobre todo en Latinoamérica- en la década del '30²¹⁸.

Sin embargo, se trata de procesos diferentes, y la base de esta distancia está, justamente, en la relevancia que han adquirido los medios audiovisuales como escenarios y ejes reestructurantes en el modo de hacer y entender la política. Veamos algunas de estas diferencias señaladas por Carolina Perelli:

♦ En primer lugar, los antiguos líderes populistas combatían y subordinaban enérgicamente al poder empresarial. Hoy, en tanto, los nuevos caudillos se alían y apoyan en el empresariado, pues comprenden la importancia de operar al interior de una lógica de mercado.

²¹⁷ Giovanni Sartori, *Videopolítica. Medios, Información y Democracia de Sondeo*. Fondo de Cultura Económica, México, 2003, p. 50.

²¹⁸ El populismo en Latinoamérica tiene una historia propia. A finales del siglo XIX, se deteriora el modelo del Estado Liberal-Oligárquico caracterizado por el poder concentrado en elites aristocráticas, terratenientes y exportadoras de productos agrícolas. La exportación desató el crecimiento de centros urbanos, el desarrollo de industrias y la aparición de nuevos grupos sociales: los trabajadores industriales y los artesanos. Esto coincidió con la llegada de inmigrantes y refugiados europeos infundidos de ideas del socialismo y sindicalismo. En los años '30, la clase obrera latinoamericana -excluida de la participación política- ganó capacidades organizativas lo que coincidió con la aparición de los primeros líderes populistas. Estos líderes llegaron a unir 'las masas marginalizadas' utilizando múltiples ideologías y sobre todo su carisma para movilizarles a romper con los convencionalismos del *establishment*. Sus discursos cargados de símbolos al pueblo y a la nación llevaron las masas a las calles apoyando el cambio de las elites. Bajo estos caudillos populistas como Getulio Vargas en Brasil, Juan Domingo Perón en Argentina, Haya de la Torre en Perú o Gaitán en Colombia, se construyó un nuevo modelo estatal, el Estado Nacional-Popular, caracterizado por sindicatos verticales, una política de proteccionismo, nacionalizaciones de empresas, proyectos gigantescos de industrialización y un aumento de la concentración hasta la personificación del poder. Pero después de la Segunda Guerra Mundial, el Cono Sur sufrió una grave crisis social, económica y política. El modelo económico del Estado Popular no podía llevar el paso al desarrollo industrial mundial e, indefectiblemente, desembocó en las dictaduras militares (Fernando Mayorga, *Neopopulismo y Democracia: Compadres y Padrinos en la Política Boliviana*, Editorial Plural, Bolivia, 2002).

♦ Por otro lado, los líderes populistas de antaño se basaban en la movilización de masas. Hoy, en cambio, adquiere una relevancia especial la acción mediática. La relación entre el nuevo líder y los medios *"condiciona un nuevo estilo de acción, que no es el de la democracia cara a cara del antiguo caudillo con las masas en calles o plazas. Por eso, en estas nuevas formas de personalización del poder, el líder se dirige al votante, o el ciudadano en la intimidad de su hogar, alejado de sus interacciones sociales significativas. No se dirige a una clase sino a un individuo"*²¹⁹. Por esto, se usa un vocabulario simple, que llegue a todos y se apela a la emoción y al sentido común.

♦ Además, el actual líder político no se presenta como un semidiós por encima de la masa como lo hacían los populistas, sino como un hombre común, proveniente de la audiencia televisiva a la que se dirige. Esta dependencia de los medios de comunicación conlleva a que los nuevos caudillos generen adhesiones y odios *"propios de una figura que hace apelaciones simbólicas, de tipo emocional y no programáticas"*²²⁰, razón por la cual el cuidado de la imagen adquiere suprema importancia. Esto le permite a los políticos *"convivir con los ídolos populares del deporte, el cine y la propia televisión o la radio"*²²¹.

♦ Por último, hay que recalcar que, a diferencia de los regímenes populistas, el nuevo caudillo no es apoyado por proponer un modelo social o económico diferente, sino que lo *"único que ofrece como alternativa consistente es su propia persona. Su marca de autoridad emana de esa personalización"*²²².

Rostros, cuerpos, gestos. La política se ha personalizado y estetizado. Según algunos autores, este fenómeno no puede verse con buenos ojos pues implica, necesariamente, la degradación de aquellas formas 'racionales, letradas e iluministas' en que se hacía política en el pasado. Pero nada sacamos con mirar hacia atrás pues la videopolítica está ahí, delante de nosotros.

Según la ensayista argentina Beatriz Sarlo, *"no puede haber lugar para la nostalgia de pasadas (y probablemente hipotéticas) formas directas de política. Todo lo que puede hacerse es la crítica más radical de la videopolítica realmente existente"*²²³.

²¹⁹ Carolina Perelli, Op. Cit., p. 187.

²²⁰ Ibidem, p. 188.

²²¹ Ibidem.

²²² Ibidem.

²²³ Beatriz Sarlo, *Escenas de la Vida Posmoderna. Intelectuales, Arte y Videocultura en la Argentina*. Editorial Seix Barral, Argentina, 2004, p. 88.

De este modo, Sarlo expresa su disconformidad ante el actual sistema y propone que –si bien no es posible imaginar la política sin televisión- es viable configurar cambios en la videopolítica. A juicio de Sarlo, *"los políticos, entregándose del todo a la selva audiovisual, renuncian a aquellos que los constituyó como políticos: ser expresión de una voluntad más amplia que la propia y, al mismo tiempo, trabajar en la formación de esa voluntad"*²²⁴.

En este sentido, Sarlo subraya que la política es la que debe hacer visibles los problemas y mostrarlos en la escena pública para que se definan y encuentren solución. Sin embargo, *"si los conflictos no son presentados por la política, los medios toman su lugar señalando otros caminos pre políticos o antipolíticos para resolverlos"*²²⁵.

Entonces, lo que postula la autora argentina es que la política requiere a los medios como escenario de los problemas que ella misma ha identificado, *"pero no necesita inevitablemente de los animadores massmediáticos como mentores"*²²⁶, porque si los asuntos *"que son importantes para amplias mayorías se convierten en objeto solamente massmediático, el sentido de la política y de los políticos no aparecerá evidente para nadie"*²²⁷.

Al igual que Sarlo, Sartori asume que la videopolítica ya se ha instalado y que no hay forma de retroceder pero, asimismo, insiste en que aún estamos a tiempo para mejorar, responsablemente, la 'videoinformación' que día a día se nos entrega.

Son muchas las críticas que genera el auge de la personalización y estetización de la política y se pueden explicar, en parte, porque –tal como recalca Carlos Ossa- estaríamos ante el doble juego²²⁸ de una política que *"insiste en su estirpe ilustrada y, al mismo tiempo, se desplaza con entusiasmo por el espectáculo. Se trata de la oportunidad de moverse -constantemente- de sitio y no dejarse cancelar en una imagen o cliché (sino en varios)"*²²⁹.

²²⁴ Ibidem, p. 90.

²²⁵ Ibidem, p. 91.

²²⁶ Ibidem.

²²⁷ Ibidem.

²²⁸ En este contexto, Ossa agrega que *"el tiempo se administra en torno a dos escenarios, el de la matriz racional-iluminista y el de la simbólico-dramática. En la primera concurre el jefe de partido, el miembro de la comisión parlamentaria, el crítico legislativo, el analista económico o el defensor ciudadano; en la segunda, se hace cargo de imágenes y situaciones el charlista ameno, el viajero anecdótico, el padre jovial o el escritor postergado"* (Carlos Ossa, "La Vitrina Vacía").

²²⁹ Carlos Ossa, "La Vitrina Vacía".

A simple vista, el escenario descrito puede tener más desventajas que puntos a favor, sobre todo si se piensan los riesgos de manipulación que conlleva la videopolítica. Sin embargo, situarse en un escenario apocalíptico no parece ser la mejor alternativa. En este sentido, son muchos los autores que han procurado situar el fenómeno en su real dimensión, restringiendo la radicalidad de sus 'consecuencias negativas'.

Por ejemplo, Oscar Landi subraya que *"el goce que el televidente experimenta al situarse en el lugar del poder visual frente a la pantalla, no impide su crítica y el ejercicio del aspecto activo, resignificante de lo que se emite"*²³⁰. En esta misma línea, agrega que *"un indicio de sinceridad o falsedad del político es tal sólo porque un receptor le atribuye ese carácter; para otro puede pasar inadvertido o querer decir otra cosa"*²³¹.

Además, la televisión no necesariamente potencia²³² la imagen de un individuo pues, tal como repara Landi, *"un abusivo uso de la televisión por políticos o periodistas poco creíbles puede terminar contaminándola de este atributo o produciendo fenómenos de saturación que alejan a la gente del medio"*²³³.

Por esto, no debemos exagerar la importancia de la imagen. A la larga, la eficiencia política y la credibilidad de los partidos democráticos no se medirá, exclusivamente, en función del 'ruido mediático' que son capaces de generar, sino por su capacidad de transmitir una propuesta convincente a través de los medios y por fuera de los mismos. Considerando que la política aún insiste en su estirpe ilustrada, en la actualidad no es posible la estructuración de una campaña sin un mínimo de contenido.

Esta mirada más optimista, es compartida también por Dominique Wolton, quien plantea que criticar la política por ajustarse a esta realidad, y hasta reclamar un cambio de actitud, significa ignorar la existencia de una moderna sociedad de medios. En opinión de Wolton, *"la comunicación política exactamente se nos revela, pues, como lo contrario de una degradación de la política, pero como la condición del funcionamiento de nuestro espacio público ensanchado"*²³⁴, pues permite la interacción entre la información, la política y la comunicación. De este modo, *"no lleva a*

²³⁰ Oscar Landi, Op. Cit., p. 32.

²³¹ Ibidem.

²³² Esto porque, en opinión de Landi, *"la espectacularización televisiva de la política también paga los costos y comparte la incertidumbre de todo espectáculo: siempre hay un plus no controlable, una cuota de azar decisiva, una reacción del espectador no previsible. La magia del espectáculo es un terreno resbaladizo con una cuota importante de apuesta"* (Oscar Landi, "Videopolítica y Cultura", p. 33).

²³³ Oscar Landi, Op. Cit., p. 33.

²³⁴ Dominique Wolton, "La Comunicación Política: Construcción de un Modelo", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998, p. 31.

*suprimir la política o a subordinarla a la comunicación sino, por el contrario, a hacerla posible en la democracia masiva*²³⁵.

En tanto, Eliseo Verón comparte la visión de Wolton e, incluso, afirma que el tan citado empobrecimiento del discurso político no se debe a la irrupción de lo audiovisual. A su juicio, *"el ingreso de lo político en la era audiovisual ha significado, por el contrario, un enriquecimiento de la discursividad política, mediante la incorporación de nuevos registros de sentido (en especial, el de lo indicial), y mediante la complejización de las estrategias que de ella resultan"*²³⁶.

Para bien o para mal, lo cierto es que la forma de entender y hacer la política ha cambiado. Aunque no es del todo criticable que elementos como la vida privada de los políticos o su forma de desenvolverse en los medios se hayan estatuido como nuevos rasgos a tomar en cuenta, sí es discutible –tal como recalca Arfuch– que aparezcan en el espacio público *"como razón necesaria –y a veces, suficiente– para sustentar trayectorias políticas o responsabilidades de Estado"*²³⁷.

²³⁵ Ibidem.

²³⁶ Eliseo Verón, Op. Cit., p. 138.

²³⁷ Leonor Arfuch, *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*, p. 72.

Conclusión

**Desafíos que los Nuevos Escenarios
Representan para la Teoría de la
Comunicación**

“Estamos en realidad en un planeta que está suspendido en el espacio, sujeto a unas leyes que nosotros no controlamos... Entonces uno se pregunta ‘yo no pedí nacer y aquí estoy mirando el cielo y no entiendo nada’. Uno tiene derecho a ocupar su vida para entender algo, comprender más o menos de qué se trata... Aunque sea intuyéndolo”.

ADOLFO COUVE

Como hemos señalado a lo largo de toda esta investigación, el referente más importante al hablar de espacio público es aquel modelo burgués o ilustrado, que vincula el surgimiento de la opinión pública a la ‘reunión’ de ciertas personas -que arrancan del plano privado- en un espacio mediador, donde se discute sobre asuntos de interés general.

A diferencia de la época medieval –donde la nobleza gobernante se contentaba con ofrecer al pueblo el espectáculo del poder- el espacio público burgués ofrecía a los ciudadanos la posibilidad de debatir con el poder gubernamental. Es decir, individuos privados, haciendo uso de su propia razón crítica, se transforman en un ‘público’.

No obstante, este modelo –que alcanzó su auge en el siglo XVIII- fue perdiendo vigencia debido a múltiples razones. Entre ellas, ciertamente, podemos señalar el auge de diversos procesos industriales, el desarrollo de la alfabetización, los nuevos impulsos que adquiere la prensa moderna y, sobre todo, la instalación de un Estado eminentemente ‘administrativo’. Todas estas transformaciones contribuyeron a la decadencia del espacio público burgués, borrando la clara distinción entre los ámbitos público y privado (e íntimo).

¿Público, privado, íntimo? Cada vez es más difícil definir con propiedad a qué alude cada uno de estos términos. Pero en general, público y privado se pueden entender más fácilmente si los oponemos en términos de una dicotomía. Es decir, uno es todo lo que no es el otro. Si lo público corresponde al ámbito del interés público, a los asuntos de Estado, a lo que usualmente se llama el ‘bien común’, lo privado remite, entonces, al plano más restringido de lo doméstico y familiar, de aquellas cuestiones que no necesariamente deben ser transmitidas en forma masiva²³⁸.

Lo íntimo (el término proviene del latino *íntimus* que significa ‘lo más interior’), por el contrario, debemos ubicarlo fuera de esta dicotomía, pues tiene su origen en el fuero interno del individuo y corresponde al ámbito psicológico, que comprende las pasiones del corazón, las tendencias sexuales, los pensamientos de la mente, las satisfacciones de los sentidos, los valores morales y religiosos y las orientaciones ideológicas.

²³⁸ Lo privado puede involucrar instituciones y relaciones sociales, como la familia, los amigos, etc., en cambio, la intimidad carece de una dimensión social.

Sin embargo, y aunque a simple vista parezcan definiciones acotadas e inamovibles, en la práctica nos podemos dar cuenta que las transformaciones políticas y tecnológicas de las últimas décadas han trastocado el sentido clásico de estos términos, hasta el punto que la distinción entre ellos resulta prácticamente inexistente.

Hoy identificamos una desarticulación de la dicotomía entre los términos de público y privado, básicamente -como lo explicita Leonor Arfuch- por la insistencia de vidas privadas en el horizonte de lo público.

En la actualidad, el espacio de la comunicación incluye abiertamente la esfera íntima y los medios se constituyen como el escenario perfecto para publicitar lo privado. Además, diversas leyes o manuales de ética alrededor de todo el mundo tienden a tratar como sinónimos a los términos de privacidad e intimidad (aunque no se trate de ideas equivalentes) y la esfera íntima -que 'no debiera' ser difundida masivamente- parece instalarse como fuente prioritaria para la producción de sus mensajes y como principio y final de los objetivos de los medios de comunicación.

De este modo, notamos que hay un auge de los pequeños relatos y un retorno del individuo -no de la razón- como correlato de la tan anunciada muerte de los grandes sujetos colectivos; a la vez que se disuelve la idea misma de comunidad y se consolida, como nunca, lo narcisista y lo individual.

Este traslado epistemológico tiene sus consecuencias en variados ámbitos de la vida, sobre todo en planos tan 'públicos' como la política. A juicio de Arfuch, la *"disolución de lo político en sus términos argumentativos (...) está relacionada aquí con el ascenso del ámbito privado y la tendencia al ensamblamiento de ambas esferas, con una marcada derivación hacia lo íntimo, una de cuyas consecuencias mayores es la personalización de la política, el peso decisivo que adquiere la vida privada, la dimensión subjetiva, el carisma, en la construcción de imagen y la representación pública de los candidatos"*²³⁹.

Así, centrando la atención en sujetos más que en contenidos, asistimos a la decadencia de las ideologías políticas. Por todo esto, desde hace un par de décadas hemos escuchado hablar con recurrencia sobre una supuesta 'crisis del espacio público', sobre todo en cuanto se refiere al espacio político, situación que se atribuye a esta especie de intromisión excesiva de lo privado (en lo público) y a un abundancia de subjetividad que alteraría la clara distinción que antaño delimitaba ambas esferas.

²³⁹ Leonor Arfuch, "Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad", p. 8.

En los nuevos contextos públicos se ha abandonado el orden de la letra o la escritura, y en su reemplazo se instaura la virtualización, el consumo y el narcisismo. Así, *"el 'nuevo diseño socio cultural' se articula ya no a partir de 'grandes relatos' ni de textos canónicos²⁴⁰ sino gracias a una legitimidades que se hayan en los distintos 'juegos de lenguaje', flujos, combinaciones verbo- icónicas y estético-mercantiles que las nuevas mediaciones y el consumo realizan a diario"²⁴¹.*

El filósofo alemán Jürgen Habermas ha estudiado a lo largo de su trayectoria los parámetros y especificidades del 'modelo burgués' (el cual habría sido reemplazado por estos nuevos contextos públicos que tienen su base en la virtualización, el consumo y el narcisismo). Sus estudios concluyen –pesimistamente– que en la actualidad asistimos a la decadencia y desintegración del espacio público ilustrado en el seno de los Estados benefactores del capitalismo industrializado.

Es cierto que en la actualidad ya no es posible imaginar un modelo como el burgués. Sin embargo, si se aceptan estas conclusiones al pie de la letra, nos encerraríamos en un callejón sin salida. Como recalca el sociólogo sueco Peter Dahlgren, ya es hora de no contentarse con repetir los postulados de Habermas y comprender que la historia no es estática, que nuevas fuerzas modelan el espacio público contemporáneo, un territorio que –aunque no parezca– puede manifestar nuevas potencialidades.

A juicio de Dahlgren, *"en la medida en que nos incumbe la dinámica democrática, la elaboración de una teoría de espacio público que se adapte a los hechos contemporáneos se impone tanto a los investigadores como a los actores políticos"²⁴²*, lo que implica una reevaluación del análisis de Habermas según los nuevos datos con que se cuenta en la actualidad.

Por otra parte, tampoco hay que idealizar más de la cuenta el referente ilustrado, pues nunca se materializó como un modelo perfecto; *"ni siquiera en su momento culminante el discurso burgués manifestó el grado de racionalidad que Habermas le atribuye"²⁴³*. En este sentido, Peter Dahlgren

²⁴⁰ A juicio de Carlos Ossandón, *"abolido el referente y el significado, lo que queda son brillos, expresividad, ars combinatoria, pulsiones tecno-mediáticas y mercantiles y no propiamente sentidos o ideologías. Estas transformaciones hacen algo más que debilitar los ingredientes propios del espacio ilustrado o liberal, más bien le quita su peso: las ideas son reemplazadas por estímulos, las profundidades por superficies, las convicciones por seducciones, los narradores por narraciones"* (Carlos Ossandón en Prefacio al libro de Álvaro Cuadra, *De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual*, p. 11).

²⁴¹ Carlos Ossandón en Prefacio al libro de Álvaro Cuadra, *De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual*, p. 11.

²⁴² Peter Dahlgren, "El Espacio Público y los Medios. ¿Una Nueva Era?", p. 247.

²⁴³ Ibidem, p. 249.

en su texto "El Espacio Público y los Medios. ¿Una Nueva Era?" señala algunos déficits teóricos en cuanto al estudio de Habermas sobre el 'modelo ilustrado'.

En primer lugar, este autor enfatiza que el espacio público burgués sirve más bien de modelo descriptivo o de análisis, pues sus manifestaciones históricas fueron –en la práctica- relativamente modestas. Además, aunque si bien Habermas reconoce la dimensión de clase del espacio público burgués, *"no subraya su naturaleza patriarcal"*²⁴⁴.

Su concepción del espacio público está fundada en una dicotomía de público/privado, *"pero si se adopta una perspectiva feminista, adherirse a semejante dicotomía sin formular ninguna crítica conduce a convertirse en cómplice –lo mismo que el liberalismo- de la subordinación de las mujeres"*²⁴⁵. Si se considera este aspecto, salta a la vista que el universalismo y el igualitarismo de la teoría democrática quedan puestos en tela de juicio.

Por otra parte, Dahlgren repara en que Habermas no hace alusión a la existencia de esferas públicas alternativas ('plebeyas', populares, informales o de oposición), lo que deja entrever un gran vacío teórico. Esto porque, tal como afirma el autor, *"en la época del liberalismo, lo mismo que en la época del capitalismo avanzado, existían otros foros que mediaron la conciencia política de los individuos, sirvieron como canales de intercambio de información y suministraron un marco a la expresión cultural"*²⁴⁶, como por ejemplo, los sindicatos.

En tercer lugar –y luego del análisis de diversas teorías actuales de raíz 'posmoderna'- Dahlgren concluye que Habermas hace entrar en juego una concepción implícita de la manera en que se desarrolla una conversación y en que se producen las opiniones políticas, la cual parece *"extrañamente abstracta y formalista"*²⁴⁷.

Esto porque Habermas *"no hace referencia ni a las complejidades ni a las contradicciones que sobrevienen en la producción de sentido, ni hace referencia a los contextos sociales en que concretamente tiene lugar esa producción de sentido, ni a los recursos culturales puestos por obra"*²⁴⁸, cuestión esencial para comprender los procesos microsociales que determinan el acceso de los ciudadanos al espacio público.

²⁴⁴ Ibidem, p. 250.

²⁴⁵ Ibidem.

²⁴⁶ Ibidem.

²⁴⁷ Ibidem, p. 251.

²⁴⁸ Ibidem.

La imagen romántica de un espacio público en que los individuos se comunican frente a frente o mediante publicaciones ilustradas de poco tiraje ha pasado ya a mejor vida. Sin embargo, esto no implica la muerte de la única forma en que los individuos podían debatir, discutir o crear 'sentido'. Vivir en la era de los medios electrónicos y de los públicos masivos no debe condenarnos al pesimismo.

Hoy, existen otras formas mediante las cuales los individuos pueden discutir esos asuntos de 'interés general', que tienen como piedra angular a los medios de comunicación, especialmente la televisión, que se ha convertido –como recalcamos a lo largo de esta investigación– en un espacio público remodelado.

Los procesos de creación de 'sentido' son inseparables en la actualidad de la cultura mediática y esta premisa, antes que paralizadora, debe estimularnos en la búsqueda de diversas fórmulas que permitan que este espacio mediático sea lo más 'democrático' posible. Y lo cierto es que no partimos de cero, pues mucho se ha estudiado ya sobre medios de comunicación, política y democracia.

Antes de criticar a los medios de comunicación por el sólo hecho de existir, debemos tomar en cuenta que en ellos se encuentra la única opción de recrear el espacio público de antaño²⁴⁹. Ciertamente, un verdadero 'público' debe tener como base la interacción discursiva de los ciudadanos y, en este sentido, *"tal vez haya que considerar el concepto de audiencia como una etapa, una etapa modesta, por cierto, pero necesaria hacia la constitución de ese público"*²⁵⁰, pues participar en una audiencia podría desembocar en pertenecer a un 'público'.

Sólo en el marco de la audiencia se puede realizar el encuentro con el producto mediático, pues ésta *"constituye el ambiente social del lector, espectador o del oyente"*²⁵¹. Entonces, la constitución de un 'público' sólo podrá entenderse a partir de la idea de audiencia y de las prácticas sociales que se crean en este contexto, las cuales –a su vez– *"se desarrollan mucho más allá de él"*²⁵².

Ya no hay forma de volver atrás. Por esto, en vez de demonizar la existencia de los medios de comunicación, más bien habría que centrarse en el estudio de sus potencialidades, muchas de las cuales saltan a la vista. Por ejemplo, debemos destacar su aporte en cuanto a la democratización del

²⁴⁹ Esto porque antes la cantidad de personas que participaban de la esfera pública era muy reducida. Hoy, en cambio, ese número ha crecido enormemente por lo que a través de los medios encontramos una inigualable posibilidad de interactuar.

²⁵⁰ Ibidem, p. 263.

²⁵¹ Ibidem.

²⁵² Ibidem.

espacio público, pues antes sólo un escaso número de 'lectores' podía acceder a aquellas discusiones donde se debatían asuntos de 'interés general'. Hoy –gracias al desarrollo de la tecnología- esa información está al alcance de un número cada vez más amplio de personas²⁵³.

Muchos argüirán frente a este punto que los medios entregan cada día menos información (y de poca calidad), la cual –por lo demás- depende exclusivamente de la tendencia política del medio desde donde se emite. Es sabido que la economía política de los medios tradicionales de comunicación de masas en las sociedades occidentales ha evolucionado de manera significativa, y numerosos investigadores han realizado diversos llamados de atención sobre la estrecha relación existente entre política y medios de comunicación (y la muchas veces consecuente concentración económica de los medios²⁵⁴).

Hoy, "los procesos de privatización, de transnacionalización y de desregularización han amplificado y difundido la lógica mercantil de las operaciones mediáticas y progresivamente han ido excluyendo toda otra referencia a otras normas"²⁵⁵. Negar estos desplazamientos sería ilógico. Pero asumirlos de forma totalizante también. Esto porque la audiencia siempre tendrá la posibilidad de dudar, cuestionar o, por último, de no creer. No debemos olvidar que los receptores –tal como han enfatizado numerosas tendencias en los últimos años²⁵⁶- no son seres pasivos que se 'tragan' la información sin digerirla.

La Teoría Funcionalista daba por sentado que 'las masas' se enclaustraban en una configuración social realizada por los medios de comunicación dirigidos por los supuestos líderes de una sociedad. Supuestamente –según este enfoque- estos dirigentes utilizaban los medios de comunicación como una forma de preservar el orden establecido, acentuando los valores de una sociedad armada de acuerdo a sus intereses.

²⁵³ Esto, por supuesto, en países desarrollados donde los avances mediáticos y tecnológicos están a la mano de la mayoría de la población.

²⁵⁴ A juicio de Dahlgren, "mientras que los procesos tecnológicos multiplican los nexos entre comunicaciones de masas con ordenadores, telecomunicaciones y comunicaciones de satélites, las fuerzas del mercado, junto con medidas públicas, han favorecido los intereses privados en detrimento del dominio público. Para el ciudadano, el acceso a informaciones pertinentes va a costar cada vez más y ese acceso se repartirá cada vez más desigualmente para comprometer así un poco más el ideal universalista de la ciudadanía" (Peter Dahlgren, "El Espacio Público y los Medios. ¿Una Nueva Era?", p. 256).

²⁵⁵ Peter Dahlgren, Op. Cit., p. 255.

²⁵⁶ Enfoques como el Funcionalismo o la Teoría de la Aguja Hipodérmica postulan que la relación entre los medios y los receptores se configura a través de 'efectos inmediatos'. Por otra parte, la Teoría Crítica (o Escuela de Frankfurt) y la Teoría de Usos y Gratificaciones, plantean la existencia de 'efectos de alcance medio'. Por último, perspectivas más recientes (como Teoría de los Discursos Sociales), optaron por concluir la predominancia de 'efectos de largo alcance o antropológicos'.

Claramente, según los postulados del Funcionalismo, los efectos de los medios en la audiencia son 'inmediatos', pero se comete el gran error de olvidar los procesos de significación, indispensables para entender los procesos comunicativos. Este paradigma no reconoce al receptor como un ser racional, más bien lo percibe como un elemento pasivo en el proceso comunicativo y deja a un lado la experiencia -en todas sus dimensiones- que obviamente posee cada ser humano.

En este sentido, no podemos olvidar los planteamientos de Eliseo Verón -y su Teoría de la Semiosis Social- donde plantea que cualquier enunciado es capaz de producir sentido, pero que éste sólo se vuelve verosímil dentro de un contexto determinado. Es decir, como afirma Jesús González Requena (otro autor que ha trabajado en esta misma línea), "*es necesario reconocer que la significación no es una propiedad de la cosa, sino de la construcción de ésta como signo en función de un sujeto, independientemente del grado de conciencia que el sujeto tenga de tal proceso*"²⁵⁷.

Lo que aquí se asegura es que el texto no contiene la significación como propiedad inmanente, por lo que los medios son vistos no como instrumentos, sino más bien como agentes de significación. Por otra parte, ya no se victimiza al receptor y se le otorga la posibilidad de resistencia y sospecha. Progresivamente, los expertos en comunicación se han percatado que la relación entre medios y sociedad es mucho más compleja que como se había venido trabajando.

Además, al "*contentarse con subrayar el aspecto monolítico de las industrias de la comunicación y denunciar su vinculación con otros poderes del Estado y del capital*"²⁵⁸ se corre el riesgo de "*perder de vista que existen otras configuraciones, las que también determinan la esfera pública*"²⁵⁹. No debemos olvidar que hoy los públicos son cada vez más fragmentados y que los consumidores cuentan con una relativa libertad de acceso a las tecnologías avanzadas de la comunicación y de la información.

Por otra parte, continuamente surgen nuevos movimientos políticos que exigen su cuota de representación y los grandes medios de comunicación "*se ven obligados a reconocer, en cierta medida, las interpretaciones del mundo social propuestas por sus interlocutores de los pequeños medios*"²⁶⁰. Como vemos, la situación de las sociedades 'posburguesas' o 'postindustriales' -por sombría que parezca- no es tan irreparable como afirma Habermas.

²⁵⁷ Jesús González Requena, Op. Cit., p. 28.

²⁵⁸ Peter Dahlgren, Op. Cit., p. 257.

²⁵⁹ Ibidem.

²⁶⁰ Ibidem, p. 259.

A todos los teóricos de la comunicación les corresponde el empeño de desmitificar un constructo (el espacio público ilustrado) que *"no siempre ha facilitado la búsqueda de otros modos de comprensión de lo público"*²⁶¹, sobre todo dadas las transformaciones a las que constantemente asiste la sociedad actual. El espacio público ilustrado puede operar como utopía, quizás como un objetivo que hay que alcanzar, pero no se debe caer en la frustración si no se logra materializar en la práctica pues, como vimos, las condiciones de la sociedad actual imposibilitan su ejecución.

Hoy operamos bajo otros parámetros, hay un nuevo orden de cosas donde *"la imposición o las tensiones propias de los intereses privados o de las leyes de mercado cuestionan no sólo la dialéctica entre lo público y lo privado, la separación entre Estado y sociedad, sino también el espesor o la diferencia de cada uno de los términos de la dialéctica, al darse un proceso simultáneo de desprivatización de lo privado y privatización de lo público"*²⁶².

Los límites se confunden, se produce una imbricación de las esferas pública y privada. Sin embargo, este fenómeno de superposición no se da sólo en los ámbitos analizados a lo largo de esta investigación, sino que podemos apreciarlo en muchos otros planos de la vida. Al parecer, y tal como afirma pensador italiano Omar Calabrese, *"el universo de lo impreciso, de lo indefinido, de lo vago se muestra por todas partes rico en seducción para la mentalidad contemporánea"*²⁶³.

Partiendo de esta premisa que caracteriza a la sociedad contemporánea, Calabrese distingue dos tipos de épocas: las estáticas y las dinámicas. Mientras las épocas estáticas *"promueven su centro de sistemas o anulan la posibilidad de salirse de los confines bloqueando la frontera del sistema, las épocas dinámicas trabajan en la periferia y en el confín"*²⁶⁴. Es decir, las épocas estáticas promueven el centralismo y el bloqueo de los confines y las dinámicas potencian el trabajo en el límite y hasta la superación de éste²⁶⁵.

²⁶¹ Carlos Ossandón, Op. Cit., p. 7.

²⁶² Ibidem, p. 9.

²⁶³ Omar Calabrese, *La Era Neobarroca*. Ediciones Cátedra, España, 1999, p. 172.

²⁶⁴ Ibidem, p. 83.

²⁶⁵ En este sentido, Calabrese repara en que –en la mayoría de los casos– *"el derribo de los confines no provoca la destrucción o exclusión, sino sólo el desplazamiento de las fronteras"* (Omar Calabrese, *La Era Neobarroca*, p. 82).

Ante esta categorización, podemos advertir, claramente, que nuestra sociedad actual -posmoderna, hipermoderna o neobarroca²⁶⁶- pertenece a lo que Calabrese define como época dinámica²⁶⁷. Por todos lados podemos encontrar nociones híbridas, imprecisas y límites difusos, partiendo por el concepto mismo de Posmodernidad.

Desde la década del '80, el llamado debate Modernidad-Posmodernidad ha estado presente en un variado campo de la producción teórica. A partir diferentes lugares y de una enorme cantidad de disciplinas, se ha intentado dar cuenta de cuál es la problemática allí presente. Pero lo llamativo es la dificultad que existe en dar precisiones sobre qué es lo que esta en juego en dicha polémica y, más aún, en lo que concierne a poder dar definiciones abarcadoras sobre lo que es la Posmodernidad. Muchas obras y autores han sido ubicados dentro de este campo sin que existan, en apariencia, unidades coherentes.

Tal es el debate, la confusión y la imprecisión, que muchos –incluso- se han atrevido a señalar que, en el fondo, los términos de Posmodernidad y Modernidad nada significan y que hablar de ellos es sólo una forma de atraerlos a la conciencia.

En este sentido, Pablo Oyarzún se pregunta: "*¿De qué se habla cuando se habla de lo posmoderno? ¿Es un movimiento, una filosofía, incluso una época? ¿Es por último, un temple, una difusa sensibilidad cuyas fibras difícilmente se disciernen? Para no responder a estas preguntas, para sólo bordear la primera que las preside, acá se le inflinge a esa un cierto sesgo, según el cual lo posmoderno siempre habla de lo moderno. Esto es, si se quiere, una manera de no hablar de ninguno de los dos asuntos. Es, más bien, una manera –doble– de atraerlos para que se dejen ver*"²⁶⁸.

²⁶⁶ No ha sido la intención de este trabajo entrar profundamente en el debate Modernidad-Posmodernidad o especificar cual de estos términos podría ser el más apropiado para definir nuestra sociedad actual. Quizás todos... o ninguno. Sin embargo, cabe aquí dejar en claro algunas de las posibilidades de denominación. El término Posmodernidad ha sido utilizado por diversos autores, pero quizás su popularización se la debemos a Jean-François Lyotard. Gilles Lipovetsky utilizó la palabra Posmodernidad en muchos de sus textos, no obstante, últimamente ha preferido su reemplazo por la expresión Hipermodernidad (al respecto se puede consultar su último texto *Les Temps Hypermodernes*). Omar Calabrese, en tanto, introdujo el término neobarroco al repertorio de denominaciones.

²⁶⁷ A juicio de Calabrese, "*existen periodos mas encaminados a la estabilización ordenada del sistema centrado y periodos opuestos. Épocas o zonas de la cultura en las que prevalece el gusto de establecer normas 'perimétrales' y otras en las que el placer o la necesidad de ensayar o romper las existentes. Justamente: la de tender al límite y experimentar el exceso. Al segundo tipo pertenece evidentemente la era (o el carácter cultural) que hemos denominado neobarroco*" (Omar Calabrese, *La Era Neobarroca*, p. 66).

²⁶⁸ Pablo Oyarzún, Op. Cit., p. 213.

Se puede afirmar, coherentemente, que términos como 'moderno' o 'posmoderno' están vacíos de contenido pues en la superficie designan exclusivamente la contemporaneidad. Sin embargo, establecer categorías como estas pueden, a pesar de la inanidad de la palabra, convertirse en instrumentos del pensamiento eficaces, que permitan comprender mejor el comportamiento humano (a condición de no darles demasiado valor y de que estemos dispuestos a abandonarlos cuando sea necesario).

Lo que no se puede discutir, sin embargo, es que lo posmoderno está intrínsecamente ligado a lo moderno. Incluso, se podría afirmar que la Posmodernidad representa el ocaso mismo de la Modernidad que aún no termina; o mejor dicho, la Posmodernidad puede ser vista sólo si se entiende como un fenómeno en período de incubación.

Como vemos, el concepto que debería definir y categorizar la sociedad contemporánea es –a pesar de los esfuerzos teóricos- una noción híbrida, imprecisa. Y los ejemplos no acaban aquí. La difuminación de límites también se puede observar a la hora de entender de qué se habla cuando nos referimos a conceptos como arte supremo o de elite y aquel propio de la cultura de masas o de la industria cultural. Y también en el ámbito disciplinario de la generación de conocimientos. Este es el caso de la filosofía, por ejemplo, pues esta disciplina se confunde cada día más con ciencia política, literatura, etc.

Además, la figura misma del filósofo ha cambiado, pues ya no se distingue por una idea prima y reveladora que desarrolla durante todas sus vidas, sino que hoy aparecen pensadores que se constituyen como seres opinantes, siempre al tanto de diversos temas. Hoy es cada vez más frecuente observar *"una clase de escritura llamada simplemente teoría, que es toda y ninguna cosa a la vez..."*

Por ejemplo, ¿hay que llamar a la obra de Michel Foucault filosofía? ²⁶⁹.

Todo esto reafirma que la mezcla, la imprecisión, la confusión y la volatilidad de los límites es algo propio de la época contemporánea. Por lo mismo, será mejor asumir esta condición y abandonar los análisis centrados en estrechas dicotomías propias de la Modernidad.

Este desplazamiento no debería extrañarnos pues, como es sabido, en general *"lo posmoderno, como actitud teórica, busca cuestionar a fondo las categorías y oposiciones fundamentales con que se piensa lo moderno"* ²⁷⁰.

¿Cómo analizar hoy, entonces, lo público y lo privado bajo el imperio de las nuevas tecnologías y la globalización? Para dar respuesta a esta pregunta, la autora argentina Leonor Arfuch propone que, en primer lugar, más que un desbalance entre los términos aludidos hay una imbricación entre ellos. En este contexto, afirma que los medios de comunicación –en su dinámica de visibilización tanto de lo público como lo privado- han permitido la configuración de un tercer espacio en el cual se ponen en tensión las categorías clásicas, un espacio que comporta elementos de las dos esferas: el 'espacio biográfico'.

Arfuch sostiene su tesis en la evidente propensión de los medios al formato de la 'biografía' para la divulgación de sus contenidos. Y, en este formato, se manifiesta cómo las dimensiones pública y privada pierden especificidad al superponerse, mezclarse e interceptarse. Ante esto, surge como desafío la elaboración de nuevas categorías que tomen en cuenta las transformaciones a las que hemos asistido en los últimos años.

En el caso del espacio público –como recalca Dahlgren- se trata de no abandonar el concepto a una especie de referente descriptivo, sino de *"permanecer atento a lo que el espacio público podría ser o debería ser"* ²⁷¹ para así trazar nuevas líneas divisorias que nos acerque cada vez más a la construcción de una sociedad democrática.

²⁶⁹ Frederic Jameson, "Posmodernismo y Sociedad de Consumo", en el libro *La Posmodernidad*, Hal Foster compilador. Editorial Colofón, México, 1988, p. 167.

²⁷⁰ Pablo Oyarzún, Op. Cit., p. 102.

²⁷¹ Peter Dahlgren, Op. Cit., p. 253.

La idea es no cometer los mismos errores. No podemos seguir afirmando que luego de la desintegración del espacio público burgués sólo nos queda conformarnos con el caos. Si no hay grandes relatos, debemos inventarnos otros (quizás aún podemos defender la idea de democracia). Por lo demás, es sabido que los discursos que decretan el fin de las ideologías *"aún si se atrincheran en el criticismo lúcido, difícilmente escapan a la acusación de ser, ellos mismos, ideológicos; de un modo u otro es siempre posible mostrar que a través de lo que manifiestan, sancionan subrepticamente su estado de facto"*²⁷².

Y quizás la clave está –como afirma el sociólogo Manuel Antonio Garretón– en no pedirle a la política más de lo que sus especificidades le permiten entregar. Garretón señala que el problema radica en que la política es como un Dios: está en todas partes y, a la vez, desgraciadamente en ninguna. Es decir, *"no hay un espacio propiamente político"*²⁷³.

Sobre todo en nuestro país, vemos como *"los partidos hacen todo: desde darle una subcultura a la gente, hasta un sentido de identidad, pero no hacen política... A la política se le pide todo, y como se le pide todo, nadie hace lo que es específicamente político"*²⁷⁴.

Por ahora, sólo queda dejar abierta la invitación a intentar *"superar ciertos déficits teóricos explorando nuevas formas de comprensión de lo actual"*²⁷⁵, a abandonar antiguos parámetros y –junto con criticar la sociedad contemporánea– aceptarla estudiando las formas que nos permitan sacarle el mejor provecho. No es fácil. Es cierto. Siempre la vida correrá más rápido que nosotros. Como diría David Hume, 'nunca se han formado mundos en nuestra presencia'. Pero nada se pierde con intentarlo.

²⁷² Pablo Oyarzún, Op. Cit., p. 113.

²⁷³ Manuel Antonio Garretón, citado por Pablo Oyarzún en el texto *La Desazón de lo Moderno. Problemas de la Modernidad*, p.31.

²⁷⁴ Ibidem.

²⁷⁵ Carlos Ossandón, Op. Cit., p. 12.

Bibliografía

· **Abélès, Marc**

“Rituales y Comunicación Política Moderna”, en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998.

· **Arendt, Hannah**

La Condición Humana. Editorial Paidós, España, 1993.

· **Arfuch, Leonor**

- “Lo Público y lo Privado en la Escena Contemporánea: Política y Subjetividad”, en *Revista de Crítica Cultural*, Nº 21, Dossier: Lo Público y lo Privado. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000.

- *El Espacio Biográfico. Dilemas de la Subjetividad Contemporánea*. Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2002.

· **Baudrillard, Jean**

Cultura y Simulacro. Editorial Kairós, España, 1984.

· **Bell, Daniel**

Las Contradicciones Culturales del Capitalismo. Alianza Editorial, España, 1982.

· **Bendezú, Raúl**

“La Espectacularización Mediática”, en *La Pantalla Delirante*, Carlos Ossa compilador. Ediciones Lom Arcis, Chile, 1999.

· **Benjamin, Walter**

Discursos Interrumpidos I. Editorial Taurus, Argentina, 1989.

· **Berman, Marshall**

Todo lo Sólido se Desvanece en el Aire. La Experiencia de la Modernidad. Siglo XXI Editores, México, 1988.

· **Calabrese, Omar**

La Era Neobarroca. Ediciones Cátedra, España, 1999.

· **Cuadra, Álvaro**

De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual. LOM Ediciones, Chile, 2003.

· **Dahlgren, Peter**

“El Espacio Público y los Medios. ¿Una Nueva Era?”, en *Espacios Públicos en Imágenes*, Isabelle Veyrat-Masson y Daniel Dayan compiladores. Editorial Gedisa, España, 1997.

· **De Fleur, Melvin**

Teorías de la Comunicación de Masas. Ediciones Paidós, España, 1982.

· **Dominick, Joseph**

La Dinámica de la Comunicación Masiva. Ediciones Mc Graw Hill, México, 2000.

· **Ferry, Jean-Marc**

“Las Transformaciones de la Publicidad Política”, en *El Nuevo Espacio Público.* Editorial Gedisa, España, 1998.

· **Folch, Francisco José**

Sobre Símbolos. Editorial Universitaria, Chile, 2000.

· **Foster, Hal**

El Retorno de lo Real: La Vanguardia a Finales de Siglo. Ediciones Akal, España, 2001.

· **Freud, Sigmund**

Introducción al Narcisismo y Otros Ensayos. Alianza Editorial, España, 1997.

· **González Requena, Jesús**

El Discurso Televisivo. Espectáculo de la Posmodernidad. Ediciones Cátedra, España, 1999.

· **Habermas, Jürgen**

Historia y Crítica de la Opinión Pública. La Transformación de la Vida Pública. Editorial Gustavo Gili, España, 1981.

· **Horkheimer, Max / Adorno, Theodor**

Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos Filosóficos. Editorial Trotta, España, 1998.

· **Jameson, Frederic**

“Posmodernismo y Sociedad de Consumo”, en *La Posmodernidad*, Hal Foster compilador. Editorial Colofón, México, 1988.

· **Kant, Immanuel**

“¿Qué es la Ilustración?”, en *Immanuel Kant 1724-1804. Filosofía de la Historia.* Fondo de Cultura Económica, México, 1979.

· **Landi, Oscar**

“Videopolítica y Cultura”, en *Diálogos de la Comunicación*, N° 29, FELAFACS, Perú, 1991.

· **Lasch, Christopher**

La Cultura del Narcisismo. Editorial Andrés Bello, Chile, 1999.

· **Lipovetsky, Gilles**

- *La Era del Vacío.* Editorial Anagrama, España, 1996.

- *El Imperio de lo Efímero. La Moda y su Destino en las Sociedades Modernas.* Editorial Anagrama, España, 2002.

· **Lyotard, Jean-François**

- *La Posmodernidad Explicada a los Niños.* Editorial Gedisa, España, 1987.

- *La Condición Posmoderna. Informe sobre el Saber.* Editorial Cátedra, España, 1989.

· **Mc Luhan, Marshall**

La Comprensión de los Medios como Extensiones del Hombre. Editorial Diana, México, 1971.

· **Mc Luhan, Eric / Zingrone, Franz**

Mc Luhan: Escritos Esenciales. Editorial Paidós, 1998.

· **Mehl, Dominique**

"La Vida Pública Privada", en *Espacios Públicos en Imágenes*, Isabelle Veyrat-Masson y Daniel Dayan compiladores. Editorial Gedisa, España, 1997.

· **Ortiz, Renato**

"Cultura, Comunicación y Masa", en *El Otro Territorio. Ensayos sobre el Mundo Contemporáneo*. Ediciones Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 2002.

· **Ossa, Carlos**

- "La Trama Estallada (Televisión y Espacio Público)", en *Revista de Crítica Cultural*, N° 21, Dossier: Lo Público y lo Privado. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000.

- "La Vitrina Vacía", Conferencia dictada en el Seminario Nacional *El Derecho a la Comunicación. Medios y Demandas Ciudadanas*, Universidad Mayor, Temuco, 1-3 de septiembre, 2004.

· **Ovidio, Publio**

Las Metamorfosis. Editorial Espasa Calpe, España, 1993.

· **Oyarzún, Pablo**

La Desazón de lo Moderno. Problemas de la Modernidad. Editorial Cuarto Propio, Chile, 2001.

· **Perelli, Carolina**

"La Personalización de la Política. Nuevos Caudillos, Outsiders, Política Mediática y Política Informal", en *Partidos y Clase Política en América Latina en los 90*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Costa Rica, 1991.

· **Pérez, Carlos**

"Diario Íntimo y Escritura", en *Revista de Crítica Cultural*, N° 21, Dossier: Lo Público y lo Privado. Editorial Cuarto Propio, Chile, Noviembre 2000.

· **Portales, Gonzalo**

Políticas de Alteridad. Tolerancia y Márgenes de Verdad en el Proyecto Ilustrado de Modernidad. Editorial Cuarto Propio, Chile, 2001.

· **Roa, Armando**

Modernidad y Posmodernidad. Coincidencias y Diferencias Fundamentales. Editorial Andrés Bello, Chile, 1995.

· **Rojas, Sergio**

Las Obras y sus Relatos. Editorial Arcis, Chile, 2004.

· **Rousseau, Jean-Jacques**

Las Confesiones. Editorial Schapire, Argentina, 1962.

· **Sarlo, Beatriz**

Escenas de la Vida Posmoderna. Intelectuales, Arte y Videocultura en la Argentina. Editorial Seix Barral, Argentina, 2004.

· **Sartori, Giovanni**

- *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida.* Ediciones Taurus, España, 1998.

- *Videopolítica. Medios, Información y Democracia de Sondeo.* Fondo de Cultura Económica, México, 2003.

· **Sennett, Richard**

- *El Declive del Hombre Público.* Ediciones Península, España, 1978.

- *Narcisismo y Cultura Moderna.* Editorial Kairós, España, 1980.

· **Schudson, Michael**

"¿Es Trucha o Hamburguesa?: Política y Telemitología", en *Espacios Públicos en Imágenes*, Isabelle Veyrat-Masson y Daniel Dayan compiladores. Editorial Gedisa, España, 1997.

· **Varios Autores**

Lo Público y lo Privado en la Historia Americana. Fundación Mario Góngora, Chile, 2000.

· **Verón, Eliseo**

- *La Semiosis Social*. Editorial Gedisa, España, 1996.

- "Interfaces. Sobre la Democracia Audiovisual Evolucionada", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998.

· **Watt, Ian**

Mitos del Individualismo Moderno. Fausto, Don Quijote, Don Juan y Robinson Crusoe. Cambridge University Press, España, 1999.

· **Wolton, Dominique**

"La Comunicación Política: Construcción de un Modelo", en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, España, 1998.