

El espacio público como fenómeno mediático

El llamado espacio público —la plaza, el mercado, los forum políticos, los grupos literarios o culturales— han sido siempre un punto de referencia, es decir, un sitio *a partir del cual* las personas actuaban en su mundo privado, aún cuando fuese por entero rechazo. La separación entre dominio público y privado nunca ha sido autónoma, siempre ha habido en sentido histórico un ligame, un complemento entre ambos dominios. Los estudios sobre el mundo antiguo así lo confirman (véase por ejemplo M. Foucault, *Histoire de la sexualité. Le souci de soi* [1984]) como también aquellos estudios sobre períodos más recientes (véase por ejemplo R. Sennett, *The Fall of Public Man* [1978]). El espacio público ha sido entonces, por su propia constitución, un elemento determinante del principio de realidad de la persona. Precisamente, la relevancia que siempre se ha otorgado —entre intelectuales y políticos— al espacio público reside en la injerencia que en el dominio privado de la persona el mismo poseía.

El desarrollo de los medios de comunicación de masas a partir del siglo XIX ha radicalmente modificado la forma y características del espacio público en Occidente. La plaza, el mercado y cualquier otra manifestación clásica de espacio público ha sido *filtrada* por los medios de comunicación como condición de supervivencia. En realidad, el espacio público como tal ya no existe: ya no hay una transmisión del individuo hacia su dominio privado porque los medios mismos —principalmente la televisión— se han ya apropiado de aquello que se

conocía como dominio privado de los individuos —casa, sentimientos, transacciones financieras y corporales, etc. Es la formación misma de los sujetos aquello que también se ha modificado: los sujetos ya no son puestos a prueba, ya no se requiere de ellos una transformación lingüística, afectiva, conceptual sino que son adocenados, preparados constantemente para representar un papel, un rol, para realizar una *performance* pre-determinada. No existe ya forma de conocimiento por *acumulación* o por transformación del sujeto. Por ello la distinción entre lo público y lo privado ha desaparecido: porque su eficacia social es inexistente.

La construcción de la subjetividad se modificó radicalmente del momento que los medios de comunicación de masas —radio, TV, cinema— se introdujeron en el espacio privado de la persona —casa, educación, lenguaje. Y es en este sentido que el espacio público ya no existe o, cuanto menos, no en la forma con que el concepto fue concebido en su origen Europeo. Más aún, las nociones actuales de “casa”, “educación” y “lenguaje” se hallan definidas por su relación con los medios de comunicación de masas, los cuales, como es evidente, no sólo son ya “medios de comunicación” sino asimismo medios tecnológicos de transformación de la percepción y el pensamiento. La reversión de la situación ha sido total.

La noción tradicional de espacio público, al menos desde el siglo XVII, era en Europa asociada a la vida pública en términos de política, de gobierno y de instituciones Estatales o para-Estatales. De manera tal que el estudio del espacio público constituía el estudio de las instituciones o personajes que se asociaban a dicha actividad Estatal o para-Estatal. Aquello que en la actualidad ha cambiado es que el Estado ya no es el centro de la vida pública y el mismo ha sido reemplazado por una constelación de instituciones (y personajes) que en términos mercantiles

indicamos como “mercado” o “cultura”. Y es en este sentido que las perspectivas tradicionales de los analistas, aún cuando interesantes y sofisticadas, resultan inoperantes. Trabajos y teorías como las de Alan Badiou, por mencionar el ejemplo de un trabajo serio e interesante, son útiles para entender la situación institucional de la filosofía como disciplina académica en la Europa de fines de siglo XX, pero es escasa su utilidad para explicar el espacio público, aún cuando considerásemos al mismo en la manera tradicional. La idea que la historia de la filosofía o de las ideas políticas en Europa puede otorgar la base para la comprensión de la vida pública contemporánea es estéril y frustrante. La vulgaridad, anti-intelectualismo, desidia y avaricia de los gobernantes y *managers* de instituciones tanto financieras como culturales no son mejor entendidas o explicadas por interpretaciones de textos escritos de Hegel o Marx. Por el contrario, los mecanismos que caracterizan la vida pública conducen la noción de acción y de injerencia en torno al presente a otra dimensión donde la formación educativa tradicional no tiene cavida alguna.

El espacio público en la actualidad es sinónimo de exposición en los medios de comunicación. Desde políticos y actores hasta simple y anónimos espectadores, lo público es definido por una exposición, mejor dicho, por una exhibición de uno mismo frente a las cámaras, micrófonos y grabadoras de todo tipo. Y este “uno mismo” es además una presentación de intimidades, es decir, una exposición de aspectos de la vida cotidiana e íntima del individuo. Y, justamente por ello, es que la noción de privacidad e intimidad han evolucionado de manera radical. La exposición constante a cámaras es el ambiente natural de las grandes ciudades. Aquello que difiere entre los individuos es si esta exposición es anónima o difundida.

El crecimiento y desarrollo de los individuos en un medio o *ambiente* dominado por la exposición visual tiene consecuencias irreversibles en la percepción, en el conocimiento, en el significado de lo real. En este sentido, todo transeúnte es un *performer* y, aún cuando analfabeto, posee una gran sofisticación visual. Bajo estas condiciones no sorprende que hayan analistas que asocien precisamente la dominación creciente de la visualidad con una decadencia del alfabetismo o la literacidad en términos clásicos. Algunos incluso afirman que, cuanto más expuesto a lo público un individuo se halla, más analfabeto en sentido literal el mismo se vuelve.

La primera gran consecuencia que la conciencia de esta *naturalidad* de la exposición visual genera es que la vida cotidiana se experimenta con un sentido de *dejà vu* insoslayable. Los individuos o viven un presente plenamente visivo —que les *desrealiza* en todo sentido— o se abocan hacia la construcción de un *horizonte de espera* bajo el cual desarrollan todo pensamiento y percepción. Bajo estas condiciones el sentido de presente ha prácticamente desaparecido, se ha evaporado o, en el mejor de los casos, es parte de una expectativa. El filósofo italiano Paolo Virno (1952-) ha captado esta situación y concibe al tiempo presente como un *recuerdo* y toda noción de “mundo” o, mejor dicho, de *mundaneidad* en sentido heideggeriano como un proceso de elaboración, como una negociación entre la percepción individual y lo público en el sentido antes indicado. Aquello que Virno no discute pero que, no obstante un vago marxismo que recorre sus interpretaciones, parece sugerido una y otra vez en sus trabajos, es el hecho que la sensibilidad individual, la percepción, es una construcción llevada adelante en gran medida por el creciente impacto que lo público —en tanto dominio mediático— tiene en los individuos. Y no se trata ya sólo de tiempo de exposición a los medios de comunicación, como ciertos

analistas clásicos planteaban en los años setenta. La cuestión central aquí es cómo una noción de espacio público ha permeado todas las esferas del individuo y la manera en que el individuo se entiende a sí mismo, se proyecta hacia el porvenir y se sitúa en el contexto del presente. No quedan ya nociones, conceptos o valores que no se hallen afectados por esta situación. Si hace 20 años la exposición pública de lo íntimo era una manera de validar el estatus verídico de los dichos individuales, en la actualidad hemos avanzado por esa dirección y lo verídico ya no es aplicable a valores del presente sino a las expectativas que proyectamos hacia el porvenir. Las confesiones íntimas de hoy importan menos por su valor actual que por las derivaciones naturalistas y positivistas que se les atribuyen en el porvenir.

Aquello que se entiende como dominio público entonces es una construcción que tiene menos que ver con forma alguna de presente que con el hecho que se sitúa como un espacio posible proyectado hacia el pasado —aquello que pudo ser o no— o hacia el porvenir —aquello que puede suceder. El dominio público determina así nuestro presente —el suceder inmediato— no por una injerencia directa sobre lo que sucede sino, por el contrario, por aquello que es o fue de manera potencial, hipotética. Y esta condicionalidad constante del suceder inmediato —el presente— aquello que precisamente lo expande, lo estira, lo prolonga, al punto que no pocos autores sostienen que vivimos en una especie de presente continuo —en cuyo contexto la idea de un dominio público se halla doblemente reforzada puesto que existe una asociación histórica entre presente y espacio público debida a la creencia tradicional que la *participación* en un dominio público tiene un impacto inmediato sobre la vida individual y colectiva.

Por último, es espacio público entendido como fenómeno mediático comporta un aspecto de multiplicación y variedad que podríamos definir como de *colonialismo contemporáneo*. La naturaleza comercial, tecnológica y financiera que establece los desarrollos en los *media* genera una multiplicación jerárquica de lugares y valores, de manera tal que hay en ellos centros privilegiados y valores primigenios que predominan. El dominio público sigue estos desarrollos y expande no pocos de sus caracteres.