

# Introducción

Cristina PEÑAMARÍN

Al invitar en este volumen a una reflexión sobre la mediatización del espacio público hemos recibido una rica diversidad de propuestas que parecen compartir la idea de que “el espacio público no mediado ya no existe” (Saleri y Spinelli). Generalmente se entiende que no hay espacio de experiencia, ni público ni privado, no mediado por los instrumentos cognitivos y prácticos de sus miembros, por sus tecnologías, por su cultura, que es siempre material-simbólica. Si toda práctica está mediada ¿qué tiene de específico la mediatización actual —la de los medios de comunicación actuales— y en particular la del espacio público? Si es cierto que las mediatizaciones del espacio público “nos acompañan casi desde el principio de los tiempos” e incluso es posible que posean, en nuestro ámbito cultural, una gran estabilidad (como afirma Mario Carlón), también es cierto que numerosos estudiosos y ciudadanos no especialistas perciben hoy este fenómeno como una forma de degradación o vaciamiento, a veces extremos. Y, más allá de esas percepciones, creemos que se dan hoy en este ámbito condiciones nuevas que piden un esfuerzo de pensamiento.

La concepción de la esfera pública “como un dominio constituido para el ejercicio del juicio crítico, donde los escritos, publicaciones, visualizaciones, discursos, escuchas y deliberaciones son medios para implicarse en cuestiones de interés público” (P. Schlesinger) la vincula con el orden político y con la democracia, que no existiría sin ese ejercicio crítico, el debate sobre lo público. El espacio público también se puede entender como el aire que respiramos, los marcos de la experiencia, las formas de orientarnos en el espacio exterior/interior que son comunes a los habitantes de nuestro tiempo, sin duda mediatizado, como hace Méndez Rubio. Pese a que su objeto parece situarse en dimensiones diferentes, esta perspectiva tiene algo en común con la de quienes piensan el espacio urbano como construcción colectiva de un espacio común de experiencia y de sentido, mediado y mediatizado (Martín Barbero, A. Silva). También hay quien propone pensar en cómo lo que tiene lugar en ciertas formas de comunicación actuales está cambiando la noción y la vivencia de lo que es un espacio público, por oposición a privado (P. Violi), o la noción y la vivencia de lo que es un espacio-tiempo natural (M. Carlón); quienes se interesan

por cómo están siendo constituidos desde su interior ciertos sujetos o ciertas comunidades gracias a las interacciones tecnológicamente mediadas (Martín Barbero; I. Márquez); quienes observan las producciones de los medios como constitutivas del espacio público y analizan las construcciones de sentido de los discursos mediáticos (N. Pardo); quienes se preguntan por la articulación entre esfera mediática y esfera pública (L. Escudero; S. Saleri y S. Espinelli; Peñarín). El objeto puede ser también precisamente la construcción de un mediador, como las ONG de Desarrollo, entre los ciudadanos, los medios y lo público (V. Saiz) o del propio cuerpo como mediador entre los sujetos y las representaciones comunes (D. Cáceres).

El conjunto de transformaciones por las que ha pasado nuestra cultura y nuestra forma de vida ha producido una experiencia del espacio público como lugar de paso y como espacio sin límites, sostiene Méndez Rubio. En las películas, las series televisivas, los anuncios, observa un vaciamiento anómico del exterior, cuya única salida “parece estar siendo la sustitución del exterior por un interior/exterior virtual, televisivo o telemático, pantallizado, mediático”. La evolución hacia la virtualidad y la abstracción, desembocaría en una realidad autoconcebida como *gran interior* o mundo sin afuera y sin futuro (Méndez Rubio).

En la reflexión sobre la Unión Europea (que, significativamente, ha dejado de llamarse “Comunidad Europea”) como espacio público, P. Schlesinger señala que para la mayoría de los ciudadanos, la Unión es todavía otro lugar, “un lugar de toma de decisiones *externo*, más que *interno*”, pese a que la política de la UE es hoy una parte importante de la agenda política nacional de los estados miembros, así como de sus ámbitos legal y económico. Considera clave la noción de espacio comunicativo, pero sostiene que cuando se habla de espacios comunicativos como redes complejas en las que se superponen multitud de arenas nacionales, internacionales, regionales, locales y subculturales, se deja sin resolver la pregunta de si las prácticas comunicativas pueden producir una cohesión cultural o una “comunidad de destino” —en particular en Europa, en cuyos medios la información y la opinión sobre los asuntos europeos siguen siendo enmarcadas desde valores nacionales. Respecto a los pensadores que ven en la UE un posible modelo de cosmopolitismo, señala que la UE ha desarrollado una intensa interacción comunicativa y, en algunos sectores de la vida pública, ha creado una frontera referencial diferenciada, con formas de institucionalización, redes globales y con el desarrollo de una gobernanza transnacional. Pero, en el actual modelo intergubernamental, la centralidad de las esferas públicas nacionales sigue siendo un contrapeso de este potencial cosmopolita.

Observando una categoría próxima pero no idéntica a la que problematiza la frontera entre el interior y el exterior, otra perspectiva estudia las dinámicas —la difuminación, el encabalgamiento, la asimilación— en la frontera trazada entre espacio público y privado. La privatización del espacio público, teorizada en los años 60, se habría acentuado con las tecnologías de la comunicación y, en particular, con el uso de internet. Sin embargo, con la posibilidad de contactos directos y horizontales entre los usuarios, sin la mediación de un agente centralizado, con la interconexión potencialmente planetaria y ajena a todo control y reglamentación, se estaría produciendo un complejo entrecruzamiento entre lo público y lo privado que daría lugar a una serie de fenómenos, en parte inéditos, de compenetración entre

ámbitos discursivos diversos. En fin, según P. Violi, que analiza el fenómeno actual del *blogging* como una práctica en acelerado crecimiento sobre todo entre los más jóvenes, las tradicionales esferas de lo público y lo privado salen de este proceso remodeladas y sometidas a una redefinición recíproca.

Los jóvenes son actualmente “unos sujetos íntima y estructuralmente *mediados por sus interacciones desde y con la tecnología*”, para Martín Barbero, pero esto no le merece una valoración negativa. Para este autor “es en la trama de interacciones entre sujetos donde hoy las mediaciones tecnológicas revelan su potencial alternativo, por más que para los apocalípticos las mediaciones tecnológicas signifiquen todo lo contrario: la tendencia de los adolescentes al ensimismamiento, el computador volviéndolos agorafóbicos, dominándolos como una adicción que los aísla y desvincula de la realidad”. Respecto a las formas de conversación tecnológicamente mediadas, como el *chat*, este autor, al igual que hace Violi, se interroga sobre cómo interpretar la complejidad de estas formas actuales de relacionarse con los otros y consigo. “Alguien aprovecha el *anonimato-del-chat* para escapar a las constricciones sociales de que le carga su identidad individual mediante la invención de *otro yo* tras el que vivir una singular experiencia de libertad. ¿Estamos ante la posibilidad de una *subjetividad sin identidad?* o mejor, ¿de una subjetividad que se dota de una *identidad completamente construida*, ficcional?”. Sentirse ajeno a todo control puede ser una experiencia liberadora pero engañosa, señala Martín Barbero, atento a la ambigüedad de los comportamientos y de las interpretaciones, pues hacernos sentir dueños de nosotros mismos es justamente lo que buscan el marketing y la publicidad como un valor seguro desde el cual incitarnos al consumo.

Si nos introducimos en una forma de interacción en la red, *Second Life*, que no es un juego, sino un mundo virtual “construido *por y para* sus habitantes”, según Israel Márquez veremos que ahí “el espacio público común no es otro que el propio mundo virtual en el que tienen lugar las interacciones”, en el que conviven, si se puede decir así, diversos tipos de grupos o comunidades con sus particularidades e intereses específicos. “Se genera en este espacio un nuevo tipo de sociabilidad, presente tanto en la vida *off line* como en la vida *on line*”, y nuevos tipos de comunidades, aglutinadas por intereses, “donde los lazos son “débiles”, sí, pero no por ello menos importantes que los “lazos fuertes” de las comunidades tradicionales”. Unos lazos que son signo de una época de flujos, señala en su análisis Márquez. La vida social dentro del mundo virtual se presenta como semejante a la que, según los análisis más repetidos, está extendiéndose en el mundo *off line*, si es que existe algún mundo de vida ajeno a la red, definida como vida fluida.

Apunta Martín Barbero otra forma de construir un mundo común entre los jóvenes, que “perciben y asumen hoy explícitamente la ciudadanía en cuanto experiencia estética, o sea la que pasa por su *sensibilidad* —que es en muchos sentidos su *corporeidad*— y a través de la cual los jóvenes, que hablan muy poco con los adultos, les están diciendo muchas cosas. Los jóvenes nos hablan hoy a través de *otros idiomas*: los de los rituales del vestirse, del tatuarse, del adornarse, y también del enflaquecerse para conectar con los modelos de cuerpo que les propone la sociedad a través de la moda y la publicidad”. Se trata aquí de entender la mediatización, publicitaria por ejemplo, como una condición de vida, como antes lo fueron los jue-

gos de bolos, las canciones de taberna o cualesquiera otras. Y de poner la atención en cómo un grupo o un sector, los jóvenes, construye en esa circunstancia un espacio público.

Podemos comparar la visión que acabo de mencionar con la de otra estudiosa, que interpreta lo que Martín Barbero llama “conectar con los modelos de cuerpo que propone la sociedad” a través de la moda y la publicidad, como alineamiento con los estereotipos publicitarios. Dolores Cáceres afirma que, en la muestra de mujeres que estudia, “cuando se da la asunción de los estereotipos en su grado máximo, ésta se acompaña, por ejemplo, de sobrevalorar la delgadez; sin embargo, cuando se rechazan dichos estereotipos, aparece una valoración de *otros* aspectos, como lo saludable, el cuerpo fuerte, armónico, proporcionado, etc”, o de “*otras* alternativas aspiracionales, vivenciales y de construcción identitaria”, como las cualidades personales y humanas. Así sostiene que “solo cuando se cuestiona la acción mediática que uniformiza el imaginario colectivo en valores, aspiraciones y deseos, aparece la diferencia en cuanto a la forma de mirar y vivir el cuerpo”.

La perspectiva crítica anima también el estudio de Neyla Pardo de las representaciones de la pobreza en la prensa colombiana, donde explora “el fenómeno discursivo de la naturalización en relación con las estrategias de biologización y objetualización, de uso común en la prensa, para hacer referencia al tema de pobreza”. Observa en esos medios la reiteración de ciertas metáforas que construyen una representación objetual y mecánica de lo social, derivada de la consideración de la pobreza como un fenómeno físico que puede ‘medirse’, ‘identificarse’, ‘localizarse’, ‘predecirse’. Estamos en el terreno de los lugares comunes, las imágenes a través de las cuales se ve, se concibe algo como “la pobreza”, recurrentes en los medios, en su (¿nuestro?) lenguaje común. Para esta estudiosa, “los recursos de biologización y objetualización reducen la posibilidad de reflexiones analíticas y posturas críticas, por cuanto favorecen que el discurso se erija desde formas convencionales y naturalizadas de ser de lo social”. Se encuentra aquí un análisis de un recurso cognitivo básico, el instrumento intelectual del que se sirven los medios, o nos servimos todos, para entender la pobreza. Un instrumento que, según Pardo, nos aísla de ella. Tratar los fenómenos, las dinámicas sociales, como objetos pesables o medibles y como organismos es un recurso generalizado a lo largo de la modernidad, no limitado ni a los medios ni al tratamiento de la pobreza, y podemos recoger la sugerencia de que tal recurso impida ciertas formas de relación con el objeto, ciertas relaciones cognitivas y, por tanto, prácticas —al tiempo que abre otras.

La naturalización de las construcciones ideológicas, decía Barthes, es propia del mito. Señala Gonzalo Abril que el mito es “un signo estructurado sobre otro signo, secundario en su forma, pero no en su sentido, pues la inteligibilidad misma está ya atravesada por el mito, y la denotación traspasada y precedida por la connotación: como “el sentido segundo” de la conducta, según el análisis de Freud, el sentido segundo del mito (mediático, masivo) es su “sentido propio”, según Barthes. Pero no estamos hablando sólo de mundos simbólicos, pues “la realidad es tan sólida o tan frágil como lo sea la arquitectura de un orden simbólico que contiene representaciones compartidas del tiempo y el espacio, los marcos categoriales y tipificacio-

nes básicas, los símbolos de la identidad colectiva que rigen las asignaciones del sentido de lo propio y lo ajeno” (G. Abril).

Sólida se contrapone aquí a frágil, no a fluida. Pero tal vez no tengamos que decidir ahora cuán sólido o fluido es nuestro mundo, ni si fluido significa débil o frágil, y podamos seguir explorando la cuestión desde situaciones particulares, tecnológicamente mediadas, como todas, aunque hoy de un modo particular, con el afán de describirlas desde el punto de vista de su participación en la construcción de un espacio público.

Saleri y Spinelli definen la esfera mediática como “un dispositivo de traducción entre la esfera de lo político y una más amplia esfera pública”. Tres esferas vendrían a articular, gracias a que una de ellas funciona como dispositivo de traducción, el espacio público. Estas autoras se introducen así en el análisis de cómo la mediatización interviene en la reorganización del espacio público y en particular en el estilo de los políticos, al tiempo que examinan el proceso opuesto, los efectos que la adopción de ciertos estilos por parte de los políticos puede tener sobre la esfera mediática y sobre la resignificación del espacio público.

En esta línea, estudiando en la última campaña electoral mexicana, el “delicado equilibrio” entre los polos del triángulo formado por periodistas, hombres políticos y sociedad civil en la “democracia de opinión”, L. Escudero muestra que la palabra de los candidatos se incorporara a la *lógica de los medios* a partir del principio de relevancia. En esta lógica, los candidatos no logran imponer su agenda o su programa a los medios, que privilegian la dramatización del conflicto entre ellos. Según otra hipótesis, los medios, reforzando la visibilidad de la polémica y el conflicto sobre la racionalidad programática, mostrarían en realidad que el divorcio entre la clase política y el ciudadano está consumado.

Para V. Saiz, “cuando nos ocupamos de la mediación estamos indagando acerca de la manera en que histórica y socialmente se producen transformaciones en la estructura social y cultural de nuestras experiencias, así como en nuestros patrones de sensibilidad y afectividad”. En este ámbito es de particular relevancia estudiar las ONGD que como mediador experto intervienen en la percepción y en los modos de actuación en torno a la solidaridad y el “sufrimiento a distancia” por los otros del llamado tercer mundo, analizar cómo redefinen las relaciones de confianza y afectan a lo sentido y a la comprensión de lo social y lo político.

Según ciertas perspectivas, la mediatización y la relación de los sujetos con los medios de comunicación se debe entender “como dándose siempre en un circuito socializado en el que hay que hablar de múltiples mediaciones culturales de doble dirección, de entornos de recepción localizados y densos y de la orientación estratégica del trabajo de la imaginación de los receptores, fundamental en la actividad de componer, combinar, adaptar o traducir materiales de diversos orígenes en la formación de los territorios simbólicos e imaginarios” (C. Peñarín)

Carlón analiza “un extraordinario ejemplo de mediatización cotidiana del espacio público ciudadano”, el uso de cámaras fijas que transmiten a la pantalla televisiva las imágenes y sonidos del cielo sobre la ciudad de Buenos Aires, un panóptico utilizado como medio de información en directo. En el discurso de las cámaras automáticas nos encontramos con el resultado de un *extenso trabajo social* (es “la pers-

pectiva”, especie de síntesis de resultados de todos los desarrollos que se dieron en la historia) que se presenta en forma *automática y maquinística*.

La mediación de los espacios de convivencia en varias ciudades, y en particular en la de Bogotá, es objeto del trabajo, como estudioso y artista visual, de Armando Silva y de los equipos que ha coordinado desde hace tiempo. Desde su “enfoque de los imaginarios urbanos, hay cualidades determinantes en cada ciudad que la condensan y cualifican. El trazado de una ciudad es cualidad, también lo son sus letras, sus sensaciones, sus escalas cromáticas, sus sonidos, sus sitios, sus historias”. Así indaga cómo se representan los bogotanos su carácter en relación con el clima o cómo perciben la música y el color de la ciudad, cuáles son los principales emblemas de su imaginario. La reciente transformación de Bogotá es también un objeto de particular interés para Martín Barbero, que sostiene que “lo que da su verdadera forma a una ciudad no son las arquitecturas ni las ingenierías sino los ciudadanos; pero para que ello sea posible los ciudadanos tienen que poder re-conocerse en la ciudad; y ambos procesos se basan en otro, el de *hacer visible la ciudad como un todo*, es decir, en cuanto espacio público/proyecto de todos”. Esta podría ser también una excelente metáfora del espacio público mediatizado que requiere una sociedad democrática.