

# ¿Quién dijo República? Notas para un análisis de la escena pública contemporánea\*

*Sergio Caletti\*\**

## Algunos puntos de partida

EL PROPÓSITO de este texto discurre en dos planos. Por un lado nos interesa formular un abordaje ligeramente distinto de los que se han hecho habituales en los últimos años respecto de las relaciones que sostienen entre sí las tecnologías de comunicación y la esfera de lo político en la escena contemporánea. Por el otro, apuntamos a sugerir algunas líneas de reflexión acerca de las transformaciones en curso en el campo de las relaciones de la ciudadanía con la política, a través del análisis de la participación de los media en esas relaciones.

En cuanto al enfoque sobre las vinculaciones media/política, éste nace de nuestra falta de acuerdo con las que nos animaríamos a señalar como las dos tendencias predominantes en el debate, esto es, tanto aquella que atribuye a los medios masivos –y particularmente a la TV– la degradación de la política, la liquidación del debate racional y hasta la muerte de la palabra, como de aquella otra que vislumbra en las llamadas nuevas tecnologías de información (NTI) la posibilidad de una profundización o

\* Este texto constituye una versión reducida y corregida del trabajo presentado, bajo el título “Repensar el espacio de lo público”, al Seminario Internacional *Tendencias de la investigación en Comunicación en América Latina*, realizado en Lima, Perú, en julio de 1999, y organizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y la Pontificia Universidad Católica del Perú. Aquel trabajo, a su vez, fue un extracto de dos capítulos de un libro actualmente en preparación, sobre la base de resultados de una investigación realizada con apoyo de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina. Hemos procurado retener las ideas principales, aunque a veces, encimándose en la misma frase.

\*\* Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina.

ensanchamiento de la democracia, una mayor participación ciudadana en los asuntos comunes, una influencia creciente de la ciudadanía sobre los dirigentes, y hasta un horizonte de democracia directa.<sup>1</sup>

En términos generales, entendemos que ambas pecan de una similar tentación por hacer de las tecnologías de comunicación (la TV, la autopista informática) una suerte de *Deus ex machina*, causa eficiente de unos *efectos* ya sean devastadores o fecundos, sobre esa específica instancia de la vida social y de sus instituciones que denominamos política.

Por lo que se refiere a las implicancias del análisis que derivan más bien hacia el terreno de la politología, ellas configuran por cierto nuestra preocupación mayor. Como especialistas en comunicación, empero, nos limitamos a reafirmar nuestra convicción según la cual el estado de los debates sobre las zonas de intersección entre ambos campos hace patente la dimensión del desamparo conceptual que se cierne precisamente allí –cruda paradoja– donde los estudios de comunicación dirigieron, desde sus inicios, esfuerzos tan considerables.

A nuestro entender, y a los fines del presente texto, hay tres premisas que podrían razonablemente ocupar el lugar de puntos de partida. No son, en rigor, novedosas (con seguridad, al menos, las dos primeras) y las proponemos en la medida en que puede acordarse con ellas fácilmente. El *olvido* que sobre ellas recae con frecuencia no obsta para que resulten capaces de reorientar nuestra mirada de manera fecunda. A saber:

- Las tecnologías son antes resultado que causa de relaciones sociales específicas. Obrar sobre estas relaciones tendiendo a condensarlas y cristalizarlas en la dirección de sus formas dominantes, y suelen servir a su instalación y naturalización. Bucear las condiciones de posibilidad de unas tecnologías y no de otras en las relaciones sociales que las producen puede ser más útil a la inteligibilidad de los procesos históricos que colocarlas en el lugar de agentes históricos abstractos (“la tecnología hace/impone/promete/domina”, etcétera).
- No es “la política” lo que viene puesto en conexión con las tecnologías de comunicación (en el marco de las preocupaciones arquetípicas antes señaladas), tal como por lo común supone la literatura en boga, sino en

<sup>1</sup> Formulamos un análisis en detalle de estas tendencias en debate en “Videopolítica, esa región tan oscura”, revista *Constelaciones*, n. 1, Eudeba, Buenos Aires (en prensa).

particular aquellas formas y aspectos de la actividad política que vinculan entre sí a los institutos especializados del poder por un lado y, por el otro, a la sociedad en general que constituye su sustento. Esto es, los aspectos y actividades de la política que se desarrollan, aun en distintas medidas, en el espacio de lo público.

- El espacio de lo público implica, por petición de principios, la utilización de recursos y modalidades de comunicación, por cuya mediación construye esa visibilidad universal que lo define. De lo anterior se sigue que los llamados medios masivos son por excelencia *arquitectos* del espacio público y que es en este espacio y bajo sus lógicas donde se produce el nexo complejo entre tecnologías de comunicación y esfera política.

Suplementaremos estas afirmaciones relativamente sencillas con algunas precisiones adicionales que nos ayudarán en el camino a emprender.<sup>2</sup>

Una cierta visión juricista que recorre la teoría del Estado de Hobbes a Kelsen ha sesgado la concepción de lo público por su relación con su antónimo constituyente, lo privado, en tanto que –ambos– espacios delimitables de objetos de derecho. Este sesgo podría inscribirse en la revalorización moderna –y, por ende, en su peso tanto ideológico como doctrinario– de la dicotomía *oikos/polis*.

Como se recordará, es Hanna Arendt quien señala la insuficiencia de esta partición juricista si se trata de inteligir los orígenes de la modernidad. Arendt enseña de qué modo la ciudad moderna implica que la actividad particular de los particulares deja de ceñirse al ámbito restringido de lo doméstico para ocupar el espacio abierto y, por tanto, el espacio general del dominio de las instituciones políticas. En este sentido, es entonces que puede comprenderse el solapamiento habitual entre lo político y lo público: la noción de lo público habrá de albergar la tensión entre lo que deriva de un orden jurídico-normativo superior y lo que, en cambio, se define por imperio de la irrupción de lo social (entre lo doméstico y lo estatal) y por el *factum* de su condición de visibilidad. Nos importa retomar y trabajar la noción no juricista según la cual, de aquí en más, el espacio público –en tanto instancia de la vida social– será aquel al que los hombres acceden como particulares y donde, para el

<sup>2</sup> Para consultar las afirmaciones que siguen con mayor detalle, véase “Repensar el espacio de lo público”, *op. cit.*

propio desempeño de sus actividades, habrán de vérselas de un nuevo modo con la autoridad política y, también, de confrontar con ella.

Desde esta perspectiva, cabe concebir el espacio de lo público de una manera más próxima a la investigación histórica contemporánea, esto es, como el dispositivo por el cual la vida social se produce *en y para* unas específicas (históricas) condiciones de visibilidad, cambiantes, pero en cualquier caso impensables en la Europa feudal. En la misma operación, el espacio público define un *régimen* de visibilidad (lo que debe y no debe ser mirado, su importancia y sus sentidos), y construye las formas en las que la sociedad se presenta a sí misma ante sus propios ojos, tanto como ante las instituciones políticas que, en principio, la regulan y frente a las cuales se encuentra en un tanto cuanto inevitable tensión. Entendemos así el espacio de lo público como la instancia de articulación por antonomasia entre las instituciones políticas del dominio y la vida social en su más amplio sentido, y también como una de las forjas privilegiadas donde los agentes devienen sujetos sociales, esto es, donde se labran las formas históricas de la subjetividad.

Expandimos de este modo la noción habermasiana de *esfera de la publicidad* (Öffentlichkeit), precisamente interpuesta entre Estado y sociedad como bisagra por la que la sociedad se hace valer por sí misma, sin asumir ninguna organicidad ni plan deliberado, y –a nuestro juicio– asociada a los avatares de la modernidad y no sólo –como reza la propuesta original de Habermas– de la sociedad burguesa en su sentido estricto. No es el caso examinar aquí en detalle las ya clásicas tesis de J. Habermas, sobre las que por lo demás se han producido interesantes debates.<sup>3</sup> Pero la expansión a la que nos referimos permite advertir otros dos rasgos del espacio público que nos interesa resaltar: uno de ellos, ya anticipado, su *tecnologicidad*, el otro, su *politicidad*.

En cuanto a la tecnologicidad aludida, el punto es el siguiente: ¿cómo interpretar el papel que, por caso y para retomar la problemática original de Habermas, le toca cumplir a la prensa en el desarrollo de la publicidad

<sup>3</sup> Habermas, J. (1962), *Historia y crítica de la opinión pública*, G. Gilli, Barcelona, 1981. Al respecto, véase Curran, James, "Rethinking the media as a public sphere", en Dahlgren, P. y Sparks, C. (eds.), *Communication and citizenship. Journalism and the public sphere*, Routledge, 1991; Dahlgren, P., *Television and the public sphere. Citizenship, democracy and the media*, Sage, Londres, 1995. Y, Habermas, J., "L'espace public, 30 ans après", en *Quaderni*, n. 18, París, 1992.

burguesa? Los acentos varían en distintas fuentes. Para algunos, es un elemento *característico*; para otros, un factor *coadyuvante* del debate que se despliega en tabernas, casas de café y salones literarios. Por último, si homologásemos retroactivamente las apreciaciones que hoy abundan respecto del papel que le toca a la TV (“la cultura de la imagen”, etcétera),<sup>4</sup> deberíamos suponer que las planas de Gutenberg fueron responsables de la emergencia y desarrollo de lo que Habermas denomina el racionismo. Lejos de convalidar esta interpretación (las mismas planas habían servido ya generosamente a la causa de la Reforma protestante y, aún después, a la generalización de la literatura fantástica de feria), nos inclinamos a entender a la prensa como el recurso comunicacional que mejor aprovecha las potencialidades que ofrece la racionalidad de la palabra y el debate argumentativo que arranca en los *pubs* y alcanzará al Parlamento; el que mejor fija, simboliza y contribuye a entretejer el valor de la racionalidad y de los intercambios lingüísticos que ya palpitaban en tantos rincones de Londres o París. No hay ni lateralidad ni causalidad en el papel que le toca. Hay aptitud (técnica) para emblematizar, coronar y, lo que es más, naturalizar la lógica de esos debates, para la estilización de su lenguaje y de sus reglas. Esas planas impresas que circulan en los cafés son espacio público, y es por su mediación que los nuevos habitantes del burgo se relacionan entre sí –en una medida y con una publicidad de otro modo poco posible– donde se reconocen y se modelan en su deseada condición a la vez burguesa y ciudadana.

A nuestro juicio, cada uno de los grandes momentos que es posible distinguir en la historia de las transformaciones del espacio público estará atravesado por el desarrollo preponderante –nunca único– de una “tecnología” de comunicación, en el más amplio sentido que sea posible asignar al término. Así, entendemos que es posible distinguir al menos tres grandes regímenes en el espacio de lo público. Formulado de manera

<sup>4</sup> Véanse por ejemplo –y por citar una fuente suficientemente consagrada– los textos de Giovanni Sartori sobre el tema, particularmente su último libro *Homo videns. La sociedad teledirigida* (Taurus, Madrid, 1998). La edición italiana, original, es del año anterior. Nos excusamos aquí, por razones de espacio y oportunidad, del análisis que merecería este texto. Nos limitaremos a señalar que, a ocho años de las promesas de conceptualización formuladas en aquel artículo efectivamente inaugural sobre el tema que el propio Sartori publicara en la *Rivista Italiana de Scienza Politica* bajo el título “Videopolítica”, *Homo videns* es poco lo que en rigor agrega y mucho lo que simplifica.

esquemática, señalaremos, en primer término, el *régimen de la teatralidad*, correspondiente por excelencia a la sociedad cortesana (y donde el teatro propiamente dicho alcanzó para la socialidad de la época un valor nodal y emblemático, aunque la forma cotidiana del *theatrum mundi* se desplegara en las Tullerías o el parque de St. James).<sup>5</sup> En segundo lugar, el *régimen de la racionalidad*, correspondiente a la sociedad burguesa y sintetizado en la prensa. En tercer término, el *régimen de la masividad*, emblemático en la radiodifusión (cuyas características se prefiguran en la prensa sensacionalista y se prolongan en la paleo-televisión). Cada régimen no sólo supone una tecnología o unos lenguajes. Supone sobre todo una arquitectura para las relaciones políticas de la sociedad consigo misma y con el Estado, y un horizonte de posibilidades para esas relaciones.

No debe malentenderse, empero, bajo esta propuesta de modelización histórica, ninguna hipótesis de linealidades secuenciales. Se trata, por el contrario, de asumir que la socialidad propia del espacio público no es ni unívoca ni monofacética. Y que es posible advertir, en coexistencias y articulaciones complejas y a veces contradictorias, *diversas* formas por las cuales la sociedad (sus tensiones, sus anhelos, sus luchas) se hace visible, se autorepresenta (Habermas hablará de “autocomprensión”), se concibe a sí misma y concibe sus relaciones con las instituciones del poder político en cada momento de la construcción de la modernidad. Por caso y en los límites, ¿cómo no advertir, en ese extenso lapso que va desde aproximadamente 1830 hasta mediados del siglo XX que la ‘lucha de calles’ –en la feliz expresión de F. Engels– se constituía, adquiries mediante, en una inusitada “tecnología alternativa” de construcción de un muy específico pero decisivo espacio público, subtendido junto al predominio de la prensa de opinión primero, o luego de la radiodifusión?

Por lo que hace a la *politicidad*, nos proponemos con este giro distinguir el espacio público de la esfera política, y a la vez enfatizar el cordel con el que el espacio público permanece insoslayablemente atravesado por lo político, en la misma medida en que se constituye como presentación y autocomprensión de la sociedad frente al Estado que la gobierna: más allá de la voluntad o conciencia de sus agentes, configurará en este sentido

<sup>5</sup> Las formas de la representación de sí misma de la que se ha llamado ‘sociedad del teatro’ guarda huellas de la noción de ‘publicidad representativa’ expuesta por Habermas en su *Historia y crítica de la opinión pública*. *Op. cit.*

siempre un campo para las operaciones propias del dominio. Es por ello, en parte, que la *esfera de la publicidad* (Öffentlichkeit) es por excelencia un territorio de combates por la hegemonía, vale decir, por esa instancia en la que el objeto de dominio en disputa no es otro que la subjetividad de los agentes sociales, los anhelos, los temores, los horizontes desde los que cargará de sentido su relación con los objetos del mundo.

Hay una precisión que será todavía conveniente hacer para concluir con nuestros puntos iniciales. Se refiere a la distinción conceptual necesaria entre lo político y lo público, entrelazados hasta la confusión en el lenguaje ordinario de nuestros días.<sup>6</sup> Interesa retener hasta qué punto este entrelazamiento (cuyos orígenes se remontan seguramente al concepto romano de *publicum*, que indicaba a la vez “lo común” a todos los romanos y “lo propio del Estado”) engarza con el ideal iluminista (y lo satisface) cuya idea de gobierno supone arrancar los procesos de decisión de las penumbras de Palacio para trasladarlos a la luz pública, único espacio donde la auténtica política debería efectivamente tener lugar. Es la República, ese horizonte pues perseguido durante los dos últimos siglos, donde la esfera de lo político y el espacio de lo público parecen destinados al encastre.

### **Primer contrapunto: un llamativo desacople**

Contra este presupuesto decisivo de lo que la República es, debe ser y, en diversa medida, estaría efectivamente siendo en Occidente, este fin de siglo XX parecería indicar el principio de un *creciente desacople entre el espacio público y lo político*, y más aún, el principio de *una creciente labilidad de los valores socialmente compartidos respecto del carácter necesario de su estrecha asociación*. Este desacople participa en las mutaciones que se observarán tanto en lo político como en el espacio de lo público.

<sup>6</sup> Coincidimos plenamente, en ese sentido, con las puntualizaciones formuladas por Bernard Miège: “Las teorías que, sin ninguna precaución o, como si se tratara de una evidencia, asimilan el espacio público a su componente ‘político’, esto es, el espacio público político”. Cf. Miège, B., “El espacio público: más allá de la esfera de la política”, en Gilles, G., Goseelin, A., y Mouchon, J. (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998. Como se verá luego, no coincidimos en cambio con otras consideraciones del autor.

No se trata de apuntar hacia fenómenos particularmente sutiles. Por el contrario, la validación de nuestra tesis se sustenta en la existencia de grandes ‘anomalías’ para con el modelo republicano todavía hoy presupuesto con una naturalidad que opaca las modificaciones sustantivas en el carácter de las democracias contemporáneas, que llamativamente siguen imaginándose a sí mismas, de acuerdo a los cánones que, en cambio, parecen estar en rigor abandonando.

Señalaremos algunas de las direcciones más frecuentes donde este desacople se hace patente, y lo haremos apuntando a los dos movimientos complementarios que, en este sentido, es posible advertir en curso en las democracias contemporáneas:

- por un lado, el que refiere a la acentuada relativización de la publicidad de lo político, y
- por el otro, el que refiere al debilitamiento de la politicidad de lo público, donde la incidencia de los fenómenos massmediáticos será más directa e incisiva.

Respecto del primero –la relativización de la publicidad de lo político–, hay tres tendencias notorias que dan cuenta de la medida en que han venido variando significativamente los comportamientos y los valores al respecto, a saber:

1. La paradoja de una comunicación que hace públicos asuntos extremadamente especializados (a todos los fines prácticos pueden ser considerados casi herméticos, en sentido estricto). Esta publicidad termina siendo de valor básicamente ritual y de escasas consecuencias políticas, ya que refiere a asuntos que, por su complejidad y características técnicas en juego, son materia excluyente de iniciados. Esta paradoja se ha desarrollado de manera obvia con los saltos científico-tecnológicos de la segunda mitad del siglo XX y con la tendencia general a una incorporación sistemática de la ciencia y la técnica a la administración, ella misma convertida ya en presunta ‘ciencia’.
2. El crecimiento de la confidencialidad como norma de cumplimiento casi inherente al desarrollo de los asuntos regulares de gobierno. La delicada frontera que separaba los temas de ‘seguridad nacional’ de las

demás cuestiones de la administración se ha ido borrando, a favor de la expansión del *modelo del secreto*. Con suerte una comisión parlamentaria podrá pedir informes, algunos meses más tarde. O, en algunos pocos países, los archivos se abrirán a la consulta pública diez años después. Es posible pensar que este crecimiento cobró un impulso relevante a partir de la Segunda Guerra Mundial y durante casi cuatro décadas de Guerra Fría.

3. La intervención en los asuntos políticos, también *in crescendo*, de comunicaciones por definición privadas, esto es, necesariamente ajenas a cualquier principio de publicidad, comunicaciones que resultan en general vinculadas a la participación en aumento en los procesos de tomas de decisión de los grupos de interés. Este fenómeno había sido ya aludido como preocupante por Dwight Eisenhower (el “establecimiento militar-industrial”) pero asume un giro cualitativamente distinto desde que la era Tachter-Reagan impulsó fuertemente en todo el planeta el modelo neo-liberal de construcción del poder político del Estado.

El primero de los puntos mencionados es una de las evidencias más fuertes del desacople al que hacemos alusión y, sobre todo, más fuertemente incorporadas a la rutina de los asuntos de gobierno contemporáneos. A la profesionalización de la actividad política que valdría llamar “tradicional” en el Estado burgués (y que fue haciendo que los hombres “de leyes” sustituyesen a los propietarios terratenientes o urbanos como miembros naturales de una clase dirigente), a la profesionalización que en tiempos más recientes supuso el conocimiento y manejo refinados no sólo ya de las normas y su hermenéutica sino también de las reglas consuetudinarias de la negociación, el pasillo, la red de relaciones de interés, la apreciación adecuada de su flexibilidad y sus límites, etcétera, se suma ahora la dependencia creciente de los procesos de decisión respecto de una heterogénea y amplia gama de campos de conocimientos técnicos de alta especialización y de sus portadores, tecnócratas en el sentido que Daniel Bell diera a la palabra.<sup>7</sup>

Los casos arquetípicos, claro está, son los referidos a los procesos productivos y financieros, la ingeniería de comunicaciones, las relaciones

<sup>7</sup> Bell, Daniel, *El advenimiento de la sociedad posindustrial*, Alianza, 1976 (en particular véase el capítulo 6).

económicas internacionales, las decisiones tecnológicas y medio-ambientales y las cuestiones de administración derivadas. Pero el problema no refiere tan sólo a lo intrincado de estos campos sino a la radical imposibilidad de concebirlos como asuntos de debate generalizado, no ya de la ciudadanía (que –se supone– para algo ha ofrecido su confianza a unos representantes con autonomía de decisión), sino de los representantes mismos.

Las democracias contemporáneas pueden respetar el principio de publicidad que supone difundir, a través de un boletín o gaceta, una resolución relativa al funcionamiento del sistema bursátil, o de la asignación de bandas para comunicaciones satelitales, pero lo cierto es que, en el mejor de los casos, sólo un puñado de especialistas de las agrupaciones políticas mayoritarias estará en condiciones de inteligir de qué se trata, e incluso, con alta probabilidad de hacerlo desventajosamente frente a los expertos que han sido previamente asalariados por los grupos de interés involucrados de manera más o menos directa. Para el resto de la propia dirigencia política, el asunto permanecerá en una radical opacidad. Pese a Vattimo, la transparencia de la *res publica* es, en rigor, cada vez más reducida. Y menos reclamada.

Los debates parlamentarios podrán seguir siendo públicos en el amplio sentido del término, pero lo sustantivo de sus debates se transfiere con frecuencia a trabajos previos de “comisiones” que no lo son. Con la misma lógica, los gabinetes (derivado de *cabina pequeña, aposento íntimo*) constituyen hoy, por excelencia, los espacios de interlocución establecidos por las autoridades administrativas para negociar y decidir al margen de la visibilidad de lo público y, también, donde la *pluralidad* de la representación republicano-democrática se ve reemplazada por la *variedad* de los asesores y expertos.

La combinación de los factores aludidos –hiperespecialización técnica requerida, tendencia a la confidencialidad en los asuntos regulares de gobierno e intervención de las comunicaciones propiamente privadas (por ejemplo, empresariales) en los asuntos políticos– está seguramente en la base de un fenómeno cuya brutal generalización planetaria ha obligado a la ciencia política a incluirlo en su agenda de preocupaciones sistemáticas: la corrupción. Más allá de las cuestiones éticas que conlleva y de otras consideraciones, la llamada corrupción pone en evidencia la

magnitud del distanciamiento que se ha instalado entre la tarea política y su *compromiso* público. Ella se inscribe en la lógica de los que, en rigor, son *compromisos privados* que se han incrustados en la tarea política.

En el otro extremo del sistema político, en su base, es posible reencontrar en parecido grado de generalización otro fuerte indicio en la misma dirección: *las redes clientelares* que los dirigentes barriales o de pequeñas comunidades enhebran a favor del partido político en el que se inscriben sigue la misma lógica, la resolución de los procesos de la política de acuerdo a formas que se inspiran claramente en la contractualización privada de relaciones entre particulares: “te consigo esto a cambio de aquello”.<sup>8</sup> Llamamos la atención sobre lo común de estos dos fenómenos, la corrupción y el clientelismo: en ambos casos todo ocurre como si el desacople al que venimos aludiendo entre lo político y el espacio de lo público configurase, aún más, un giro en la modalidad de las relaciones entre la esfera de lo político y la sociedad en general, donde uno de sus elementos distintivos resulta una esfera política impregnada de códigos relacionales propios de la esfera privada, códigos que –claro está– no sólo se sustraen a la visibilidad de lo público sino también a las normas del derecho público y en medio de su dominio.

### Otro contrapunto: la dilución de la politicidad

Mientras los asuntos de gobierno que afectan decisivamente al orden de lo común parecen colarse por los agujeros de lo público para regresar en parte y paulatinamente a las recámaras de Palacio, o bien a la lógica privada (corrupta/clientelar) de los acuerdos entre particulares, el espacio público

<sup>8</sup> Coincidimos en general con la sugerencia que formula Javier Auyero en “Estudios sobre clientelismo político contemporáneo” en el sentido de que aquello que la sociología política consideraba un rasgo de sociedades tradicionales debe reverse como un rasgo de los sistemas políticos contemporáneos. Cf. Auyero, J. (comp.), *¿Favores por votos?* Losada, Buenos Aires, 1997. A nuestro juicio, incluso, la clientelización creciente de las relaciones políticas partidarias puede asumirse como uno de los rasgos característicos del sendero que toman las zonas relativamente más ancladas en las formas tradicionales del régimen de lo político (votaciones, burocracias administrativas, etcétera) en el marco del proceso de mutaciones de las democracias contemporáneas, al menos en América Latina.

tiende a lavar ese *sesgo primario de politicidad* que es decisivo en su constitución.<sup>9</sup>

Conviene desagregar aquí distintos aspectos de esta dilución relativa. Por un lado, uno de carácter directo, inmediato, evidente y denunciado en abundancia. El espacio de lo público aparece crecientemente ocupado *en* y ocupado *por* asuntos que poco vinculan a los avatares del futuro común y las decisiones políticas al respecto y, en cambio, fuertemente marcado por cuestiones alejadas de las decisiones de la vida colectiva, desde episodios sentimentales de las top-models hasta el desarrollo sistemático de la información policial. La politicidad se debilita entonces en cuanto a la *composición* de los asuntos que devienen públicos.

Se trata de un proceso por el que zonas cada vez más amplias del espacio de lo público abandonan las reglas imaginarias del ágora para incluir en sus límites, y de manera extensa, cuestiones que son propias de la llamada esfera íntima, tratadas en términos novelescos. No cabe sorprenderse por ello, claro está. Cualquier estudioso de los medios sabe que la prensa sensacionalista tiene una vieja historia, por citar apenas alguna referencia análoga. Pero la habitualidad, extensión y peso relativo ganado por estos asuntos no deja de constituir un fenómeno central del presente, aunque reconozca antecedentes y tradiciones en historias de vieja data.

Si ya de por sí resulta interesante advertir los cambios en los términos con que se declina el verbo de lo público, más significativo aún resulta observar el modo en el que los asuntos vinculados al quehacer político tienden a trastocar su modo de hacerse presentes en su espacio. La cuestión es ésta: aun cuando los asuntos refieran o vinculen a los problemas de lo común y sus decisiones, la construcción que de estos asuntos se hace en el espacio de lo público tiende cada vez más a homologarlos con los hechos sensacionales o los motivos fantásticos, adoptando gramáticas que, cuando menos, deberíamos considerar como profundos fenómenos de transposición.

<sup>9</sup> Evitamos en este sentido caracterizar el proceso como de 'despoliticación', aunque en una de sus facetas sea pertinente, porque permanece el otro aspecto, aquel por el cual la pérdida de politicidad constituye, pese a todo, un fenómeno que vuelve a entroncar con lo político real por medio de operaciones más sutiles de significación. Lo pensamos en un sentido análogo al que cabe pensar, por ejemplo, las corrientes 'antipolíticas' de las primeras décadas del siglo XIX como parte de las luchas políticas de la época.

No es un problema de ‘tratamiento’ o de ‘enfoques’ en la acepción ligera que estos términos adoptan en el habla corriente. Un acontecimiento político policialmente “tratado” convoca a soluciones policiales, no políticas. Una disyuntiva política cargada de consecuencias que se narrativiza, no convoca a la discusión sino, en el mejor de los casos, a emocionarse con sus episodios y hasta a adherir a una u otra alternativa, a mitologizar sus futuros posibles. Frente a la narración que viene contada por otro es posible tender puentes de identificación, “imaginarse” adentro del relato, pero es francamente difícil autodefinirse como protagonista real o potencial. El desplazamiento del modo público de registro de los hechos y fenómenos políticos hacia una narrativización escandalosa de aspectos heroicos, vergonzosos, infamantes o enternecedores de protagonistas principales o secundarios modifica la relación de lo político con la ciudadanía, pero más aún y volvemos sobre el punto, modifica las gramáticas con que lo político se inscribe y desempeña en el espacio público, las gramáticas con que opera su propia visibilidad en el espacio general de la visibilidad pública, las reglas con que –en definitiva– tramita y resuelve sus cuestiones cuando éstas no pueden quedar al margen de la mirada ciudadana.

El reciente caso del *sexgate* en los Estados Unidos constituye más un límite que un ejemplo, pero vale mencionarlo porque este proceso de transformaciones avanza produciendo nuevos “techos” para sus dispositivos, retrocediendo, volviendo a alcanzarlos y traspasándolos. Vale la pena mencionarlo, enfatizamos, en la medida en que hace 30 años hubiera sido decididamente difícil de concebir un episodio de esas características: por decirlo en una frase, a John F. Kennedy resultó más lógico atacarlo con balas. En este sentido es que aludimos a una modificación de las gramáticas con las que lo político *opera* en el espacio de lo público. En otras palabras: tanto por *composición* como por *calidad* la presencia de la política en las zonas de visibilidad pública parece crecientemente tachonada por elementos y recursos propios de las contiendas particulares entre particulares, narrativización, favores y escándalos incluidos.

La conjunción de estos fenómenos tiende a producir un debilitamiento de la politicidad que es aún de otra índole: nos referimos a la pérdida de lo político de su lugar –y de su capacidad– de ordenador y jerarquizador

del conjunto de asuntos que devienen públicos, más allá de consideraciones sobre el carácter de estos asuntos y de sus proporciones. Con palabras más precisas, *la política pierde su centralidad en el espacio público*, una centralidad que retenía desde, al menos, la Revolución Francesa.

Con estos señalamientos intentamos trazar, apenas en contraluz, la magnitud del problema. La referencia a esos 200 años (1789/1989, de la Bastilla al Muro) en los que la política ocupó el centro organizador del espacio público intenta abarcar aquel arco de la historia moderna de Occidente en que el tablado público constituyó siempre al menos una de las instancias decisivas en las que se jugó y resolvió el destino del mundo, aunque la frase –nos disculpamos– suene ceremonial. Sostendremos que la pérdida de centralidad de lo político en el espacio público es función de un fenómeno abrumador, a saber, que *el espacio público ya no es más el podio de unas luchas políticas de base social de cuyas resoluciones dependa buena parte de los destinos colectivos*. La conjetura es tan sencilla como aterradora: cuando las relaciones del dominio no son exigidas a presentar batalla y refrendar legitimidades bajo la luz pública, cuando desde la sociedad no emergen hasta el espacio de lo público fuerzas capaces de presionar por el trasado de la lucha política al territorio de lo visible, es que el orden ha vuelto a imperar. Las multitudes se han retirado de ese viejo tablado donde tuvieron lugar privilegiado las confrontaciones de dos siglos, y los procesos decisivos de la política vuelven paulatinamente a Palacio, o a zonas de creciente invisibilidad. Todo ocurre como si esa suerte de moderna *feria* en la que parece reciclado el espacio público contemporáneo puede entonces convocar a bellas modelos, ilusionistas, predicadores, futbolistas, policías y ladrones para el entretenimiento general.

## El régimen de la ferialidad

Páginas atrás señalamos tres grandes escenas en el desenvolvimiento del espacio público a lo largo de la modernidad, con vistas a discriminar lo específico de *una cuarta escena*, la contemporánea.<sup>10</sup> Comenzamos a

<sup>10</sup> Bernard Miège define cuatro “modelos de comunicación” a los que les atribuye el papel de “organizar el espacio público”, después de sostener que es necesario “ampliar nuestras maneras de concebir el espacio público”, a saber: el modelo de “la prensa de opinión”, el de “la prensa comercial de masas”, el de “los medios audiovisuales de masas” y, por último, el contemporáneo de “la co-

hacerlo marcando diferencias relevantes en la relación que esta cuarta escena mantiene con lo político, respecto de las tradiciones que suponemos habitar. Detengámonos ahora en lo que puede caracterizar, por la positiva, a este espacio público contemporáneo que ve debilitadas, secundarizadas o desplazadas sus conexiones con lo propiamente político.

Los rasgos que lo dibujan indican la existencia de lo que llamaremos un *proceso de ferialización*. Si hablamos de ‘ferialización’ es un con preciso afán: evocar la feria renacentista, ese espacio en que la vida social circulaba entre acróbatas, mercaderes, músicos, actores, echadores de suertes, pregonos de curiosidades y voceadores de historias fantásticas o espeluznantes, marionetas, vendedores de hojas de noticias y almanaques de fábula.

Es imposible omitir a Mijail Bajtin y a sus conocidas investigaciones rabelaisianas en la consideración de estos escenarios. Bajtin señala que en la plaza renacentista, esa tensión entre la cultura popular y la cultura que llama ‘oficial’ se vinculaba “a los ecos de actualidad, a los sucesos grandes y pequeños, de los años, meses e incluso días...”.<sup>11</sup> Lo cual no obsta para

---

municación generalizada”. Cf. Miège, B., *op. cit.*, pp. 46-50. Si bien no nos extenderemos aquí en las diferencias con nuestra perspectiva [cuando apareció el texto de Miège y llegó a nuestras manos, a fines de 1998, lo central de estas páginas ya había sido escrito], conviene aquí señalar que la “ampliación” propuesta por él acertada –en nuestro juicio– a discriminar lo público de lo político, pero deposita el peso definicional de cada modelo en las lógicas institucionales de los medios antes que en las lógicas de la relacionalidad social, a las que atiende con cierta debilidad. Así, omite todo antecedente relativo al espacio público previo a la circulación significativa de las planas impresas, o se esfuerza por distinguir entre la prensa amarillista de fines del siglo XIX y la radiodifusión cuando ambas, en rigor, son modalizaciones relativamente menores de un mismo proceso, el de la irrupción de grandes aglomerados urbano-industriales que habrá de poner fin a los residuos jerárquicos de la relacionalidad social que se arrastra desde la sociedad cortesana y que se preconfigura doblemente en las *tendencias* a la alfabetización generalizada (orientada a la incorporación masiva de mano de obra al mercado de trabajo) y a la universalización paulatina del voto masculino (sin exigencias de títulos de propiedad), tal como lo reclama el movimiento cartista desde antes de la mitad del siglo, presiones igualitaristas que vienen respaldadas por las constantes revueltas obreras, extendidas en Inglaterra, Francia y el Norte de Italia, desde 1831. Por lo demás, la hipótesis de una “comunicación generalizada” o de unas “relaciones públicas generalizadas” (hipótesis que retomaría de J. Habermas), como se verá, supone un acercamiento ligeramente literal al propio discurso de las instituciones mediáticas. Por nuestra parte, como se ha visto, nos inclinamos preferentemente por una crítica a la ‘ideología de la red’ al tiempo que definir la escena contemporánea por otros criterios.

<sup>11</sup> Bajtin, M., *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Alianza, Madrid, 1987, pp. 394 y ss.

que se adviertan y traten esos acontecimientos desde un insoslayable *afuera*. Por ejemplo, a través de la mofa genérica, poniendo sobre tablas grotescas –e imaginarias– escenas de destronamiento. La distancia (un ‘afuera’ inverso) también se marca desde el Palacio. Bajtin menciona tres ocasiones en las que, por presiones eclesiásticas, se promulgan ordenanzas prohibiendo los juramentos que, junto a las más diversas y blasfemas transgresiones, plagaban el lenguaje popular de la plaza y producían la dicha de la muchedumbre.<sup>12</sup>

Entre nosotros, y salvando las previsibles diferencias, la *lógica ferial* ha venido extendiendo sus alcances en las últimas décadas hasta alcanzar hoy el estatuto de lógica predominante entre la variedad de las que coexisten en la producción de esta –si se permite– *publicidad posmoderna*. Es posible seguir las huellas de su ascenso a través del desarrollo de la *neotevé*,<sup>13</sup> en una parábola que ha venido a empalmar, en la última década del siglo, con la irrupción abrumadora de las NTI y en particular de Internet y su multiplicidad articulada de “medios” y recursos de comunicación de soporte electrónico.<sup>14</sup> En un contexto en el que –sin excluir las marchas o protestas callejeras– mantienen cuotas de prestigio e incidencia prácticamente todas las formas anteriores de publicidad (Öffentlichkeit), se advierte empero una inclinación creciente a poner en juego las reglas propias de la fantasía y el entretenimiento y las de una narrativización de los acontecimientos que avanza sobre los bordes de la ficcionalización.

Las muchedumbres de hoy, como las del Renacimiento, se entrelazan en el espacio de lo público para, *sobre todo*, verse a sí mismas, reconocerse en los propios aspectos vulgares de sus vidas cotidianas, o para intercambiarlos con los inalcanzables de las estrellas, a través de los talk shows o de la ficción, de la página policial de los grandes diarios, de las revistas del corazón o del jet-set. En su *Lettre à D’Alembert sur les spectacles*

<sup>12</sup> Bajtin, *Op. cit.*, pág.170

<sup>13</sup> Empleamos el término de “neotevé” o “neotelevisión” siguiendo las denominaciones que propusiese Eco hace casi 20 años, para distinguir los cambios frente a la “paletelvisión”. Ver Eco, U., “TV: la transparencia perdida” [1983], en *La estrategia de la ilusión*, Lumen, Barcelona, 1986. El investigador peruano Javier Protzel retoma precisamente estos términos en un intento de conceptualización desarrollado en “La jaula de cristal”, mimeo, Lima, 1998

<sup>14</sup> Debería añadirse, ahora, la inminente integración de Internet y las cadenas de televisión.

es Rousseau quien expresa con desprecio indisimulable lo lejos que esto se encuentra de la república a la que aspira:

Plantad en medio de una plaza un poste coronado de flores, reunid allí al pueblo y tendréis una fiesta. Mejor aún: convertid a los espectadores en espectáculo, hacedlos actores, haced que cada cual se vea y se guste en los demás para que de ese modo todos se encuentren más unidos.<sup>15</sup>

En el espacio público contemporáneo, mezcla heterogénea y caótica, la correspondiente gramática para la puesta en visibilidad de la propia vida social habilita a una sociedad que se celebra a sí misma, celebra sus deseos e ilusiones, o celebra por la multiplicidad del mundo en el que los agentes se dan a sí mismos como espectáculo entre pares,<sup>16</sup> pero no ya en conexión con la risa, lo bajo y el renacimiento, como en la plaza rabelaisiana según Bajtin, sino en conexión con el cálculo y los juegos posicionales. Como un ejército desordenado de combatientes tácticos que han roto con toda orientación estratégica, los agentes sociales deambulan hoy por el espacio compartido rindiendo culto a los pequeños éxitos y a las propias vanidades paganas, ajenos o renuentes a toda suposición de un orden superior u objetivo. La política es, sobre todo, fuente de expresiones de distancia. Resulta una muy relevante porción del paisaje, respecto de la cual se habla, se discurre, se bromea, y más que nada se blasfema, pero por encima de todo ello se manifiesta la propia otredad. El *de los políticos* constituye un genérico de uso creciente –y crecientemente legitimado para el sentido común de la población– que ubica a quienes lo usan en el territorio lejano de quienes nada tienen que ver y poco –si algo– es lo que pueden discriminar.

<sup>15</sup> Rousseau, *Op. cit.*, p. 156. Para R. Chartier, esta cruda visión de Rousseau debe ubicarse en el contexto de la transición que se verifica del siglo XVII al XVIII, cuando la tradición de las fiestas populares se debilita para dar paso a una multiplicación de las fiestas, sí, pero organizadas ahora por las élites para uniformizar la diversión de las clases bajas y poner límites a sus desbordes. Véase *Sociedad y escritura en la Edad Moderna*, *Op. cit.*, pp. 28 y ss.

<sup>16</sup> Piénsese, por ejemplo, en la extraordinaria extensión adquirida por los usos combinados del teléfono con la TV o la radio para sumarse a los comentarios sobre música, o bien para responder por premios que son propios de, precisamente, ferias o *kermesses* de pueblo, o simplemente para jugar con los conductores.

Conviene aquí introducir una aclaración en torno al espacio empírico ocupado por la feria. En el siglo XVI y buena parte del XVII, durante el temprano absolutismo, es la plaza –precisamente abierta a todos– el lugar donde asomarán los primeros dispositivos de aquello que luego devendrá en lo público propiamente dicho. Tal vez esa poderosa experiencia que registra la sociedad renacentista de verse a sí misma en toda su nueva y compleja variedad, desplegándose en una relativa –y más novedosa aún– *libertad* de acción y de expresión, sea uno de los factores sobre los que se edificará más tarde la noción de *plaza pública* que ha llegado incluso a nuestros días, tan cargada de connotaciones políticas. Pero, en rigor, poco tienen que ver, desde el punto de vista de las lógicas de lo público que aquí nos atañen, la plaza en la que a mediados del siglo XVI podía representarse a Gargantúa y aquella que durante la insurrección de junio de 1848 asiste al despliegue de los estandartes rojos de la “República Social”. La plaza por excelencia, la plaza renacentista sobre la que ahora metaforizamos, es la más ajena a las connotaciones civiles que hoy carga el giro.

De todos modos, la diferencia central entre una y otra tiene que ver con la modalización de la subjetividad política que se enhebra y se pone en juego en cada una de ellas. Los actores de la plaza moderna protagonizan una disputa, aun si ocupan un lugar de subordinación o subalternidad en el encuadre de los protagonistas principales. Pero los procesos de decisión les conciernen y sobre ellos buscan incidir. Se conciben ciudadanos y reclaman por hacer efectiva esa condición, más acá y más allá de los rudimentos del voto (que, por lo demás, tiende a universalizarse apenas desde finales del siglo XIX). La calidad que reclaman de partícipes en las decisiones les es implícitamente reconocida, incluso hasta en la misma utilización de recursos represivos o disciplinarios que se destinan a impedirla. En cambio, los actores de la plaza renacentista aluden o remedan a la autoridad política y sus instituciones, pueden burlarse de ella, pero sus asuntos le son insanablemente ajenos. El príncipe, valga decirlo, es absoluto. Y lo político, en sentido estricto, es para ellos materia de una opacidad. También en este sentido nos importa aludir al presente con la metáfora de la feria.

La noción de espacio de lo público que proponemos, y pese a las referencias hechas, está por supuesto lejos de cualquier delimitación

empírica. Como ocurre con la noción de ‘mercado’, el espacio público no define los lugares físicos donde se producen los intercambios sociales y lingüísticos (bajo condiciones de visibilidad, etcétera) sino las relaciones mismas de esos intercambios que comportan los agentes entre sí y con los institutos del Estado. Estas relaciones pueden hallarse en los espacios físicos abiertos de la vida urbana (calles, plazas, sitios simbólicos del poder o del patrimonio cultural, estadios deportivos, recitales de música, desfiles de modas, etcétera), tanto como en las páginas impresas de los medios, en los pubs, casas de café y salones literarios o, también, en las páginas web y en los foros y salas de chat que se incorporan hoy a esta historia.

Si en particular la neotelevisión ha venido participando activamente durante las últimas décadas en la ferialización del espacio de lo público, ello ocurre en tanto los participantes de esta “feria” no se reducen a quienes están en el *piso* de la emisora (*set* o *plateau*), sino que abarca a quienes están sus casas, frente a la pantalla. El espacio de lo público se encuentra en las relaciones que lo construyen y que lo nutren de un espectro de sentidos, y no en algún lugar privilegiado de la trama.

El concepto de lo público exige hoy una precisión que sus anteriores escenas históricas podían postergar. En el caso actual es fácil –y por demás frecuente– incurrir en la confusión de convertir a la tecnología comunicacional en intermediaria: de esa manera, el “espacio público” sería el que la cámara captura y el monitor traslada hasta un “ciudadano en su casa”. Detrás de esta simplificación se encuentra la vieja mitología positivista del referente, al que la conjunción de lenguajes, tecnologías y gramáticas de comunicación duplicarían en la operación re-presentativa. Si sostuviéramos el mismo criterio para otros momentos históricos, el espacio público al que la prensa burguesa habilita radicaría en lo realmente ocurrido en algún otro lugar y sobre lo que las noticias dan cuenta; o el espacio público teatral en la sociedad cortesana *estaría* en la historia que la obra re-presenta. Teatro, periódicos o monitores serían apenas *ventanas* (como alguna vez se las ha llamado)<sup>17</sup> para tomar noticia de un acontecimiento ‘exterior’, a través de una ‘transmisión’, sea teatral, periodística o televisiva. Bajo una concepción de esta índole, parece obvio que el espacio público resulta un absurdo *ab initio*. La ilusión referencial, empero,

<sup>17</sup> Véase, entre otros, VVAA., *La ventana electrónica*, Eufesa, México, 1983.

constituye todavía uno de los obstáculos más comunes en el análisis del mundo televisivo. Así, la insistencia en la instantaneidad, la transparencia, etcétera.

En la visión ingenua de lo público, ni el ágora ni la plaza ni el parlamento suponen ingeniería comunicacional alguna, ni 'realidad exterior' posible porque, a diferencia de las otras modalizaciones, en ésta, significativa y referente parecen uno y lo mismo. Pero esta visión es obviamente falaz. La pantalla del monitor no es el orificio para acceder a un real que está del otro lado, 'referido' por los rayos catódicos, y el sexo del presidente Clinton es reconstruido en la CNN tanto como las proezas de las Termópilas son reconstruidas, retórica mediante, en el Ágora, o como el cambio en el precio de los granos en las páginas *The Spectator*. El espacio público televisivo no es de ningún modo el espacio público *televisado*, sino por el contrario, las relaciones TV/audiencia en el marco de una específica dispersión de relatos y de unos específicos modos de apropiación posibles. Este abordaje abre las puertas a la consideración del aspecto que, tal vez, debería llamar principalmente nuestra atención. A saber, que *el espacio público contemporáneo donde la TV es la ingeniería, disocia el proceso de la apropiación social de los signos en circulación del proceso de las prácticas de intercambios sociales*. Retomaremos este punto.

## El lugar de la TV

Hemos venido insinuando las relaciones de congruencia entre esta esfera que se presenta en proceso de ferialización y algunos de los rasgos centrales de la TV. Pero si la TV parece poder reconocerse fácilmente como soporte relevante, emblema, y, más aún, casi una suerte de ingeniería implícita por cuyas operaciones lo público contemporáneo discurre con especial fluidez, con la televisión podría estar ocurriendo, en ciclos más apretados y veloces, algo análogo a lo que en su momento ocurrió con la imprenta: a partir de los años cincuenta de este siglo, la TV pareció capaz de coronar tecnológicamente la construcción del espacio público de la sociedad de masas que había ya comenzado a organizarse a través de la radio (luego de insinuar su fuerza y anticipar algunas de sus gramáticas a través de la prensa de masas y del cine, desde los últimos años del siglo XIX y primeros

del XX) para terminar participando activamente, un par de décadas después y todavía hoy, en el esbozo de un cambio mayor que tal vez no la tenga, en algún futuro cercano, por ingeniería principal sino en todo caso, asociada a la nueva plataforma de medios y recursos comunicacionales que implica la World Wide Web.

La escena que ha comenzado a montarse en relación con el espacio de lo público no corresponde ya a la sociedad de masas sino a una sociedad sobre la cual, para marcar precisamente esta diferencia, se han ensayado diversas denominaciones: post-industrial, posmoderna, mediatizada, del conocimiento, de la información, etcétera. La televisión, es nuestra hipótesis, ha resultado la tecnología cuyos desarrollos mejor han venido expresando esta transición, y constituye hasta hoy la tecnología crucial en la construcción del nuevo escenario, pero con las siguientes acotaciones:

1. Es necesario diferenciar, en el marco general de una tecnología que transporta combinadamente imágenes y sonidos a distancia, entre la televisión de hace 50 años y la actual, tanto como en relación con la imprenta fue necesario diferenciar entre Biblias, literatura de cordel, periódicos de noticias y prensa amarilla. Esta diferencia parece obvia en buena medida porque es nuestra propia experiencia de televidentes la que la da por ‘conocida’. Valga señalar, empero, que no hay virtualmente ningún texto de fácil referencia –más allá de la ya mencionada distinción propuesta por Eco– que la conceptualice en relación siquiera con el meneado problema de la espectacularización de la política o de la videopolítica en general. En la literatura aludida, la TV es sólo una.
2. Aún dando muestras la TV de una plasticidad que le ha permitido redefinir sus códigos de producción desde aquellos adecuados a la tarea de condensar y fijar aspectos principales de las relaciones propias de la sociedad de masas, sustituyéndolos por los códigos actuales, aptos para cumplir una tarea equivalente en la nueva sociedad post-industrial, lo cierto es que –como se sabe– otra tecnología asociada a la pantalla doméstica avanza con fuerza arrolladora en este última década del siglo, y parece en condiciones de condensar algunos aspectos sustantivos de la nueva relacionalidad social; precisamente esta fuerza en su instalación (social) habla a nuestro juicio, claramente, antes que de las virtudes o potencias “intrínsecas” de la tecnología respectiva, más bien de su *kairós*.

de su capacidad para dar en un blanco de la vida social, para ofrecer materialidad y volver práctica –a la vez que reforzar y naturalizar– una tendencia que ha venido amasándose en ella en el nivel de sus propios términos imaginarios.

3. El predominio que hasta hoy ejerce la TV debe entenderse en el marco de una particularmente densa acumulación de tecnologías de comunicación socialmente disponibles y socialmente usadas en la construcción cotidiana del espacio de lo público; a diferencia del predominio que en su momento ejercieron el teatro o la prensa burguesa, hoy parece necesario entender la tecnologicidad de la vida pública como una articulación compleja entre restos significativos de la propia prensa burguesa, de la lucha de calles, de los medios masivos y, claro está, de las nuevas gramáticas que se abren paso a través de la propia televisión y de los soportes llamados interactivos. Si decimos que esta articulación es compleja no es sólo por la heterogeneidad en copresencia sino también por la manera en que, en cada una de esas ingenierías, pueden advertirse indicios de la tensión entre distintas gramáticas sociales. Para decirlo en otros términos, tanto la prensa como la lucha de calles tienden hoy a incluir lo que provisoriamente denominaremos ‘componentes televisivos’, sin perder del todo la impronta de su propia especificidad.<sup>18</sup>

Desde el punto de vista del funcionamiento del sistema político, la TV opera a la manera de un gran balcón al que los habitantes del Palacio concurren –o en el que se dejan ver, o en el que son sorprendidos– a sabiendas de que a través de esa instancia de visibilización se articula un decisivo capítulo de sus luchas, el que refiere al favor o al desfavor que obtengan en la ciudadanía en general y que hará sentir su peso a la hora electoral. La metáfora del balcón es, empero, deficiente. Resulta útil para subrayar el deslinde necesario entre un nivel del desarrollo de lo político que se produce bajo una relativa luz pública y otro nivel que, en cambio, se desarrollaría en la penumbra y a espaldas de la ciudadanía. Pero los

<sup>18</sup> Un capítulo de la investigación en la que esta ponencia se inscribe hace evidente la naturalidad con que las expresiones informales de protesta de la última década en la Argentina han incorporado casi sistemáticamente “componentes visivos” que parecen especialmente dedicados a aumentar la noticiabilidad de las protestas desde la óptica de los noticieros televisivos. Manifestaciones con velas encendidas, jubilados que se autoencadenan en una plaza, disfraces, etcétera.

errores a los que invita son tres y advertirlos nos permitirá explicitar algunos aspectos de nuestra postura. A saber: *a)* la ilusión topográfica en sus fijezas; *b)* la presunción de una unidad “profunda” entre los aspectos visibles e invisibles de la secuencia; *c)* la omisión respecto del modo en el que este falso balcón es, a la vez, usado por propios dirigentes para dialogar o pelearse entre ellos.

En rigor, los ámbitos de luz y de penumbra no son ni fijos ni delimitables, aunque con frecuencia la clase política intente controlar su diferencia. Una de las muchas modificaciones de las relaciones con lo político en el nuevo espacio público se encuentra en la ruptura de los pactos de discreción entre periodismo y dirigentes. Hoy se desarrolla una tensión política adicional entre las instituciones, su voluntad de secreto y la intromisión del ojo (público) de la cámara, que hace o puede hacer “balcón” de los lugares más insospechados. El político de la sociedad de masas se exponía al ojo público a través del discurso de ocasión, la conferencia de prensa, la entrevista, pero la explotación sistemática del *off the record*—recurso comunicacional también de los propios dirigentes— junto a la creciente opacidad de momentos significativos, dispositivos y procesos de decisión, probablemente haya estado en el principio del cambio de las reglas de juego, en una historia tachonada por episodios que marcaron rumbos en la relación periodismo/clase política, como los escándalos sexuales en el gabinete inglés o el *Watergate*.

En cuanto a la *unidad profunda de la secuencia*, o mejor dicho su falta, de lo que se trata es de advertir que una vasta zona de las decisiones permanece en la penumbra del Palacio al margen de las intenciones de secreto de la clase dirigente y al margen de las curiosidades del ojo público. Pueden suceder a la luz del día y en lugares de accesibilidad universal, pero la mirada pública no se detiene en ellas: resultan excesivamente técnicas, virtualmente incomprensibles. En este sentido, el orden de los episodios que tienen lugar al abrigo del Palacio es de una naturaleza distinta al orden de los episodios que construye la política visible, el balcón. Es un aspecto más del desacople. Constituyen lenguajes políticos distintos los de un gabinete técnico de gobierno que los de un torneo público de candidatos, y en esa misma medida, aunque con múltiples puntos de contacto, *se dicen* (se enuncian, se conciben, se significan) también cosas de distinta naturaleza en cada una de ambas ocasiones, signadas por el diferencial de mirada pública que reciben.

Puede así decirse que lo característico de la época es:

- a) la manera y la medida en que la política regresa a Palacio;
- b) la medida y la manera en que el periodismo (convertido en una suerte de ojo público por excelencia) viola los candados de Palacio en una dimensión de los acontecimientos e ignora otros que ni siquiera requieren esconderse;
- c) el hecho de que, por tanto, sólo una parte relativamente pequeña, y no siempre la más importante, de los procesos de decisión que afectan el destino común tiene entidad televisiva o massmediática; y la que efectivamente tiene lugar en la pantalla, discurre como una obra que traspone al lenguaje de lo público de manera excluyente esa zona de las batallas políticas que puede vincularse a los favores (¿intereses?) de la audiencia.

Este lenguaje de lo público es uno de los nudos de los debates culteranos que proliferan afirmando o sobreentendiendo la tesis de que la política que ha sido degradada por la televisión, porque resuelve en bloques de cinco minutos lo que deberían ser debates de fondo. Sería oportuno ahora subrayar que este discurrir visible de la política tiende necesariamente a encuadrarse en lo que son las formas de la dialogicidad hoy codificadas en el espacio de lo público *en general*, más allá de su carácter político o no, más allá de su despliegue en la TV o en otros soportes. En otros términos: el siempre argumentado “lenguaje de la TV”, lo es *antes* en la vida social misma, o en porciones importantes de ella, aunque la TV tienda estilizarlo, reforzarlo, validarlo y educar en él a las generaciones que siguen.

El debate racional argumentativo fue lo característico de las luchas políticas expuestas en la prensa durante un largo periodo, pero vale recordar que primero lo fue en la esfera de la opinión pública burguesa, en sus salones literarios y en sus tabernas, antes que en la prensa misma y, recién después en la lucha política propiamente dicha, luego de que esa lucha política fuera violentamente colocada en un ámbito signado por una visibilidad y una accesibilidad que se presumían universales.

Tres tradiciones de distinta índole, cuando menos, anticipan y pavimentan el abandono progresivo de los códigos del debate racional como rasgo predominante del tratamiento de lo político en la esfera pública:

- el de más lejano origen, la información (al menos, los reclames de principios del siglo XIX) sobre productos y condiciones comerciales y su derivación denominada hoy publicidad; en su desarrollo pueden atisbarse las marcas del pasaje de un lenguaje público gobernado por la palabra racional a un lenguaje apoyado en otros resortes;
- la entrada creciente de la información sensacional y de las formas de la literatura popular en los grandes medios masivos, en yuxtaposición a la información política, un fenómeno ya consagrado en y por la prensa *amarilla* desde fines del siglo pasado;<sup>19</sup>
- el apoyo específico de los recursos visuales primero del cine, luego de la TV, a favor de la generalización de formas de *contrato* implícito con las audiencias, contrato que se realiza predominantemente a través de la lógica de la seducción antes que de la lógica de la argumentación racional, más vinculada al verbo.

### Un síntoma: la semántica del caso

Hay un rasgo en esta lógica del espacio público contemporáneo que debe ser destacado. Es parte de la semántica general de los componentes previamente referidos (narrativización, escándalo, etcétera) y se ha convertido en un recurso sintomático: el *caso*.<sup>20</sup> Por definición individual y dramático, organizador de un siempre, inevitablemente, microrrelato, la *lógica del caso* es, claro está, lo opuesto a la *lógica de la regla*. La lógica del caso rehuye a la abstracción, a la clasificación de lo común, a cualquier intento primario de organización de las superficies en las que se inscribe.

<sup>19</sup> Hay que puntualizar aquí –para evitar la noción simplificadora de las “culpas” de la prensa amarilla– que el sensacionalismo no hace en buena medida sino recoger, refuncionalizar e industrializar códigos y estilos de la cultura popular que se hunden en la Edad Media y que, desde entonces habían pervivido en los espacios domésticos (privados) sin “encontrar” la tecnología adecuada que les diesen ‘estado público’.

<sup>20</sup> Según Anibal Ford y Fernanda Longo, “El crecimiento en los medios de la información [...] a partir de ‘casos’ articulados narrativamente [...] marca nuestra sociocultura”. Véase Ford, A. y Longo, F., “La exasperación del caso”, en Verón, E. y Escudero, L. (comps.), *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, Gedisa, Barcelona, 1997. Ford anticipó esta idea en “Los medios, las coartadas del New Order y la casuística”, publicado en *Navegaciones*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.

Pero, al mismo tiempo y por lo mismo, se carga implícitamente de las resonancias de la metáfora, de la capacidad de condensación de sentidos que se encuentran diseminados en otros microrrelatos, en otros *casos*.<sup>21</sup>

La lógica del caso homologa el episodio policial, el acontecimiento político, la derivación de la catástrofe natural, la desavenencia matrimonial del jet-set. La lógica del caso es la verdadera *unidad de acción* del drama público contemporáneo, de la visibilidad y la autorrepresentación que la esfera pública consagra. Por ello, el resultado será una superficie caótica de elementos heterogéneos, ‘casos’ pues todos ellos singulares. Pero también la indicación y la prueba de un presunto *modo de ser* fragmentario de las cosas. No es entonces de extrañar que el recurso de la pequeña confesión, de la puesta en escena pública del detalle íntimo, esté a la mano de los participantes más o menos anónimos de los talk shows o de programas radiales nocturnos. Los lugares donde se hacen públicos los actos –o, mejor dicho, los escándalos– de gobierno (a saber: los medios), exponen casi indiscriminadamente tanto los asuntos de la polis (si aún cabe la expresión) como las ganas de casarse de una viuda cuarentona del barrio porteño de Flores.<sup>22</sup> La gramática de esta autorrepresentación que la sociedad elabora de sí misma parece inclinarse así por el abigarramiento, la fragmentación, la dispersión y la repetición de lo disperso, prescindiendo de las formalidades del orden jerárquico.

La semántica del caso constituye un síntoma privilegiado de los procesos culturales en curso, en el más amplio sentido del término. En esta superficie heterogénea y fragmentada que conforman la acumulación y dispersión de casos, no cabe pensar en la discusión del *orden*, ya que ni siquiera parece existir orden alguno en los acontecimientos. Es que, claro está, lo que denominamos la semántica del caso está orientada a *liquidar* cualquier presupuesto de orden y, mucho más, de cualquier *centro*

<sup>21</sup> Conviene señalar que esta tendencia ni es nueva ni se limita a la geografía latinoamericana. Por citar apenas un antecedente, recuérdese el de la fotografía que emblematizó la matanza de My Lai, durante la Guerra de Vietnam, y que constituyó un hito para la opinión pública norteamericana y mundial.

<sup>22</sup> Aludo a un programa de televisión abierta que se emitía algún tiempo atrás en Buenos Aires: “Yo quiero casarme... y usted?”, conducido por Roberto Galán, con altos índices de audiencia. El programa organizaba luego las ceremonias matrimoniales y las lunas de miel de las parejas que se habían conocido y comprometido en el piso.

organizador posible. Pero, ¿no reconocemos en este paisaje elementos de nuestra cultura que se sitúen al margen de la TV? Aunque el salto de niveles pueda resultar un tanto impertinente, ¿no es acaso la liquidación de todo centro, de todo principio general organizador, de toda lógica totalizante, de toda *re-ligión*, uno de los más característicos rasgos del propio pensamiento teórico del último cuarto del siglo XX? Lejos de nosotros intentar el trazo de cualquier conexión directa entre ambos fenómenos. Tan sólo, insistimos, se trata de advertir hasta qué punto lo que aparece ante el sentido común como rasgos culturales que tienen su origen *en* una tecnología de comunicación pueden, en rigor, ser apreciados como las formas vulgares, generalizadas y *públicas* –y bajo un proceso específico de codificación– de formas y lógicas del sentido que maceran *antes*, largamente, en diversos estratos de la vida social y cultural y que responden primariamente a la historia misma de las relaciones sociales y sus desventuras.

### Otro síntoma: de la fragmentación a la net

Para Bajtin, la reunión caótica de lo heterogéneo en la plaza renacentista promulga una idea de la multitud celebratoria de sí misma, y por ello es *la fiesta* su momento emblemático, la instancia de la comunión práctica, del completamiento del ciclo vital y del reencuentro con los principios. Salvo en lo que refiere a la autocelebración, no es, claro está, el caso de la feria contemporánea, ni el sentido apuntado por la metáfora. Ahora bien, ¿cuál es la idea de sí misma que elabora hoy la vida social y se auto-representa en la esfera de lo público? O, en todo caso, ¿en torno a cuáles supuestos básicos elabora las imágenes de sus diversas manifestaciones? Si un investigador recorriese dentro de dos siglos los textos de los finales del XX, a la manera de Foucault, probablemente encontraría en la noción de la reticularidad, de la interconexión múltiple, abierta –por ende, infinita– y a la vez contingente, uno de los núcleos capaces de sostener la configuración de un nuevo *régimen de positivities*, de una episteme específica, dicho en términos de remembranza foucaultiana.

Hablar hoy del papel (entonces epistémico) que cumple la idea de red supone el riesgo de bordear el lugar común y, por lo mismo, no decir

nada. Pocos términos han servido en un lapso tan corto a una tan grande y diversa cantidad de misiones: teóricas, políticas, comerciales, tecnológicas, etcétera. La atracción que provoca la óptica reticulizadora es tal que se colocan bajo su invocación desde operadores de turismo hasta programas de ayuda del Banco Mundial a los países “pobres”, iniciativas académicas o populares.

No cabe aquí el análisis, en términos de una historia de la cultura, de los puntos de crisis que promovieron el pasaje de nociones sociales subyacentes de amplio rango como la de *estructura* o, antes, *sistema*, o incluso *comunidad*, de una enorme fuerza intelectual y práctica, a nociones como las de red, malla, tejido. Se trata apenas de recuperar una mirada capaz de sacudirse el lugar común, para advertir la medida en que la sociedad intenta, a través de estas nociones, hablar de sí misma, y tal vez imaginarse de un modo en el que en rigor *no es*, más allá de la infinidad de prácticas sociales concretas que, pese a ello, se organizan en torno a estos horizontes imaginarios.

La idea de la red constituye el exacto punto en que el actual proceso de ferialización se revela diferente y heredero de la vieja sociedad de masas. Es para ellas, derrotadas en lo político pero inabarcadas por todas las formas del ecumenismo ensayado a lo largo del siglo, que la propuesta de la red se constituye en la contrafigura de la fragmentación, en el espantador de aislamientos. Como resulta obvio, no es ya la TV la organización tecnológica que mejor puede aparecer como ingeniería de esta aspiración y de esta forma de proponer un “estar conectado”, “enchufado”, “enganchado”, “no descolgado” (*plugged*). Pero lo cierto es que, para la ideología de la reindividuación post sociedad de masas, la episteme y la gramática de la red (*net*, *web*) aparece como el único modo socialmente imaginado para recomponer lo que se ha hecho pedazos, y restituirle (algún) sentido. Una suerte de ‘ideología de la red’ aparece incluso hoy como la encargada de graficar aquello que la sociedad imagina como su nuevo “cielo”, al tiempo que, en su revés, viene a denunciar –como en el caso de la justicia divina, o bien en el no menos significativo de *liberté, égalité, fraternité*– lo que en verdad falta.

Las veloces tasas de expansión del consumo de las formas más estandarizadas de las NTI, entre los sectores de algún poder adquisitivo, hablan a las claras de la aptitud que ostentan para inscribirse en este

nuevo horizonte social. Tal vez, esta tasa de expansión registre un antecedente de características análogas: las de la compra de radio receptores en los Estados Unidos, y luego en Europa y América Latina, durante la década de los años veinte. Hay, claro está, numerosas diferencias. Entre otras, y en la clave de lo que venimos señalando, la que va del anhelo de *estar efectivamente en el mundo* y pertenecer a quienes lo comparten, en el marco de los movimientos generales de migración y de renegociación para la movilidad y el ascenso del capitalismo post segunda revolución industrial, al anhelo de ser en cambio el que se sustrae a todo territorio (para navegar por la red), individuo libre de determinaciones y reglas, eternauta que gana en libertad de movimientos. Aludimos a Internet (foros de chat, la propia página-vidriera), claro, pero también –y aunque no constituye una tecnología de comunicación del espacio público– a la telefonía celular y el correo electrónico (tendientes a articularse), emblemas equivalentes del mismo afán de sentirse “comunicados” de un modo que subraya el afán por contactos móviles, delgados, administrables, efímeros, múltiples.

Una nueva ingeniería de lo público está en marcha, y su arquitectura comienza a insinuarse. Sus condiciones de producción fueron probablemente preparadas, en una apreciable medida, por la movilidad del ojo (fantasía de su movilidad) que había ya ganado terreno con la multiplicación de los canales de TV, vía cable, UHF, sistemas codificados, etcétera. La ilusión que parece ocupar crecientemente su lugar desborda al ojo y la mirada: es la ilusión de la “interactividad”, una suerte de sueño tecnológico de reformular el mundo a cada paso y a la propia medida, una suerte de demiurgos del propio patio. Qué duda cabe de la distancia que semejante ilusión mantiene con la que presidió buena parte de las relaciones sociales de la primera mitad del siglo XX y aún después, ilusiones de *intervención en el mundo*.

### **Donde la cuarta escena convoca a pensar en trasfondos de cultura**

Son dos, a nuestro juicio, los núcleos problemáticos sustantivos de la vida social contemporánea que el régimen de la ferilidad incorpora a las formas de relación propias del nuevo espacio público con un peso tal que

modifican decisivamente la sintaxis de estas relaciones. Ambas figuran en los primeros lugares del ranking de ‘ideas establecidas’ en relación con los medios y particularmente con la TV. Una de ellas: el llamado pasaje a una “cultura de lo visual”. La otra: las nociones –diferentes pero conectadas– de aislamiento, pasividad, reindividuación. O, más sencillamente y en nuestros términos, la cuestión de dejar el cuerpo quieto y reconvertir no ya la “sociabilidad” sino la *socialidad* misma a su réplica electrónica, con la consecuente tendencia a la extinción de numerosas modalidades de *contacto social*.

Respecto de ambas características, la literatura especializada y semiespecializada es abundante, pero más nutrida de alusiones relativamente difusas que de categorías esclarecedoras. Estamos convencidos, sin embargo, que es necesario insistir y trabajar en ellas, ya que insinúan resortes decisivos de las transformaciones que, desde el trasfondo de los procesos culturales de fin de siglo, dominan buena parte de nuestros horizontes actuales.

Nos proponemos formular algunas hipótesis provisionales en esa dirección. En términos generales, nuestro enfoque supone que las dos características aludidas son parte de –o se combinan en– un mismo fenómeno. Ambos configuran una suerte de anvés y revés de una puesta en escena de lo que ha representado la sociedad como su *sí-misma*, esto es, *una sociedad que mira*. Pero para argumentar de un modo económico esta conexión, será conveniente avanzar por partes.

En una definición tiende a coincidir el común de los autores: el paso de un orden letrado a un orden visual no se corresponde con el imperio del logos en que la modernidad presume haber desplegado lo principal de su historia. Las interpretaciones que se abren a partir de este lugar abismal de corte es, empero, materia polémica. Uno de los ejemplos más encendidos de esta visión, y también de quienes, sobre ella, auguran la barbarie, es quizá el recientemente publicado *Homo videns*, de Giovanni Sartori, ya referido.<sup>23</sup> La idea de desastre para la inteligencia de Occidente que, con alguna frecuencia, tiende a suscitar la perspectiva de la videocultura,

<sup>23</sup> En una línea similar, pero con más riqueza de análisis, Postman, Neil, *Amusing ourselves to death*, Penguin, 1986, y *Technopoly. The surrender of culture to technology*, Vintage, Nueva York, 1993. El análisis de Sartori se inspira y apoya considerablemente en la obra de Postman.

parece apoyarse en una contraposición entre la palabra y la imagen donde, con una mirada de raigambre iluminista, una es toda razón mientras que la otra se restringiría al mundo (*bajo*) de los sentidos. No se trata de desmentir las muy conocidas y trabajadas conexiones propias del logos –si bien cabrían, por cierto, importantes matices– sino en todo de caso de advertir que la imprecisión con la que se habla de ‘la imagen’ [v.g. “la cultura de la imagen”] *versus* ‘la palabra’ homologa un sinfín de diferencias y desatiende a las relaciones que se producen en torno a unos u otros soportes.<sup>24</sup> Son abundantes –y quisiéramos decir que, en más de un caso, insoslayables– las indicaciones que, tanto desde la teoría literaria como desde la estética, la filosofía del lenguaje y la lingüística, nos enseñan las multivocidades semióticas tanto de la palabra como de los soportes visuales.<sup>25</sup> Para decirlo con mayor énfasis: la contraposición entre ‘palabra’ e ‘imagen’ corre los riesgos de derivar hacia otro triunfo del sustancialismo, como si en una u otra *radicasen* unos atributos de esencia que en rigor son resultado de operaciones de lectura (sin lectura no hay signo) a ser inteligidas sociocultural e históricamente.

Para poder dejar atrás este abordaje que clausura más caminos de los que abre, nos es necesario introducir algunas herramientas de trabajo. Si bien, una vez más, requirirían de otras extensiones de desarrollo, intentaremos plantearlas con extrema brevedad, asumiendo la cuota de riesgos correspondientes.

### *Breve excursus teórico*

A los fines de la cuestión que nos convoca, la distinción analítica entre símbolo e índice es, probablemente, más fértil que la que suele formularse

<sup>24</sup> Régis Debray ha recorrido diferentes lugares de la imagen en la historia de Occidente, poniendo de relieve algunos aspectos de interés en este sentido. Cf. *Vida y muerte de la imagen*, Paidós, Barcelona, 1994.

<sup>25</sup> En claves del todo diferentes, para ahondar en la multivocidad semiótica de la imagen, véanse, por ejemplo, Grupo μ, *Tratado del signo visual*, Cátedra, Barcelona, 1993; Jauss, H.R., *Experiencia estética y hermenéutica literaria*, Taurus, Madrid, 1986; también, la obra de Iuri Lotman: entre otros, Lotman y Escuela de Tartú, *Semiótica de la Cultura*, Cátedra, Madrid, 1979, *La cultura e l'esplosione*, Feltrinelli, Milán, 1993; para la presencia de lo icónico en la palabra, Dogana, Fernando, *Le parole dell'incanto*, Franco Angeli, Milán, 1990.

como antinomia palabra/imagen.<sup>26</sup> En tanto operaciones de lectura, importa subrayar una diferencia decisiva: el símbolo comporta (con todas las complejas ulterioridades que pueden sobreentenderse) una relación equivalencial: en términos algorítmicos, A es B (es: equivale / representa / designa / configura /etcétera). En cambio, la del índice supone una relación situada, empírica. El algoritmo: si A, entonces B (donde A puede asumirse a su vez como ‘A *hic et nunc*’).

¿Qué es lo que supone un régimen de lo indiciario frente a uno de lo simbólico? Permítasenos que señalemos de modo sucinto algunos rasgos a título exploratorio. Primero: el índice no es un signo *representacional* o, por lo menos, no lo es del mismo modo del símbolo. (Al respecto, Husserl afirmaba que la señal es un signo sin *Bedeutung*.)<sup>27</sup> Segundo: la lectura del índice define relaciones siempre atadas fuertemente al propio contexto de lectura, por lo que su significación no puede volverse universal y abstracta.<sup>28</sup> Tercero: en virtud de lo anterior, la lectura indiciaria apunta a relaciones *posicionales* antes que a *conceptos*. Cuarto: el índice es aquel que, en la perspectiva de la teoría de la significación elaborada por Husserl y retomada por A. Schütz<sup>29</sup> (y más tarde por E. Goffman) con vistas a los intercambios comunicativos, da cuenta de la ‘expresión’ o de los ‘significados subjetivos’. Quinto: el índice es resistente a encadenamientos sintagmáticos. Sexto: la lectura del índice –como han dejado ver T. Sebeok y U. Eco<sup>30</sup>– pone en juego esquemas interpretativos fuertemente

<sup>26</sup> Es necesario advertir que las orientaciones ofrecidas por Peirce respecto del índice están lejos de facilitar su puesta en juego en el campo de las relaciones sociales y, asimismo, de manera simétrica, vale también señalar que la teoría de los discursos sociales tienen aún una deuda considerable respecto de la problemática general de la indicación, de la deixis.

<sup>27</sup> Véase Husserl, *Investigaciones lógicas*, particularmente la “Investigación primera: expresión y significación”. Es de interés, al respecto, el estudio de Jacques Derrida, *La voz y el fenómeno*, Pre-Textos, 1985.

<sup>28</sup> Los clásicos ejemplos del tipo ‘las velas indican el barco que se acerca’ o ‘las cenizas indican el fuego que consumió la materia’, típicas de cualquier texto sobre el tema, aclaran tanto cuanto suelen confundir, en la misma medida en que la propia enunciación ‘ejemplar’ explota y potencia la capacidad simbólica de las velas o las cenizas. Este reconversión es frecuente; así, por lo común, la mayor parte de las, valga, señalizaciones enunciadas icónicamente en una carretera con distintos motivos de precaución.

<sup>29</sup> Véase Alfred Schütz, *La construcción significativa del mundo social*, Paidós, 1993, particularmente el capítulo tercero.

<sup>30</sup> Véase U. Eco y T. Sebeok (eds.), *El signo de los tres*, Lumen, 1989.

vinculados a la experiencia ('esquema interpretativo' es el giro que utiliza Schütz). Séptimo: los dos puntos anteriores permiten inteligir en qué sentido los índices guardan una relación siempre precaria con las operaciones de codificación, que estabilizan significaciones y permiten encadenarlas.

Podría decirse que las operaciones indiciarias son a las operaciones simbólicas como el trueque es al valor monetario. Sin un recurso de equivalencias universal y abstracto, el mercado capitalista (y sus operaciones en cadena) serían impensables; el trueque, como los índices, establecen relaciones de contacto *uno a uno* ("existenciales", diría Peirce) entre los objetos, relaciones fuertemente organizadas por la situación y en el marco de la experiencia escasamente codificada de los participantes.

Son pertinentes tres señalamientos generales para encuadrar el problema específico:

1. Todo régimen semiótico articula distintos dispositivos de significación, esto es, un predominio de lo indiciario no excluye en lo más mínimo la copresencia de dimensiones –digamos, para seguir a Peirce– simbólicas e icónicas en el mismo régimen, del mismo modo que en cualquier símbolo pueden operar acopladamente dispositivos indiciarios, etcétera. Si bien la operación indiciaria canónica se establece entre dos *existentes*, uno de los cuales indica al otro (llanto a dolor; humo a fuego, etcétera), la mayor fertilidad del concepto aparece con las modalidades en que la operación de lectura de "señales" acompaña la circulación de íconos y símbolos.
2. El componente indiciario de los procesos de significación ha sido notablemente secundarizado pese a resultar, entendemos, aquel que más elemental y masivamente participa en los universos de la comunicación; por ejemplo, en los contactos cara a cara, donde el conjunto de signos por la mirada, gestuales, tonales, corporales, paralingüísticos, etcétera, junto a los propios deícticos de la enunciación, son, precisamente, indicios cruciales para la decodificación *adecuada* de los componentes simbólicos (sin referirnos siquiera al nivel indiciario que la propia utilización *situada* de símbolos implica para los interlocutores). Las tradiciones lingüísticas y semióticas parecen haber trabajado para la circunscripción de estos componentes. Así, en la tradición lingüística,

los llamados *deícticos* por E. Benveniste aparecen por lo común reducidos a formas pronominales y adverbiales, sacrificando la potencialidad analítica que, para entender los problemas de la comunicación, ofrece pensar los componentes efectivamente deícticos que se despliegan en cualquier enunciación a través de otras diez instancias. Por ejemplo, en sus recursos estilísticos o en sus componentes fáticos. En una u otra tradición, de todos modos, indicación o deixis plantean el mismo nudo gordiano: la irreductibilidad de ciertas modalidades comunicativas a la lógica de lo universal-abstracto, único plano en el que puede establecerse sin cortapisas el reino del presunto ser-en-sí-mismo de las cosas, condición necesaria para el triunfo de todo fundamento “verdadero”, “objetivo” y “último”, sea en el campo de los conocimientos, del poder, de la organización o de las creencias sociales.

3. La TV debería ser tal vez considerada la primer tecnología de comunicación que restituye el peso que los índices tienen normalmente en la comunicación interpersonal, con el sacrificio –nótese, tendrá consecuencias– de los índices propios del contacto *físico*, siendo la comunicación verbal impresa la que más los minimiza (sobre todo el libro, a diferencia del *magazine*, donde las *indicaciones* abundan explícitas). Un programa transmitido en soporte de ‘realidad virtual’ haría esta restitución plena.

En ese sentido, retomamos una pista ofrecida años atrás por Eliseo Verón y, desafortunadamente, apenas insinuada.<sup>31</sup> Verón señala –en palabras que son nuestras– que el régimen de comunicación que construye la TV con sus audiencias está marcado por el predominio de lo indiciario. Es lógico que así sea, pese a la frecuente tentación de asumir las imágenes en pantalla en su valor icónico. Si algo caracteriza a la TV es la manera en la que opaca la componente icónica de sus imágenes. Se lo ha dicho muchas veces, en otros términos: la ilusión de inmediatez y transparencia vuelve imperceptible la medida en que la imagen del señor que está en pantalla y nos habla, o la imagen de la guerra en Kosovo es *como* la guerra en Kosovo o *como* el señor que está en el estudio de la emi-

<sup>31</sup> E. Verón, “La mediatización”, curso dictado en 1986 y editado bajo el título *Semiosis de lo ideológico y del poder: La mediatización*, por la Oficina de Publicaciones del CBC, UBA, 1995. En otros textos, Verón bordea la misma idea, aunque sin avanzar sobre ella.

sora. Esa diferencia (A *como* B, lo que de suyo implica que no es B) está, en cambio, explícita en la iconografía religiosa, al margen de que por razones que exceden estas páginas, los íconos religiosos *compartana* veces, para los creyentes, algunos atributos o poderes de la divinidad, dando lugar al problema de la *idolatría* (del griego *eidolon*, imagen). Lo que sí ocurre con el señor que aparece en pantalla o la escena de la guerra de Kosovo es que nos colocan ante una multitud de elementos visuales y sonoros (esto es, empíricos) que establecen efectivamente la experiencia de un *contacto*, capaz de producir significaciones sin pasaje directo alguno por el territorio abstracto del concepto. Así ocurre también con nuestro contacto con un conferencista o un vecino, cuya mirada torva o fresca (el registro que creemos hacer de ella), o la oportunidad con la que utiliza una palabra u otra, contribuyen a definir nuestra *posición* tanto o más que los conceptos que profiera, nos demos o no cuenta de ello.

Es momento de dar aún otro paso teórico. Lo anticipamos en las referencias a Schütz y su fenomenología social. Sostenemos que el régimen de lo indiciario es especialmente apto para trasladar al terreno de la comunicación los emergentes de la subjetividad. O deberíamos decir mejor que los emergentes de la subjetividad –y su carga movilizadora por resortes emocionales, v.gr., vinculados al temor o al deseo– suelen intervenir en el terreno de la comunicación a través de operaciones del orden de lo indiciario. Hay una instancia en la que estos emergentes se aprestan a intervenir en el terreno, pues, del discurso. M. Pêcheux, en un texto injustamente olvidado, denominó a esa instancia ‘formaciones imaginarias’ (con el arrastre psicoanalítico del término) y subrayó su carácter de *condiciones de producción* discursivas.<sup>32</sup> Diremos que aquello que Pêcheux denominó ‘formaciones imaginarias’ se nutre de índices, de las operaciones de la *deixis*.

Hemos introducido la compleja, multívoca y manoseada noción de ‘imaginario’ y ello requiere una mínima aclaración. Utilizamos el giro de *lo imaginario* en un sentido que, con Pêcheux, se inspira parcialmente en Lacan, aunque alejado de toda dimensión clínica y ajustado a términos

<sup>32</sup> Pêcheux, Michel, *Hacia el análisis automático del discurso*, Gredos, 1978. Allí, Pêcheux destaca el modo en el que trabajan estas formaciones imaginarias: “¿quién es él para que yo le hable así”, “¿quién soy yo para que él me hable así?”, “¿qué imagino yo que imagina él que es él para mí?”, etcétera. Véanse también, en la misma obra, los primeros acápite de la II Parte.

que nos resultan eficaces para plantearnos la problemática de la subjetividad en el campo de lo social y del discurso. Así, aludimos a la instancia de lo imaginario para señalar aquellos componentes de ‘sentido’ que no requieren primariamente del concepto ni de la gramática para su aparición, y que se caracterizan por construir apreciaciones que implican un fuerte y no consciente componente ‘autorreferencial’ (siguiendo a Lacan, podría decirse “especular”, si se despoja la palabra de toda connotación de mero reflejo), al punto de que un haz de ellos produce *casí* definiciones identitarias sobre la base de parámetros que en rigor no son sino *posicionales*. “me gustan los Rolling Stones, uso Calvin Klein, y votaré por el Partido Tal”. Estos componentes de ‘sentido’ (léase: de ‘sentido para mí’, que no es lo mismo que la significación que se reconoce socialmente; he allí su autorreferencialidad) permanecen fuera del orden conceptual y sólo un esfuerzo analítico sobre las bases inconscientes de la construcción imaginaria de la propia identidad podría acercar los bordes de este *descen-tramiento* por el que el sujeto se desconoce *realmente* de manera radical.<sup>33</sup>

Diremos asimismo que hay dos diferentes límites para esta producción subjetiva de ‘sentidos’ (esto es, en el registro de lo imaginario), que en caso de su ausencia, podrían *crearse* con tanta “arbitrariedad” como las que son propias del deseo o del miedo. Lacan ha señalado reiteradamente el modo en que el orden de lo simbólico<sup>34</sup> pone en caja las construcciones imaginarias, así como la ley del padre lo hace con el deseo por la madre (y, por ende, la definición posicional de “quién soy yo para ella”). Deberíamos añadir un segundo límite: las relaciones prácticas con el/los otro/s. Si se permite: la cachetada que recibe el aspirante a Don Juan de parte de la dama asediada, redefine para él el sentido de la situación, el sentido adquirido por la dama y el sentido del asedio, así como su propia definición posicional.

<sup>33</sup> Quisiéramos advertir que el acento lacaniano de estas observaciones no implica de nuestra parte una opción teórica contraria a otros aportes relevantes realizados en torno a la cuestión de lo imaginario que, empero, no entendemos sean aquí pertinentes.

<sup>34</sup> El uso lacaniano de ‘lo simbólico’ no es, claro está, el de Peirce. Pero en ambos casos, el signo verbal y sus encadenamientos reglados constituyen el mejor ejemplo.

### *Volviendo a la cultura y el espacio público*

Se hace ahora inteligible en qué sentido y de qué manera la pantalla de TV aparece como “enemiga” del logos: en tanto generaliza, naturaliza y legitima, al elevar al espacio de los reconocimientos públicos, un régimen de comunicación fuertemente cargado de componentes indiciarios, que carecían hasta ahora de estos privilegios, restringiéndose mayormente a lo íntimo, lo doméstico, lo privado. Si es factible pensar que, en un cierto sentido, el espacio de lo público sustituye, en la cultura de raigambre iluminista, a la solemnidad y la sacralidad del templo, al que se reservan las liturgias que tienden el vínculo con un orden superior, la neotelevisión lo ha desacralizado y secularizado radicalmente. La oración ha sido reemplazada por blasfemias y el orden ya no viene dado por principios superiores sino por posiciones de fuerza.

Cabe formular un par de notas sobre el nuevo espacio público cibernético que ha comenzado a emerger. La revalorización de la palabra sobre la pantalla del monitor ha dado lugar a distintas conjeturas opuestas a las simplificaciones a las que la TV había inducido. Empero, es de interés advertir hasta qué punto las formas de comunicación que abundan en los foros y salas de chat parecen más bien gobernarse por el régimen de los indicios. Los salones más visitados –particularmente por segmentos juveniles– bordean permanentemente lo que con justeza Jakobson llamó *función fática*, destinada a establecer, asegurar y disfrutar del *contacto*, y cualquier confrontación de *ideas* resulta ajena. Es también llamativo, en este contexto, la rapidez con que los ejercicios de contacto público a través de las salas de chat han comenzado a incorporar un nuevo código de iconos para enriquecer la (relativa) pobreza indiciaria de las palabras tipografiadas, al menos desde la expectativa de los usuarios. Así, los llamados *emoticones* indican estados de ánimo con los que se enuncia: una sonrisa afectuosa [ : - ) ], francamente una humorada [ : - ) ) ], decepción o tristeza [ : - ( ], un guiño cómplice [ ; - ) ], etcétera. Por cierto, ni las salas de chat constituyen la única modalidad de espacio público a través de Internet (tal vez a estas alturas tampoco el principal, lugar que seguramente ocupan hoy los *portales*, siguiendo la lógica ferial de los *malls*), ni la política ha hecho aún una entrada irrestricta a esta instancia de lo público. Pero poco falta.

La vida social y cultural contemporánea ha hecho en las últimas décadas un verdadero culto –nunca antes tan abierto y explícito– de la lectura de índices, bastante al margen de los privilegios mediáticos que venimos de referir. Ni las relaciones internacionales, ni las operaciones de los grandes mercados bursátiles, por caso, podrían entenderse al margen de la interpretación sistemática del tipo | si A, entonces B |. Pero no sólo ellos: ¿qué cabría pensar del peso adquirido en los últimos 30 ó 40 años, en las esferas intelectuales, de conceptos tales como ‘huella’, ‘marca’, ‘traza’, ‘entrelínea’, ‘subtexto’ y hasta de los intentos de elevar la lógica abductiva a metodología del conocimiento? Todavía más y sobre todo: es obvio el modo en el que este tipo de desciframiento del otro para definir la propia posición constituye hoy el abecé transparente de las luchas propiamente políticas, lejos ya de adoptar ropajes programáticos o doctrinarios demasiado pesados. Nuestra conjetura, ya insinuada, es que la prevalencia de la “lógica indiciaria”, si se permite la expresión, no tiene tanto que ver con unas tecnologías de comunicación que la favorecen, cuanto con el derrumbe, en todos los planos y niveles de la vida social, de cualquier presunción de *orden objetivo último*, sea éste religioso, natural o racional. Caído todo principio jerárquico exterior a la propia acción social, sólo queda la selva de *posiciones* que podamos trajinar.

Sin embargo, la primacía que parece cobrar este régimen de comunicación adquiere un sesgo específico cuando se lo sitúa en la relacionalidad del espacio público televisivo, todavía dominante. Es que la cuestión se complica por la copresencia de otro rasgo: la neotelevisión y las NTI proponen a la ciudadanía la lectura de índices junto a una radical cancelación de las *relaciones prácticas* entre los participantes, al tiempo que multiplican la amplitud del “mundo de la experiencia”. No hay, por ejemplo, punto de comparación entre la extensión y profusión de los aspectos de la vida social que alcanzan visibilidad a través de la pantalla casera y los que lo hacían a través de la prensa, de la radiodifusión, del cine, y ni siquiera de la televisión primitiva, por no hablar de parques o paseos, calles y pubs. Veo lo que ocurre, oigo lo que dicen, pero no estoy allí ni estoy con quien estuvo ni aún en una cadena más compleja. Es un ‘como si’ que suprime la dimensión de la praxis, del hacer común impensado, precisamente en aquellos asuntos que hace públicos. Las relaciones del orden de lo imaginario que pueden establecerse con los

acontecimientos y/o sus protagonistas a través de este vínculo, de acuerdo a lo antes teorizado, se encuentran sin uno de sus límites. Los cuerpos se ausentan, las posiciones recíprocas se despliegan al margen de toda confrontación real, de toda experiencia directa, de toda exigencia de *reflexividad*. El conjunto de los acontecimientos de la vida social viene dado a nuestra vida desde un no-lugar, casi como en un sueño, hasta el lugar mismo en que sabemos que no son ni serán, nuestra cocina, nuestra sala o dormitorio. Si el orden letrado resulta lo propio de una lógica de la argumentación y de un debate mediado por la razón, nuestra conexión imaginaria con estos fragmentos de lo real en pantalla será, sobre todo, una conexión emocional que re-establece el mundo en sus propios términos, sin sujeción a constataciones. La TV construye entonces la esfera de lo público, pero por excelencia una esfera “imaginaria” (virtual) de lo público. A través de la TV, somos, sí, ciudadanos del mundo, ciudadanos imaginarios del mundo imaginado.

Descifradores de señales ante la inmensurabilidad del vasto mundo y a la vez carentes de cualquier relación práctica con él, esto es, carentes de una relación en la que el cuerpo ejerza ni el diminuto dominio sobre su propia intervención (porque ésta es casi inexistente), los televidentes derivan hoy por el espacio público con una tonalidad bastante próxima a la de cualquiera de nosotros bruscamente aterrizado en alguna gran ciudad de algún país radicalmente ajeno: descubriendo claves, formándonos impresiones, deambulando curiosos ante escenas nimias. Atenderíamos a los guías ocasionales, claro está, y nos deleitaríamos con la posibilidad de saltar (¿hacer zapping?; ¿navegar hipertextos?) de calle en calle, de barrio en barrio, único ejercicio posible, un ejercicio, en rigor, *sobre nosotros mismos*. Y, sin embargo, a diferencia de lo que nos ocurriría en Shanghai, nos hablan, nos dicen cosas, nos interpelan, nos miran, *nos suponen*, hasta nos contabilizan de mil maneras. Sostendremos que, en ese contexto, las relaciones que propugna el espacio público televisivo son *relaciones del orden de lo imaginario*. ¿No son acaso *posicionamientos* adoptados sobre la base de indicios (y que a su vez los producen) los que nos permiten movernos en cualquier *feria* contemporánea, llámese *mall*, parque de diversiones, etcétera? Así, un candidato presidencial “me fascina”, Luis Miguel o Madonna pueden devenir “objeto de mis amores”, del mismo modo que Marlboro “habla de mí”. En este contexto, la clásica alusión al borramiento de fronteras entre lo real y lo ficcional se torna casi redundante.

El eje por excelencia de este espacio público ferializado, donde los políticos deben hacer acrobacias para capturar el deseo de los votantes y donde los votantes no se sienten exigidos a tener razones respecto de las cosas sino apenas impresiones y posiciones tácticas, es, claro está, el show'biz. No ofrece principios de orden sino de prelación: la visibilidad de las figuras individuales como soporte de potenciales identificaciones imaginarias, y que hoy se llama fama. Las nuevas élites de este espacio público lo son por función de la exhibición. Tal vez el emblema más acabado de lo que en este sentido anida en el espacio público ferializado lo ofrezca la industria del espectáculo, de la moda y sus figurines: con la menor oferta posible de gracia se cumple una de las mayores y más lamentables operaciones pedagógicas de la industria cultural contemporánea.

No debe extrañarnos, entonces, que la política desplegada en el espacio de lo público se convierta en *talk-shows*. El principio argumentativo y el veredicto de la razón, verdaderos pilares normativos del templo de lo público, han sido progresivamente sustituidos por el principio de la seducción y por una lógica posicional que llamaremos *sinalgámica* (de *synállagma*, ponerse en relación con otro), según la cual “lo que me imagino que las señales indican respecto del otro me llevan a figurarme un sentido que encuentro/atribuyo a lo que ocurre, y en relación con el cual tomo posición”.

### **Notas finales sobre ciudadanía y régimen de lo político**

Estamos, a no dudarlo, ante una fuerte paradoja: lo político puesto en el espacio público massmediático, y ahora cibernético, trastoca los términos mismos de la república, en plena vigencia de la mitología democrática. El debate racional argumentativo y, por su intermedio, la búsqueda de la verdad para el bien común, parece estar agonizando si es que no ha muerto ya. Pero no por obra de las tecnologías de comunicación, la TV, y sus 5' por bloque. Hemos argumentado al respecto. Las relaciones sociales parecen abandonar la ilusión de una fuerza u orden exterior y superior que regule y arbitre sus propias violencias. La exhibición, todas las formas del show, la seducción y las pugnas tácticas posicionales, parecen la consigna de la feria contemporánea. El problema adicional es que, junto

a la supresión de la creencia en un orden objetivo, queda suprimida la posibilidad de la igualdad racional y abstracta de los ciudadanos.

Esta igualdad se ha trasladado a la de la representatividad estadística de los sondeos-ratings. Semejante traslado constituye uno de los más relevantes motivos de alerta acerca de las mutaciones en curso en el régimen de lo político y sus relaciones con la ciudadanía que le da sustento. El relativamente novedoso instituto del sondeo puede inteligirse como el *suplemento* necesario del espacio público televisivo/cibernético. El sondeo no está destinado a captar –ni podría hacerlo– razones o argumentos, posiciones fundadas o principios. Más allá de cuestiones técnico-metodológicas, porque las razones y los argumentos son elaboraciones colectivas que sólo maceran en juegos de interacciones recíprocas múltiples. El sondeo, en cambio, está destinado a captar, y sí puede hacerlo, aquello que la escena contemporánea parece haber resuelto privilegiar y que el espacio público televisivo articula: posicionamientos individuales tácticos, “impresiones” de base humoral/emocional, (“actitudinales”, la sociología dixit), definiciones sinalagmáticas (“me gusta mucho, poquito, nada”) sostenidas desde el orden de lo imaginario y sin pretensión alguna de constatación. El instituto del sondeo es el recurso que habilita al propio régimen de lo político a definirse como cada vez “más democrático”, mientras entierra la *res publica*. Debería tal vez convocar a mayores reflexiones académicas que la “encuestología” haya robado para sí, y sin protestas, la noción de ‘opinión pública’, que en rigor requiere no sólo hacerse visible sino también *construirse* colectivamente en el espacio de los debates abiertos.<sup>35</sup>

El pasaje de una “democracia” de la argumentación a una del deseo<sup>36</sup> supone modalidades muy distintas respecto de la manera en que ha de

<sup>35</sup> En cierta ocasión, en 1996, el presidente argentino Carlos Menem, con su siempre brutal capacidad simplificadora, señaló que no había que confundir “la opinión pública con la opinión publicada”. La advertencia era pertinente y de la mayor importancia. Sólo que invertía los términos: él buscaba aludir con “opinión publicada” al manejo informativo de una prensa crecientemente opositora y con “opinión pública” a la que ponían de relieve los sondeos muestrales. En lo sustantivo, era y sigue siendo al revés: las respuestas que un encuestado ofrece al oído del encuestador en la puerta de su casa, ante las alternativas que éste le plantea, sigue siendo lo más lejano al concepto de *opinión pública*, aunque la suma de las respuestas como la suya aparezcan en los periódicos.

<sup>36</sup> “Democracia aclamativa” es la expresión que utiliza Jean-Marc Ferry en su excelente artículo “Las transformaciones de la publicidad política”. Véase Ferry, Wolton, *et al.*, *El nuevo espacio público*, Gedisa, 1992.

ocurrir, en la medida que fuere, esa *kratía* del *demos*. La argumentación, insiste en señalar Perelman en su ya clásico *Tratado*, supone medios de prueba (más allá de su éxito) y una comunidad efectiva de personas. Por su parte, la tradición psicoanalítica enseña que el deseo, más allá de su intensidad, se desplaza de objeto en objeto buscando reestablecer a través de la fantasía las condiciones para la satisfacción primaria de una demanda, de la que todo se ignora. No intentamos, claro está, dar por bueno ningún horizonte de transposiciones mecánicas de conceptos elaborados en su origen para otros contextos. Pero no está demás advertir que, en todo caso, el pasaje señalado del predominio de uno a otro recurso para la movilización de la voluntad del otro –pasaje que gobierna asimismo los cambios producidos en la llamada publicidad comercial entre el siglo XIX y el XX– afecta fuertemente lo que cabe plenamente llamar *condiciones para la autonomía* de los ciudadanos. La advertencia importa cuando se hacen frecuentes las reflexiones que, en un movimiento inverso al del rescate de la autonomía ciudadana, apuntan a reivindicar el consumo como dispositivos para la construcción legítima de identidades sociales y culturales. Si se permite, Lacan diría que ésas son las identidades que nos construye el Otro (monopólico, en este caso). Más: tal y como se ha dicho desde Schumpeter en adelante, la democracia contemporánea va convirtiéndose en un sistema de *ofertas*. Agregamos nosotros: oferta para la satisfacción imaginaria de demandas primarias sobre las que todo se ignora. Es conveniente pensar de qué modo semejante cambio impacta en lo que entendemos habitualmente por ‘delegación’ y por ‘representación’, en términos del sistema político. De hecho, elegimos a nuestros representantes de acuerdo a los indicios que nos han permitido advertir de ellos: los habremos visto acariciando cabecitas infantiles, o siendo enérgicos, mostrando rapidez de respuestas o una dentadura brillante y recién hecha. Con seguridad, una buena campaña ofrecerá indicios para todos los gustos, para todas las posibilidades de identificación imaginaria. Cuando asumimos algunos de estos indicios como decisivos para ‘formar nuestra opinión’, en realidad respondemos imaginariamente a una interpelación que contribuye a construir así nuestra propia identidad civil.

Ese pasaje de un sistema de construcción de la representación a un sistema de presentación de ofertas implica el paso de un sistema de fiducias que se pretenden racionales a otro donde lo que cuenta es, por decirlo

brutalmente, la captura del deseo. A la vez, el paso de una esfera pública corporalmente accesible a una donde las relaciones predominantes son ‘virtuales’ y por ende, abiertas a los sentidos imaginarios, ha vuelto a colocar a los centros neurálgicos de ejercicio del poder político a tanta distancia y en un lugar de tanta exterioridad respecto de la vida común, como las que pudieran haber tenido un campesino o un artesano empobrecido respecto de Versalles. Los umbrales de posibilidad de la *intervención* ciudadana en los asuntos públicos sufre una brutal disminución, al menos desde el propio registro lo que ahora se llama “la gente”. No sólo por el propio carácter virtual de lo ‘virtual’. No sólo por la ajenidad con los institutos del poder político. En rigor, si el debate argumentativo opera dando sistematicidad y vías de resolución reglada a un horizonte de confrontaciones en torno a lo común que, sin embargo, no desaparece, la lógica de las ofertas “político-comerciales” sistematiza las demandas de base individual ofreciendo *vías de desplazamiento permanente* de objetos y lugares donde depositarlas. El argumento confronta. La demanda (satisfecha o insatisfecha) se “resuelve” en la demanda siguiente.

Entre 1684 y 1687, el filósofo Pierre Bayle editó desde Amsterdam, para escapar a la censura francesa, un periódico que haría historia, llamado *Nouvelles de la République des Lettres*. Tal vez pueda decirse que arranca allí una muy particular parábola de la Ilustración, orientada a la intervención de la razón en los destinos comunes. No expresaba las vertientes más ‘democratizantes’ del Iluminismo. Otros intelectuales, contemporáneos y posteriores (Voltaire entre ellos) criticaron su carácter aristocrático. Sin embargo, desde aquellas ediciones, decir ‘república de las letras’ fue decir unos ideales que, tras Voltaire y Diderot, atravesaron la Revolución Francesa y llegaron hasta las manos de Jefferson, Madison, y de una pléyade de ilustrados próceres latinoamericanos. Aristocrática o democrática, la noción y el horizonte de la publicidad (Öffentlichkeit) propia de la república de las letras, fue la clave de bóveda para someter a la autoridad política al examen de los iguales y constreñirla a su voluntad. Hoy, en la feria pública contemporánea, algunas cosas han cambiado. ¿Podríamos vanaglorianos de cómo –según la mayoría de los teóricos políticos contemporáneos– su espíritu democrático se derrama por todo el planeta, y la democracia misma se dice más fuerte que nunca, aunque

letras y república zozobren? No estamos seguros. Ni lo estaremos cuando, dentro de muy poco, seremos prácticamente “todos” quienes podremos elevar a la autoridad política unos cuantos emoticones para contribuir a sus tomas de decisión. Aun si, por ello, participemos además en el sorteo de un horno de microondas.

Frente a la hiperprofesionalización de ciertas actividades de la política, vuelta una delicada ingeniería de expertos, frente a la dilución de los grandes sistemas de participación indirecta en las decisiones –vida partidaria y sistema representativo– frente a la vinculación de corte imaginario con la esfera de lo público, la politicidad propia de la vida social se disemina en los ámbitos reducidos de lo cotidiano e inmediato: las asambleas de propietarios de condominios urbanos, las asociaciones cooperadoras de las escuelas del barrio, los clubs de fans de Ricky Martin. Pero estos microespacios públicos están lejos de ser el lugar donde puedan dirimirse nuestros destinos. El artículo 22 de la Constitución Argentina –inspirada en la Constitución de Estados Unidos– contiene una frase cuya significación condensa por entero a la República. Es el famoso “el pueblo no delibera ni gobierna sino por medio de sus representantes”. En los años que corren, en el marco de las transformaciones operadas, uno podría sentirse tentado a decir: “El pueblo no delibera ni gobierna sino por medio de sus fantasías, generadas en el espacio público (televisivo /cibernético) y recogidas muestralmente en sondeos de lo que insiste en llamarse opinión”.