

LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO: RELACIONES SOCIALES Y TELEVISIÓN

Saúl Gutiérrez Lozano

Resumen

En este artículo se discute que la esfera pública es un espacio constituido por la interacción social, las prácticas discursivas y el medio (o medios) de comunicación. Se propone también que, en contraste con la polis griega donde la vida pública está en el ágora y en logoi, y con la esfera pública del moderno Estado-nación que es un “espacio social” autónomo y diferenciado tanto del espacio privado, el cual ahora consiste en la esfera de lo íntimo, hoy día el espacio público se encuentra fragmentado en espacios comunicativamente estructurados. Por último, se adelanta la tesis de que la televisión crea una esfera pública que subvierte las tradicionales dicotomías público/privado, masculino/femenino.

Palabras clave: *Público/privado, masculino/femenino, comunicación, relación social, medio de comunicación.*

Abstract

This article discusses the fact that the public sphere is a space constituted by social interaction, discursive practices and communication media. It also proposes, contrasting the Greek polis where public life is placed in the agora and the logoi, and the public sphere of the modern Nation-State that constitutes an autonomous “social space” distinct from private space, which now constitutes the intimate sphere, nowadays public space is found fragmented in communicative structured spaces. At last, it gets on with the thesis that television creates a public sphere that subverts the traditional dichotomies Private/public, male/female.

Key words: *Public/private, male/female, communication, social relation, communication media.*

Lo público y lo privado en la polis griega

La noción de espacio público en la polis griega obtuvo todo su significado y forma en oposición al trabajo económico y el quehacer doméstico, ambas actividades consideradas como constitutivas del espacio privado. La esfera pública griega fue ante todo un lugar, la plaza pública, por donde se movían libremente los ciudadanos, discutiendo la situación y los problemas de la polis. El logos, en su doble acepción: palabra y pensamiento, trazó un espacio dentro de otro espacio geográfico, uno coincidente con el otro: el logos y la plaza pública, el mismo lugar que contenía a todos los participantes involucrados en un diálogo continuo.

El espacio público que es el del diálogo y el del logos era también político. En la plaza pública no sólo se construía con palabras la realidad de los ciudadanos griegos sino también se dirimían las diferencias mediante el diálogo. “Ser político, vivir en la polis, significó que todo fuera decidido mediante las palabras y la persuasión y no mediante la fuerza y la violencia”.¹ La plaza pública griega es la sede de la comunicación, de la realidad política y de la libertad.

Mientras tanto, el espacio privado en la antigua Grecia tenía que ver básicamente con el *oikos*, es decir, con un conjunto de relaciones sociales orientadas principalmente al cumplimiento y la satisfacción de las necesidades básicas. Allí, en el hogar, hombres y mujeres estaban sujetos a la tiranía del hambre, la sed, el frío y la reproducción.

Si bien se diferencian una de la otra, la esfera pública y la privada se vinculan entre sí. La plaza pública con sus ciudadanos vagando por aquí y por allá, discutiendo de esto o de aquello, dirimiendo diferencias y llegando a acuerdos que llevarán a otros desacuerdos, se sostiene gracias a las actividades emprendidas en la esfera privada: atender los asuntos corrientes y mundanos asociados a la existencia. Hannah Arendt lo describe del siguiente modo:

El rasgo distintivo del ámbito del hogar fue que en él los hombres vivían juntos porque fueron impulsados a satisfacer sus deseos y necesidades. La comunidad natural del hogar nació por tanto de la necesidad, y las necesidades gobernaban todas las actividades

¹ Arendt, Hanna, *The Human Condition*, Doubleday Publisher, New York, 1959, p. 26.

ejecutadas en el hogar... El campo de la polis, por el contrario, fue el de la esfera de la libertad, y si hubo una relación entre estas dos esferas, fue un asunto, por supuesto, de que la satisfacción de las necesidades de la vida en el ámbito doméstico fue la condición para la libertad de la polis.²

Lo público y privado en el Estado-nación

La breve descripción del modo en que se organizó la esfera pública y privada en la polis griega sirve como referente para contrastar el hecho de que, según Jürgen Habermas, en el siglo XVIII y XIX en los emergentes Estado-nación la modernidad significó diferenciación (ámbito político, legal, educativo, económico, de la familia), individuación y creación de una esfera pública autónoma.³ Ésta surge como un “espacio social” autónomo y diferenciado tanto del espacio privado, el cual ahora consiste en la esfera de lo íntimo, como del campo político donde se ejerce el mando o la autoridad. Tal relación entre ambas esferas y la de éstas con el ámbito político refleja el nacimiento de instituciones, relaciones sociales, patrones de conducta que caracterizan al Estado-nación.

En el contexto del capitalismo se consolidó el proyecto de la modernidad. La revolución en el modo de producción aceptada por la introducción de máquinas, la producción en serie y el crecimiento del intercambio de mercancías, puso las bases sobre las cuales la economía se independizó completamente del ámbito doméstico, del *oikos* griego, y ocupará, por tanto, un lugar privilegiado en lo público. En efecto: uno de los significados que adquiere la zona pública es ser el lugar del trabajo.

La zona pública, es por decirlo así, la esfera del trabajo... Gracias a los inventos de la revolución industrial, por primera vez en la historia, el resultado del trabajo es mayor que el esfuerzo puesto en él y es mayor que las meras necesidades de subsistencia; se puede crear riqueza más allá de las urgencias, al menos en términos de la sociedad en su conjunto aunque no de sus

² *Ibid.*, pp. 30-31.

³ Benhabib, Seyla, “Models of Public Sphere: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas”, en: Habermas and the Public Sphere, editor Craig Calhoun, The MIT Press, USA, 1993.

trabajadores individuales, al menos en el corto plazo y no como una utopía.⁴

Una de las consecuencias de mayor resonancia fue que cuando la economía sale del espacio doméstico, la esfera privada se definió en términos de lo natural, lo íntimo y los sentimientos en oposición al espacio social, el cual se comprende en términos tanto de individuos privados y asociados como de autonomía respecto de la autoridad política (del Estado). Así, mientras en el ámbito de lo político (que se expresa principalmente en el Estado y el gobierno) se asumen las funciones administrativas, legales y políticas con el objetivo de mantener funcionando el “estado de cosas”, la esfera pública, entonces, se concibe formada por individuos, los propietarios de las mercancías o los bienes que se reúnen para, entre otras cosas, intervenir en asuntos de la política (e, incluso, opinar sobre temas de orden social y cultural: “Participar en una iniciativa ciudadana para limpiar una bahía contaminada no es menos político que debatir en las revistas culturales la representación peyorativa de ciertos grupos en términos de imágenes estereotipadas”⁵ y afirmar que la calidez en las relaciones, el desahogo sentimental y la actividad sexual tienen su lugar propio en la casa, en el hogar. Junger Habermas escribe lo siguiente:

En la medida en la cual el intercambio de mercancías sale de los márgenes de la economía doméstica, la esfera de la familia conyugal se diferenció de la esfera de la reproducción social. El proceso de polarización del Estado y la sociedad fue repetido una vez más dentro de la sociedad en sí misma. El estatuto del hombre privado combinó el papel del dueño de las mercancías con el de ser la cabeza de familia, ese del ser el dueño de la propiedad con el del ser humano *per se*. El desdoblamiento de la esfera privada sobre el plano más elevado de la esfera íntima proveyó el fundamento y la identificación de esos dos papeles bajo el título común de lo privado; en última instancia, la auto comprensión política de lo público de la burguesía se originó allí también.⁶

⁴ Fernández, Pablo, *La psicología colectiva un fin de siglo más tarde*, Anthropol-Colegio de Michoacán, Colombia, 1994, p. 23.

⁵ Benhabib, Seyla, *op. cit.*, p. 86.

⁶ Habermas, J., *The structural Transformation of the Public sphere: an Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, MIT Press, USA, 1991, p. 27.

Junto con el acelerado crecimiento de intercambio de mercancías, de la diferenciación estructural del espacio público, privado y político, el desarrollo de los elementos impresos fue notable. Para Habermas, la concepción burguesa del espacio público no se puede entender sin tomar en cuenta el desarrollo de los medios de comunicación: primordialmente los periódicos y los libros. Con el uso de estos medios los individuos privados confluyeron para organizar el espacio público. Según este recuento, la esfera pública fue en un sentido específico literaria en la medida que “individuos escolarmente educados” tuvieron la disposición no sólo de conversar entre ellos mismos sino de leer libros y periódicos, así como de escribir cartas dirigidas a los directores de los diarios. De esta manera los individuos burgueses llegaron a expresar abiertamente su opinión racional y a convertirse, por tanto, en público. En los cafés, que llegaron a convertirse en casas públicas, los hombres:

Conversan de todo, pero sobre todo, de la ciudad, *polis*, es decir, de política, al menos en lo que podría ser el tipo representativo del café, el café político... Asimismo, no eran lugares de recuentos de anécdotas, ni de narración de sucesos, asuntos que no aceptan interlocución sino sólo escucha, sino más bien eran lugares de problematización de cuestiones, sin respuesta sabida por anticipado, con el objeto de que todos los circunstantes pudieran opinar... Por cierto, la problematización de cuestiones consistía en la lectura pública del periódico del día, conversación leída, para discutir su contenido, conversación hablada, y sin para ahí, se respondía por escrito al periódico, conversación escrita: la conversación hablada y escrita tienen en ese momento una continuidad sin solución.⁷

Los medios impresos fueron el vehículo por medio del cual los individuos “privados” expresaron racionalmente su opinión (para confrontar y supervisar, de acuerdo con Habermas, las acciones llevadas a cabo por la autoridad política) y llegaron a constituirse como público.

La esfera pública burguesa podría concebirse después de todo como la esfera de individuos privados que llegan a confluir como un público; con rapidez ellos adujeron que la esfera pública estaba

⁷ Fernández, Pablo, *op. cit.*, p. 372.

regulada por encima y en contra de las autoridades públicas mismas, para esos individuos iniciar así un debate sobre las reglas generales que gobiernan las relaciones en la prácticamente privatizada pero públicamente importante esfera del intercambio de mercancías y trabajo social. El medio de esta confrontación política fue peculiar y sin precedente histórico: el uso público que hizo la gente de su razón.⁸

Mientras Hanna Arendt enfatizó el *logos* como la herramienta usada por los ciudadanos griegos para crear el espacio público (la plaza pública) y disputar sobre la organización de la ciudad, Habermas destaca, ante todo, la creación de “un público lector que críticamente debatió sobre temas de cultura”⁹ y escudriñó al poder político, y al hacerlo así, Habermas propuso un modelo discursivo de espacio público. En efecto, Habermas subrayó el hecho de que tales herramientas de la comunicación colocaron a los individuos en la inmejorable posición para expresar abiertamente su experiencia y, un punto crucial, reconoció que los periódicos y los libros unieron a muchas personas “comunicativamente”, esto es, que leer y escribir fueron las actividades que tejieron una red de personas que, a su vez, formaron un “público” cuyo punto de convergencia fue el “medio”.¹⁰

Es importante advertir que en el modelo discursivo propuesto por Habermas, por un lado, la zona pública queda anclada en la relación entre el mercado, el Estado y la zona civil (el público)¹¹ y, por el otro, en ella los medios impresos únicamente proveen la

⁸ Habermas, J., *op. cit.*, p. 27.

⁹ Keane, John, “The Structural Transformations of the Public Spaces”, *The Communication Review*, vol. 1., núm. 1, 1995, p. 2.

¹⁰ Pablo Fernández enfatiza la estrecha relación entre el “público”, los periódicos y la esfera pública. “De hecho los periódicos se publicaban para ser leídos en los cafés según se colige del hecho de que el tiraje del *Tatler* inglés fuera de cuatro mil ejemplares, uno para cada café más sobrantes para reposición, aunque esto en realidad no era ningún éxito periodístico porque, después de todo, era allí donde se escribían, en la forma de cartas a la redacción, de donde surge la tradición de los artículos de opinión y los editoriales de los periódicos: son los cafés discutiendo entre sí por medio de los periódicos. En el café Button, en Londres, había un león de bronce con las fauces abiertas que servía de buzón para enviar las cartas a la prensa, de donde más tarde surge la revista de título *El Rugido del León*. El todavía existente e influyente *The Guardian*, se funda en el correo.” Ver Fernández, Pablo, *op. cit.*, pp. 372-373.

¹¹ Keane, John, *op. cit.*

situación idónea para que los individuos tengan a la mano un “canal” para transmitir sus ideas sobre tópicos sociales, así como para mantener una vigilancia continua sobre el poder político. Para ponerlo en otras palabras: en el caso del modelo habermasiano el espacio público se presenta como una esfera pública mediada por los periódicos y los libros y unificada en los confines de una zona civil. Quiero argumentar, por el contrario, que el tipo de patrones de relación entre los individuos, las “formas” de pensamiento y la concepción del lugar que ocupan esos individuos en la esfera pública estarían todos estos aspectos configurados por la clase de medios de expresión en uso. Si fuese así, entonces, los medios de comunicación (cualesquiera que sean éstos) juegan una parte crucial en la formación del espacio público.¹² Además, en el contexto actual de un amplio desarrollo de las tecnologías que median la comunicación y los discursos se hace cada vez más difícil sostener la noción de un espacio público integrado, ubicado entre los límites del Estado, del mercado y de una zona civil. Si se ha de entender la zona pública comunicativamente (modelo discursivo) entonces nos encontramos ante la emergencia de un “mosaico” de espacios discursivamente formados y relacionados entre sí. John Keane lo describe del siguiente modo:

Vivimos tiempos en los cuales los referentes espaciales de la comunicación se encuentran en un estado de profunda desestabilización. El viejo dominio de una vida pública, unida a el Estado, limitada territorialmente y mediada por la radio, la

¹² Benedict Anderson estuvo aún más interesado en la parte que los medios impresos tuvieron en la constitución de la nación como “una comunidad imaginada”. Él subrayó el hecho de cómo el compartir un lenguaje permite a un grupo de personas acceder a los libros y los periódicos. En el ejercicio de la lectura de los medios impresos los lectores fueron incentivados para encarar nuevas formas de conceptualizar el tiempo y el espacio, establecer nuevos patrones de relaciones y a involucrarse en un proceso de creación de identidad. Como Benedict Anderson expresó: “...no es sorprendente, entonces, que la búsqueda fue, por decirlo así, para establecer, en conjunto, un nuevo modo de fraternidad, poder y tiempo. Quizás nada precipitó más esta búsqueda, ni la hizo más fructífera, que la prensa en el capitalismo, la cual hizo posible un rápido crecimiento de las personas del pueblo que pensarán en sí mismas, que se relacionaran ellas mismas con otros, en formas novedosas y significativas”. Benedict Anderson (1991) *The Imagined Community*, New York, Verso, p. 36. Desde esta perspectiva, los medios impresos no son únicamente un “canal” para expresar ideas sino también un “medio” que contribuyó a la creación de la idea o concepción de nación.

televisión, los periódicos y los libros está llegando a su fin. Su hegemonía se deteriora rápidamente debido al desarrollo de espacios interrelacionados de comunicación que no están ligados inmediatamente al territorio, los cuales por esta razón modifican irreversiblemente y fragmentan cualquier parecido previo con un único e integrado espacialmente espacio público dentro del contexto del Estado-nación...En su lugar, figuradamente hablando, la vida pública está hoy sujeta a una 're-feudalización', no en el sentido en el cual la obra de Habermas *La transformación estructural de la esfera pública* emplea el término, sino en el sentido del desarrollo de un complejo mosaico de esferas públicas interrelacionadas, superpuestas y de diferente tamaño que nos obliga a revisar nuestro entendimiento de la vida pública y de los términos que la acompañan tales como opinión pública, beneficio público y la distinción público/privado.¹³

Espacios públicos

El espacio público, entonces, puede concebirse como un sitio de comunicación. Con el objetivo de describir la construcción de la identidad de los individuos, Eiko Ikegami conceptúa el espacio público en términos de múltiples esferas establecidas comunicativamente: "Las esferas públicas son sitios de comunicación que emergen en los puntos de conexión entre las redes sociales y cognitivas".¹⁴ Pero en este concepto falta la alusión al "medio" de comunicación. Éste es incluido en la definición propuesta por Keane:

Una esfera pública es un tipo particular de relación espacial entre dos o más personas, regularmente ligadas por cierto medio de comunicación (televisión, radio, satélite, fax, teléfono, etc.), en la cual emergen controversias no violentas –por un breve o extenso período– concernientes a las relaciones de poder que operan dentro del ámbito de la interacción y, o, dentro de un contexto social y político más amplio dentro del cual están ubicados los actores.

¹³ Keane, John, *op. cit.*, p. 8.

¹⁴ Ikegami, Eiko, "A Sociological Theory of Publics: Identity, and Culture as Emergent Properties in Network", *Social Research*, vol. 67, núm. 4, winter, 2000, p. 997.

En este sentido, en lugar de hacer referencia a “el espacio público”, se desarrollará la idea de “múltiples espacios de comunicación”. La zona pública descrita por Habermas (el ejercicio del pensamiento racional por parte de los hombres mediante el uso de libros y periódicos), es una entre tantas otras. Entender de esta manera la realidad es aceptar que un espacio público es creado en el momento en que dos personas se reúnen a conversar tanto como cuando grupos de personas se aglutinan a escuchar la radio o a mirar la televisión. Miriam Hansen afirma, por ejemplo, que el cine en sus primeros años en los Estados Unidos ofreció a la gente la oportunidad de constituir un espacio público diferente al creado mediante la práctica de la crítica racional. En el contexto de un rápido proceso de industrialización, urbanización y un crecimiento sustancial del flujo migratorio las películas mudas exhibidas en las salas de cine tuvieron una gran aceptación entre la clase trabajadora. A lado de la película, hubo entonces otro tipo de actividades tales como la ejecución de música en vivo, lectura en voz alta, efectos de sonido todo lo cual permitió la construcción de un “contexto” de recepción e interpretación de las películas. La gente iba a las salas de cine para encontrar a otra gente y platicar sobre diversos tópicos. Aún más, Hansen dice que en aquel tiempo ir al cine fue una experiencia “teatral” más que una experiencia “cinematográfica”. El conjunto de relaciones sociales y prácticas comunicativas llevadas a cabo en las salas de proyección en albores del cine en los Estados Unidos hizo posible la creación de un espacio o zona pública “alternativa” donde la clase trabajadora estuvo presente para organizar e interpretar su vida en el contexto del crecimiento y consolidación de capitalismo estadounidense.

La dimensión social del cine y su papel jugado en la creación de una esfera donde las mujeres tienen una experiencia distinta a la que construyen en el espacio privado es el caso que mejor expresa la importancia social y comunicativa de hacerse presente en las salas de cine. En éstas las mujeres pudieron aproximarse a nuevas “realidades”, pertenecer a un conjunto de redes sociales desconocidas hasta entonces y, consecuentemente, reinterpretar su experiencia alrededor de temas como la sexualidad y el cuerpo.

Más que otra forma de entretenimiento, el cine abrió un espacio –un espacio social tanto como perceptual, un horizonte de experiencia– en la vida de las mujeres, sin importar su condición marital, edad o bagaje social. Como Kathy Peis expresó en su estudio sobre mujeres trabajadoras y tiempo de ocio en el cambio

de siglo en Nueva York, el cine sorprendentemente “modificó la participación de las mujeres en el mundo de lo público, del entretenimiento comercial”. Con el surgimiento de la máquina de discos “la presencia de las mujeres aumentó, siendo el 40 por ciento de la audiencia compuesta por la clase trabajadora”.¹⁵

El contenido de las películas, junto con la red de relaciones creada por la gente que se daba cita en la sala de proyección, dio paso a la emergencia de un “espacio público” distinto a aquella esfera creada por los periódicos y los libros. Así, el “ambiente” creado por los medios deja su huella en la configuración de cada uno de los espacios públicos donde las personas interactúan entre sí, construyen su identidad y el mundo que habitan.

Televisión y espacio público

Hasta ahora, una de las ideas que ha sido presentada es que la tecnología de la comunicación es un elemento determinante en la constitución no sólo del espacio público, de las identidades de las personas y sino también de la aparición de diversas zonas públicas. Para el caso de la televisión, este medio provee un “ambiente” específico dentro del cual se estructura la esfera pública y se construyen los actores.

En primer lugar, la televisión pone en contacto al auditorio con los más diversos tópicos de la vida social. En efecto, un primer rasgo que caracteriza a la televisión es la de penetrar en y llevar a grandes segmentos de la población los más variados, e incluso, contradictorios temas. Semejante flujo de información termina constituyendo un “ambiente televisivo” que es un suelo fértil sobre el cual se erige una red de televidentes. Para decirlo con otras palabras: la televisión, en algún sentido, constituye un espacio de interacción y prácticas comunicativas, es decir, un foro compartido donde se confirma la realidad de los sucesos.

Una gran parte de la significancia social de la televisión, por tanto, podría consistir menos en lo que se proyecta en la televisión que en la existencia de la televisión como espacio compartido... El foro compartido de la televisión es un espacio para la declaración

¹⁵ Hansen, Miriam, *Babel & Babylon, Spectatorship in America Silent Film*, Harvard University Press, USA, 1991, p. 117.

y la confirmación de la “realidad” de los acontecimientos. Protestas, escándalos, desastres que no han sido reportados en la radio o en la televisión parecen no haber “sucedido”.¹⁶

La televisión produce un espacio compartido que en principio tiene un carácter incluyente. A él se incorporan largos segmentos de la población de todas las edades, hombres y mujeres de distintas clases sociales, etcétera. No sería rara una escena en la cual la familia esté reunida alrededor de la televisión mirando un programa que desarrolla un tópico particular. Potencialmente la televisión crea las condiciones para conjuntar un público diverso y, por esta razón, facilita que los televidentes compartan la información (a diferencia de la medios impresos organizados en segmentos segregados: por ejemplo en libros para niños, de texto escolar, especializados en alguna materia, etcétera) sin importar las diferencias existentes entre los miembros de la teleaudiencia.

Una de las más controvertidas afirmaciones de académicos e intelectuales a propósito de la televisión es que ésta se utiliza para manipular a la audiencia. Se afirma que los programas de televisión contribuyen de diferentes maneras a la formación de personas pasivas quienes, por lo tanto, son consideradas víctimas de los medios electrónicos, en este caso de la televisión.

Esta imagen de víctima de las audiencias quizás subyace a la mayoría del análisis de nuestros días. En una forma o en otra, se afirma, somos las víctimas de un bombardeo de comunicación – extensamente asociado a los medios masivos. Y esta comunicación construye un mundo acerca de nosotros... Intenta apropiarse de nosotros, para transformar nuestros pensamientos y deseos y, en última instancia, nuestros hábitos, nuestras preferencias políticas...¹⁷

La analogía que acompaña a esta clase de análisis es la que presenta a los televidentes como meros recipientes dentro de los cuales se vierte la información. Esta perspectiva no se lleva bien con el tipo de análisis desarrollado en este artículo. Como ya se mencionó, la televisión no sólo produce mensajes que se diseminan

¹⁶Meyrowitz, Joshua, *No sense of Place: the Impact of Electric Media on social Behavior*, Oxford University Press, USA, 1986, p. 90.

¹⁷Gergen, Kenneth, *An invitation to Social Construction*, SAGE-Publications, Great Britain, 2001, p. 197.

entre la población sino también genera su “propio espacio compartido” que, por supuesto, incluye a quienes codifican la información y a los televidentes. Y en lugar de suponer que estos últimos pasivamente reciben el mensaje aquí se propone que entre emisor y la audiencia se crea una “situación” en la cual se interpreta el significado del mensaje.

Así cada mensaje presentado en los programas de televisión es activamente recibido por la audiencia. Y la interpretación elaborada podría reflejar un completo acuerdo, desilusión, rechazo, indiferencia hacia el mensaje. La cosa más importante, que es indispensable mantener presente, es que ver televisión implica un complejo proceso de interpretación y la figura de televidente(s) activo(s).¹⁸ Como Daniel Dayan y Elihu Katz expresan cuando discuten sobre acontecimientos presentados por los medios:

Así, el hogar podría convertirse en un espacio público debido a los acontecimientos presentados por los medios, un lugar donde los amigos y la familia confluyen para compartir tanto el ritual y la deliberación que se producen. Se necesita hacer investigación de campo sobre las actividades de estos recintos de la política. Irónicamente, investigadores de la teoría crítica –recientemente advierten al movimiento feminista– ahora ven en las comedias y otros programas familiares un importante “sitio de disputa de género” y su posición despectiva de la política en el hogar está bajo revisión.¹⁹

En esta lógica, es importante describir con detalle cómo aparece

¹⁸Semejante contexto de recepción en algún grado determina la manera en la cual el contenido de los mensajes es interpretado. Según esta perspectiva, el análisis debe centrarse en la “arquitectura” relacional erigida entre los televidentes (y si fuera el caso en entre éstos y los personajes de televisión), es decir, en las discusiones e interpretaciones emprendidas por las audiencias. “En un trabajo reciente, Mary Ellen Brown exploró las respuestas de las mujeres a las telenovelas. Éstas, de nueva cuenta, parecen retratar a las mujeres según el canon tradicional de género y, por esta razón, refuerzan el *status quo*. Así, tal como Brown reflexiona, la resistencia a los medios depende centralmente de la comunicación, o específicamente, de la relaciones en la cuales las participantes pueden apartarse de la realidad recibida y reflexionar sobre ésta. Las telenovelas producen temas que dan paso a acaloradas discusiones entre las mujeres, discusiones que facilitan a las televidentes escaparse de un estado de credulidad y mirar entonces las telenovelas desde perspectivas diferentes”. *Ibid*, p. 199.

¹⁹Dayan, Daniel & Elihu Katz, *Live Events: The Live Broadcasting of History*, Cambridge University Press, USA, 1992, pp. 19-20.

el escenario relacional donde los televidentes no sólo están conectados entre sí gracias al medio de transmisión sino también con los personajes que desfilan en los diferentes programas de televisión. Mientras en el primer caso se crea un enorme espacio “virtual” cuyo nodo de confluencia (al cual está conectada la audiencia) es la televisión, en el segundo la red de relaciones se forma entre los televidentes y los “otros”, protagonistas de las historias televisadas. De estos dos aspectos de la esfera pública creada por la televisión quiero llamar la atención de lo que Joshua Meyrowitz²⁰ llama *para-relaciones*.

Meyrowitz menciona que la televisión atenúa la extrañeza y el alejamiento de los “otros”. Los televidentes se encuentran en la posición de relacionarse con todos aquellos personajes de la televisión, y así compartir con éstos su alegría, tristeza, angustia, frustraciones, etcétera. Merowitz emplea el concepto *para-relaciones* sociales para referirse a la liga que se establece entre la audiencia y los personajes que pueblan la televisión. “Tanto en el amor como en el odio, bizarro o normal, la para-relación social es una nueva forma de interacción. Ésta tiene algo de las características tradicionales tanto de encuentros cara a cara como de la comunicación mediante los libros, pero no es ninguna de las dos”.²¹ La *para-relación*, entonces, se refiere a la liga que, por ejemplo, un grupo de adolescentes puede construir con un cantante o un actor con quien no interactúan en un proceso cara a cara. En este ejemplo imaginado no únicamente las y los jóvenes crean un espacio donde ciertos rituales, códigos de habla y hábitos de consumo se tejen alrededor de un personaje de televisión sino que también estas(os) jóvenes se vinculan a “una red de interlocución” en la que participa, obviamente, el cantante o el actor en turno. Y uno de los efectos de de semejante para-relación es que ese “otro” televisado llega a convertirse en alguien familiar para los televidentes aun cuando éstos no estén presentes ni sean conocidos o tengan relación directa con aquél.

La reconfiguración de lo público/privado, de lo masculino/femenino

Fue sin duda Alexis de Tocqueville, uno de los intelectuales prominentes, quien mejor describió el espacio público de los Estados Unidos de Norteamérica del siglo XIX. Tocqueville proveyó una

²⁰ Meyrowitz, Joshua, *op. cit.*

²¹ *Ibid.*, p. 121.

descripción detallada del lugar que hombres y mujeres ocuparon en el espacio público y privado de aquella época.

Ni los americanos han supuesto que una de las consecuencias de los principios democráticos sea el quebranto del poder marital o la confusión de la autoridad natural en las familias. Ellos creen que cada asociación debe tener una cabeza con el objetivo de cumplir con su propósito, y que la cabeza natural de la asociación conyugal es el hombre. Ellos no niegan a éste por tanto el derecho de mandar a su pareja y mantienen que en la pequeña asociación de esposo y esposa, tanto como en la gran comunidad social, el objeto de la democracia es regular y legalizar los poderes que son indispensables, y no subvertir todo poder.²²

En términos generales, la sociedad moderna se organizó alrededor de una red de dualidades. Entre éstas, la división masculino/femenino fue un pilar invaluable de la formación del espacio público tanto como de la sociedad en su conjunto. El “plus” positivo asignado a lo masculino, ocasionó que los hombres fueran fuertemente asociados a lo público, que se les atribuyera la facultad del pensamiento racional y la capacidad para organizar el mundo de la política. George L. Mosse escribe lo siguiente:

Al mismo tiempo, la mujer estuvo un escalón abajo del hombre, ya que en el proceso de procreación la mujer fue un objeto del poder de los hombres. Se creyó una vez más que el hombre representa a toda la humanidad (...) La construcción de la masculinidad produjo un estereotipo que en su “absoluta grandeza” y auto control reflejó el punto de vista que la sociedad gustaba tener de sí misma. Fue relativamente fácil identificarse con tal símbolo transparente cuya apariencia externa representó el universo moral, una normalidad que colocó el parámetro de un aceptable estilo de vida. Pero este ideal de masculinidad, y por tanto la sociedad en su conjunto, precisó de una imagen contra la cual la sociedad en sí misma se pudiera definir. Aquellos que se mantuvieron fuera o fueron marginados por la sociedad suministraron una contra imagen que reflejó, como en un espejo convexo, el reverso de la norma social.²³

²² Tocqueville, Alexis de, *Democracy in America*, vol. I, Books-Alfred A Knopf, Barzoi New York, 1966.

²³ Mosse, George L., *The Image of Man: the Creation of Modern Masculinity*, Oxford University Press, New York, 1996, pp. 39 y 56.

Este ordenamiento de la vida social descrito tanto por Tocqueville como por Mosse ha sido puesto en jaque ya desde hace décadas principalmente por el movimiento feminista. Queda claro ahora que la división público/privado es objeto de disputa política. Lo que ya no es tan evidente es cómo la emergencia de diversas zonas públicas modifica o no el orden configurado mediante una red de dicotomías cuyos elementos, como público/privado, masculino/femenino, se condicionan mutuamente. De acuerdo a la tesis esgrimida aquí, al presentar la idea de zonas públicas se adelanta también la propuesta de que la relación público/privado y masculino/femenino toma un cariz distinto respecto a la descripción presentada por Tocqueville.

En el caso de la televisión, la lógica de la imagen y sonido, en tanto “materia prima” con la cual se codifican los mensajes, tiende a configurar tanto los contenidos como las formas de la información que se adueñan y comparten los televidentes. En este sentido, la atención de la audiencia se centra principalmente en todo aquello relacionado con la imagen²⁴ y los elementos para-lingüísticos del discurso o los argumentos: el tipo y colores de la ropa, gestos faciales, movimientos corporales, fluidez verbal y tono de voz. En otras palabras, la televisión es un poderoso medio para llevar cierto tipo de mensajes que la mayoría de la gente considera básicamente como de carácter privado. Un ejemplo que ilustra el punto es el esfuerzo por construir escenarios de televisión que recuerden algunos lugares de la casa como la sala o la cocina al mismo tiempo que se discuten temas que por tradición fueron catalogados como de índole privada o íntima (es el caso de los famosos *talk shows*). En cierta medida, el objetivo es borrar todas las huellas de mediación al presentar los mensajes, así como crear la “ilusión” de que la gente cuando mira la televisión puede entrar en contacto directo con el escenario real (réplica de algún lugar de la casa). Es la lógica de que el “medio” debe desaparecer para que el espectador quede ante la presencia directa de lo representado.

Joshua Meyrowitz afirma que los mensajes transmitidos por la televisión se codifican básicamente con información expresiva y

²⁴ En otro aspecto Thompson llama la atención que, con la televisión, se presentó el fenómeno del manejo de la imagen en el campo de la política. Ahora los políticos profesionales al ocupar un lugar en el espacio creado por la televisión deben cuidar su presentación o imagen tanto como lo que dicen. Cualquier falla puede costar la carrera del personaje en turno. Véase Thompson, John B., *Ideología y cultura moderna*, Universidad Autónoma de Metropolitana, México, 2006.

emocional. Todo aquello que pasa por televisión tiene que ver más con la acción expresiva que con el lado intelectual o racional. La atención de los televidentes, por tanto, está dirigida casi en su totalidad a captar esta expresividad o carga afectiva asociada a la imagen televisada. Está aquí presente la irrupción de lo privado en una zona pública creada por la televisión.

Mucho más que los medios impresos, la televisión introduce el campo privado y personal en la esfera pública. La televisión suministra el tipo de información del tipo que estamos acostumbrados a presenciar cuando nos reunimos con la familia y nuestros amigos. Comparada con los medios impresos, la televisión provee un rico perfil personal del comunicador. La separación entre la vida afectiva privada y la comunicación pública se desvanece.²⁵

De algún modo la televisión produce un movimiento crucial al subvertir y difuminar las fronteras que alguna vez delinearon de manera clara lo que era público y lo que era privado. En otras palabras: fenómenos supuestamente privados cuando se colocan en la zona pública de la televisión pasan a formar parte de las relaciones en las que se encuentran involucrados los televidentes. Y es que cuando un tema se comenta o discute gana la categoría de público. Con este hecho se comienza a redefinir y negociar los límites de lo que separa a lo privado de lo público. En este sentido, como afirma Keane:

El campo de lo privado desaparece. El proceso de politización mina la convencionalmente aceptada división entre “lo público” (donde se considera que las controversias sobre el poder son el legítimo asunto de los otros) y “lo privado” (donde se considera que tales controversias no tienen un papel legítimo ante el reino de lo “íntimo” o de la elección individual o de la “naturaleza” divina o biológica) La politización exhibe la arbitrariedad o convencionalismo de las tradicionales definiciones de lo “privado”, haciendo difícil (como varias figuras de poder están hoy dolorosamente aprendiendo) justificar cualquier acción como privada.²⁶

²⁵ Meyrowitz, Joshua, *op. cit.*, pp. 99-100.

²⁶ Keane, John, *op. cit.*, p. 17, entrecorrido en original.

Al colocar ciertos temas en la zona pública, a su vez, la televisión proporciona a hombres y mujeres, en tanto auditorio, información similar desafiando de esta manera la segregación resultado de dividir la vida colectiva en términos de identidad de género. Potencialmente, al llevar distintos temas considerados privados o de “mujeres” al espacio público, la televisión trabaja tanto para poner en jaque la división masculino/femenino como para proveer a las identidades de género con nuevos significados.

Uno de los programas de televisión que ha desafiado la tradicional dicotomía masculino/femenino es el llamado *talk show*. Un primer aspecto relevante de estos programas es que generan “ambientes” o espacios que suelen ser ocupados por actores sociales por tradición excluidos de la esfera de la política o de los espacios formadores de opinión pública. Un segundo tiene que ver con el hecho de que los *talk shows* son foros donde los invitados(as) regularmente siguen “libretos” cuyo contenido alude de manera abierta a la vida privada de la gente (incluyendo, por supuesto, conductas “bizarras”²⁷ o “anómalas”). Así, los *talk shows* consiguen que mucha gente llegue a ser visible (y famosa) en el esfera pública creada por la televisión, así sea sólo por 15 minutos.

Las diferentes historias contadas en los *talk shows* son, entonces, un real desafío a las dicotomías público/privado, masculino/femenino aún vigentes en nuestros días. Por las pantallas desfilan personajes que decidieron cambiar de sexo o simplemente ser travestis o exhibir su homosexualidad, mujeres que abandonan a sus maridos, hombres que fornican con toda la familia menos con la esposa, amas de casa que por la mañana son cabeza de familia y por la noche sexo servidoras y un largo etcétera. Estas clásicas escenas de los *talk shows* tienden a dislocar los significados de lo privado y de todo lo concerniente con la identidad de género y la orientación sexual.

Por tanto, escuchando atentamente la experiencia y perspectiva de los que no se ajustan al género y sexo – gente que vive, de una u otra manera, fuera de las fronteras de las normas heterosexuales y de las convenciones de género – proyectan una luz distinta sobre los *talk shows*. Estos lugares no sólo son de visibilidad sino también de continuos cambios en los trazos de las líneas entre lo normal y

²⁷ Con la exposición de la vida privada se persigue, sin duda, no sólo posicionar a ésta en la esfera pública sino también atraer la atención del televidente.

lo anormal. Son, en un sentido real, terrenos de batalla sobre qué puede ser la sexualidad y el género en este país...²⁸

Si se acepta que la aparición de ciertos individuos en la televisión tiende a desafiar lo público/privado, lo masculino/femenino entonces se tiene que aceptar también el carácter político de los *talk shows*. En la medida que las experiencias de todos(as) aquellos(as) que sistemáticamente han sido excluidos de otros espacios públicos (cuya influencia se extiende hasta el ámbito político y económico) se publicita en los programas de televisión, uno de los resultados consiste en que la visibilidad de los excluidos conlleva efectos de orden político.²⁹ En este sentido, un medio electrónico como la televisión no sólo crea un espacio o esfera pública donde se podría poner entre dicho la sexualidad y la identidad de género sino también genera nuevos canales de expresión política.

Sin embargo, los argumentos de quienes presumen que los *talk shows* tienen “los efectos políticos de dar poder aquellos que tradicionalmente han sido definidos como los que están fuera de la esfera pública”³⁰ podrían pasar por alto precisamente el hecho de que la emergencia de efectos políticos descansa de manera intensa en la interpretación que hace la audiencia de los mensajes.

Los ataques furiosos dirigidos hacia los *talk shows* son al menos un indicio de que éstos representan un desafío para ciertos grupos (que políticamente pueden ser ubicados en la derecha y en la izquierda). Si asociaciones de padres y madres de familia; y si intelectuales y académicos se interesan por analizar, criticar o descalificar los *talk shows* entonces se podría aducir que hay ahí una esfera pública que involucra una confrontación entre distintos actores. Es más difícil, sin embargo, afirmar que sucede exactamente lo mismo respecto a los televidentes. Aquí la pregunta es: ¿cómo interpretan, hombres y mujeres, los mensajes asociados a los *talk shows*? Esta pregunta dirige nuestra atención hacia el contexto

²⁸ Gamson, Joshua, *Freaks Talk Back: Tabloid Talk shows and Sexual Nonconformity*, University of Chicago Press, USA, 1999, p. 5.

²⁹ Los efectos políticos no son intrínsecos a los *talk shows*. La dimensión política se genera precisamente en la articulación entre el programa de televisión y la recepción del mensaje por parte de la audiencia. Si fuese así, entonces, el potencial efecto político está naturalmente condicionado por la producción, la circulación y la apropiación del significado del mensaje.

³⁰ Gamson, Joshua, *Freaks Talk Back ...*, *op. cit.*, p. 16.

donde se recibe e interpreta el mensaje y a la urgencia por llevar a cabo investigación de carácter empírico sobre la recepción de imágenes de televisión.

Debe mencionarse también la frivolidad y banalidad que acompañan a muchos *talk shows*. Los intereses económicos de los dueños de las cadenas de televisión definen los objetivos que deben alcanzar dichos programas: llegar a segmentos amplios de población que son potenciales consumidores de todas aquellas marcas que patrocinan a los programas mencionados. Esto quiere decir que la dimensión política de la esfera pública creada por semejantes “foros” de discusión se disipa al explotar indiscriminadamente cada uno los temas abordados: orientación sexual, conflictos conyugales, violencia intrafamiliar, etcétera. Es decir, temas asociados a la vida privada.

En la esfera creada por la televisión se instauran condiciones, al menos potencialmente, para subvertir la división público/privado (la vida afectiva irrumpe en el ámbito de la política y opinión pública) y masculino/femenino (los hombres y las mujeres participan en un espacio donde se hacen visibles temas considerados alguna vez no importantes –paternidad, sexualidad, por decir algo– para ser dichos en voz alta). Y es allí donde se pone en circulación significados y relaciones sociales que sustentan las identidades de todos(as) los(as) involucrados(as).

Conclusión

En su descripción Habermas pasó por alto la influencia del medio en la configuración de la esfera pública. A ésta la definió, de hecho, en términos de una práctica comunicativa inexistente hasta entonces: la discusión racional, práctica llevada a cabo en los periódicos y en los libros. Al hacerlo así, Habermas no tuvo en cuenta la contribución de los medios impresos en la creación de una esfera pública *sui generis* y no registró otras prácticas comunicativas (otras esferas) que formaban parte de la vida social.

Se hizo evidente con el desarrollo de la tecnología de la comunicación que no era suficiente hablar del espacio público sino de espacios públicos, lugares estructurados tanto por la comunicación como por el medio empleado. Desde una conversación cara a cara en un café, pasando por una comunidad “virtual de lectores” y terminando en grupos de personas interesados en programas de televisión o de radio (por no hablar de los

cibernautas) todas estas actividades dan paso a prácticas de comunicación y redes de relaciones que configuran diversos espacios públicos.

Esta “re-feudalización” (o fragmentación) del espacio público dificulta enormemente sostener hoy día la relación público/privado como categorías que se excluyen mutuamente. Si se concibe que la esfera pública es un acontecimiento comunicativo (que incorpora un “medio”) entonces lo privado es todo aquello que no acontece que es decir todo aquello que no se dice. Lo público/privado puede conceptuarse, por tanto, como dos “momentos de un proceso”: lo que se dice o se comunica hasta lo que se calla y no se dice. Lo público no excluye a lo privado si no lo supone o lo incorpora como referencia. Se instituye una esfera pública si dos conversan y se convierte en público (se hace visible) que una mujer puede estudiar matemáticas si la conversación tiene que ver con el hecho de que las mujeres y los hombres son tan inteligentes como para estudiar cualquier cosa.

...Lo público y lo privado son instancias simbólicas del proceso colectivo de construcción de la realidad, que se constituyen, no como extremos de un continuo, sino como momentos de un proceso, y su cualificación de público o privado sólo puede hacerse por referencia recíproca: algo es público con respecto a algo privado y viceversa. Lo público vendrá a ser aquella instancia simbólica con mayor grado de comunicabilidad, de mayor riqueza significativa, es decir, lo que es comunicable con respecto a algo que no lo es, y por ende, lo que aparece como real en ese contexto; lo privado, por su parte, es aquello que aparece como no real en ese contexto, aunque en otro sí lo sea y sea, entonces, público ahí... Por ejemplo, en los cotilleos de corrillos, los hábitos de limpieza de una persona pueden ser una cuestión pública, en boca de todos trapeitos al sol, y esa persona está, en rigor, expuesta en público. Los niños que cantan en la reunión familiar de las tardes dominicales están actuando en público, pero para el firmamento profesional y mercantil de los cantantes y la fama, no es cierto que esos niños canten: sus canciones son privadas.³¹

Y cuando en la televisión aparecen las mujeres diciendo que ellas disfrutaban de su sexualidad y que trabajar y tener dinero se

³¹ Fernández, Pablo, *La psicología colectiva ...*, op. cit., pp. 297-298.

traducen en mayor autonomía respecto de los hombres entonces se hace público lo que antes era privado para hombres y mujeres que gustan de ver algún *talk show* o cualquier otro programa de televisión. Como sea, en esa instante de comunicación se pone entre dicho la tradicional división masculino/femenino.

Bibliografía

- Anderson, B., *The Imagined Community*, Verso, New York, 1991.
- Arendt, H., *The Human Condition*, Doubleday Publisher, New York, 1959.
- Benhabib, S., "Models of Public Sphere: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jurgen Habermas", en: *Habermas and the Public Sphere*, editor Craig Calhoun, The MIT Press, USA, 1993.
- Dayan, D. & Katz, E., *Live Events, Live Broadcasting of History*, Cambridge University Press, New York, 1992.
- Fernández, P., *La psicología colectiva un fin de siglo más tarde*, Anthropos-Colegio de Michoacán, Colombia, 1992.
- Gamson, J., *Freaks Talk Back: Tabloid Talk shows and Sexual Nonconformity*, University of Chicago Press, USA, 1999.
- Gergen, K., *An Invitation to Social Construction*, SAGE-Publications, Great Britain, 2001.
- Habermas, J., *The Structural Transformation of the Public Sphere: an inquiry into a Category of Bourgeois Society*, MIT Press, USA, 1991.
- Hansen, M., *Babel & Babylon, Spectatorship in America Silent Film*, Harvard University Press, USA, 1991.
- Ikegami, E., "A Sociological Theory of Publics: Identity, and Culture as Emergent Properties in Network", *Social Research*, vol. 67, núm. 4, winter, 2000.
- Keane, J., "The Structural Transformations of Public Spaces", *The Communication Review*, vol. 1, núm. 1, 1995.
- Meyrowitz, J. *No Sense of Place: the impact of electric media on social behavior*, Oxford University Press, USA, 1985.
- Mosse, G., *The Image of Man: the Creation of Modern Masculinity*, Oxford University Press, New York, 1996.
- Tocqueville, A., *Democracy in America*, vol. I, Books-Alfred A. Knopf, Barzoi New York, 1963.