

**REVISTA CIDOB D'AFERS
INTERNACIONALS 88.**

**COMUNICACIÓN, ESPACIO PÚBLICO
Y DINÁMICAS INTERCULTURALES**

**LA DIALÉCTICA ENTRE INTERIOR Y
EXTERIOR EN EL ESPACIO PÚBLICO.**

Antonio Méndez Rubio

La dialéctica entre interior y exterior en el espacio público

Antonio Méndez Rubio

Comunicación audiovisual, Universidad de Valencia

antonio.mendez@uv.es

RESUMEN

En este artículo se plantea la relación entre espacio social, procesos de mediatización y globalización. La virtualización del espacio público se contempla críticamente como una forma de vaciamiento o desaparición de dicho espacio, dentro de la lógica de una totalización tecnológica e ideológica de la vida social, que hace cada vez más difícil la reconstrucción de alternativas teóricas y prácticas capaces de reorientar la dinámica cultural dominante. El autor habla de aislamiento, de vínculos y de espectralidad a partir del videoclip "La ley de Murphy", de Arianna Puello. Se trata de llegar, a partir de este videoclip, a las cuestiones generales sobre cultura y fronteras invisibles.

Palabras clave: Público, privado, cultura, comunicación, interior, exterior, globalización

1.

"El exterior sólo es un nido de problemas". Con esta inocente aseveración Garfield rechaza amablemente la invitación de su amigo gato a cruzar la calle desierta. Es prácticamente el inicio de la película (*Garfield*, 2004) y está en juego, como es de rigor, no sólo la localización de la escena y la acción, sino el emplazamiento enunciativo de un espectador no exclusivamente infantil: el lugar de su mirada sobre el film. En realidad, la primera secuencia de *Garfield* se abre con un acercamiento de cámara en descenso hacia el jardín frondoso de la casa, para saltar de inmediato adentro del hogar del simpático gatito protagonista. A ese primer movimiento de cámara desde el exterior hacia el interior le sucederá a continuación el gesto inverso: la salida al jardín, el paseo con su amigo y la peripecia con la leche fresca y el feroz perro del vecino. Esa mínima pero

peligrosa aventura se completa con divertidas peripecias domésticas, que implícitamente confirman, de hecho, la contundente posición de nuestro querido protagonista. Garfield lo tiene claro: “El exterior sólo es un nido de problemas. Allí pasan cosas horribles. Así que servidor no se mueve de aquí”.

Continuando con esta historia, se comprueba muy pronto, ya con la segunda secuencia de la película tras un apabullante *product placement* del logo de Apple, que la “rutina diaria” en el interior de la casa se hace soportable, se dinamiza y canaliza gracias a la presencia de la televisión. Desde ese momento, la televisión no es en Garfield sólo un recurso o instrumento de entretenimiento audiovisual, sino todo un espacio de proyección vital, un mundo (ni meramente interior ni meramente exterior) repleto de suspense y de sucesos imprevistos. Un modesto magacín local matinal entra en contraste con un informativo de prestigio (este ya visto dentro de los estudios donde se emite el magacín). Y ese contraste, en los términos de la historia, se justifica por la tensión de celos entre los dos presentadores de sendos programas televisivos: los hermanos gemelos Chapman. El frustrado y envidioso Chapman (*el malo*), que presenta el telemagacín conduce una sección sobre animales domésticos, que Garfield sigue con interés desde su sillón, y que va a ser la base para el despliegue narrativo y el escenario de la resolución final de los conflictos que hilvanan toda la historia del increíble gato, regordete y anaranjado, ideado por Jim Davis.

Múltiples, por no decir infinitas, podrían ser aquí las referencias y comparaciones para situar mejor el lugar cultural de las escenas iniciales de la versión de *Garfield* realizada por la Fox en 2004. Pero un contraste evidente, y por eso mismo insoslayable, se puede plantear entre este inicio de *Garfield* y el de *American Beauty* (Dreamworks, 1999). En *American Beauty*, los primeros planos ejecutan una panorámica de exterior a interior que, con la ayuda del monólogo en *off*, nos introduce en un mundo inquietante (quizá porque su primera referencia no es ya el dulce hogar sino, antes de eso, la visión de un exterior tan común como anónimo, vacío): “Esta es mi calle, esta es mi vida”. El experimentado periodista de la película de Sam Mendes despierta, como Garfield, en un amanecer pacificado pero que muy pronto se convierte en una sátira corrosiva del *american way of life*: despierta a una crisis vital desorbitada, dividido entre un exterior (la calle) apático e indiferente, y un interior (la casa familiar) cuya vida no es menos vacía y deprimente.

En todo caso, resulta claro que la dialéctica entre calle y casa, entre exterior e interior, se vuelve tan obscena en textos audiovisuales de cualquier tipo y para cualquier audiencia porque, en el fondo, se trata de una dialéctica constitutiva del estilo de vida occidental o, si se prefiere decir así, de la cultura moderna. La televisión para el primer personaje de esta comparación atropellada, o el periodismo para el segundo, no dejan de ser indicios de la relación directa que existe entre las formas de vida modernas y la incidencia social de los medios de comunicación masiva. A su vez, como se sabe, esta incidencia social de los *media* tiene tanto que ver con las dinámicas institucionales (comerciales y políticas sobre todo) como con los procesos y resortes informales pero decisivos que marcan la vida cotidiana de

la gente. En este sentido, la dialéctica polar entre exterior e interior es sólo una versión, o una simple denominación conceptual, de la tensión moderna entre lo público y lo privado. Esta polaridad se habría generalizado a lo largo del siglo XIX como herencia tanto del pensamiento racionalista como de la ideología protestante, que confluyeron en esta concepción del espacio social dividido escolásticamente (por no decir metafísicamente) entre alma y cuerpo, entre un interior-privado-propio-anímico-potencialmente pleno, y un exterior-público-ajeno-material-tendencialmente vaciado de sentido. En ese diseño de la socialidad moderna parece previsible una tendencia histórica y cultural al abandono progresivo del exterior, que quedaría así al albur del anonimato, la anomia y la desatención generalizada; a la vez que se instauraría una tendencia paralela, quizá invisible de tan inmediata, al reforzamiento y potenciación de los valores propios de la privacidad, del individualismo y un muy particular modo de entender la convivencia en un mundo complejo. Por otra parte, en fin, esta descompensación de la *res publica* en favor de lo privado, con todas sus implicaciones ideológicas, políticas y económicas, está al alcance de cualquiera desde que la ha puesto al descubierto el flamante eslogan de Ikea, la prestigiosa multinacional del mueble: “BIENVENIDOS A LA REPÚBLICA INDEPENDIENTE DE MI CASA”.

2.

Desde una perspectiva genealógica, fue quizá Michel Foucault quien en un texto original de 1967 entró a deslindar la evolución de los paradigmas espacio-temporales que son constitutivos para la modernidad. Aquel texto de Foucault se tradujo al español como “Espacios Otros” (1999), y sirvió al autor de *Vigilar y castigar* para distinguir entre tres fases históricas en la concepción social del espacio en la cultura occidental, que podrían resumirse como sigue: un primer estadio medieval o premoderno basado en la premisa de la localización, en la confianza en que todo tenía su lugar delimitado y fijo; un segundo estadio de la experiencia especial, ya moderno, que, a partir de la defensa por parte de Galileo de un espacio abierto e infinito, desemboca en una noción expansiva del espacio, evidentemente impulsada y reforzada por el proyecto colonial europeo y sus repercusiones (lentas pero seguras) a escala planetaria; justamente el tercer momento o momento contemporáneo de esta evolución paradigmática se sitúa, en el último tercio del siglo XX, en la antesala de la escala planetaria o que luego se denominará *global*, esto es, en el umbral de un microespacio hipercomplejo que ya no puede sostenerse sobre una concepción lineal o progresiva del movimiento y que, por tanto, acude a una apuesta creciente por la idea de red. Además, la crisis de una idea lineal del avance se vuelve una crisis en aumento de la hegemonía del paradigma temporal-cronológico (para el cual la noción de avance en progreso se adecuaba bien); una crisis que se verá compensada por una potenciación extrema de la experiencia del espacio, de los efectos de instantaneidad y simultaneidad dentro de un mundo, en consecuencia, cada vez más globalizado y virtualizado.

En otras palabras, a un espacio vinculado a la idea de lugar le sucedería la noción moderna de un espacio sin lugares (aunque todavía mensurable), y a este, finalmente, el apogeo de un espacio como emplazamiento en red, como entretrejido multipolar y simultáneo. Desde luego, es una evolución hacia la virtualidad y la abstracción que recuerda el *dictum* marxiano por el que todo lo sólido se desvanecería en el aire. Más aún, se trata de una genealogía que desemboca en la implantación de un poder difuso, de una especie de espacio total, sin exterior, donde la amnesia ocupa el lugar tradicional de la memoria, la actualidad ocupa el protagonismo que tuviera la historia, y el mundo se traduce a códigos acelerados de interconectividad sin límite, de *inmediatez* comunicativa, donde, como se cansan de repetir eslóganes comerciales y políticos, *todo es posible*. La aparición de Internet a fines del siglo XX, claro está, ha multiplicado la aspiración socialista de convertir al usuario en partícipe interactivo, al tiempo que ha reconfigurado el mapa general de la percepción mediática hacia la experiencia de un presente que ya no es tanto el *tiempo-ahora* revolucionario defendido por Walter Benjamin (1990), como un *ahora sin tiempo*, suspendido en su propia y falsa atemporalidad. En condiciones de totalización del espacio, en suma, un antipoder de raíz crítica o todavía revolucionaria se ve empujado no ya a la promoción de *espacios alternativos*, que por su propia definición amplían el margen de la acción social pero no pueden traspasar los límites del espacio dominante; sino a la producción de *espaciamientos*, de perforaciones o aperturas imprevistas en ese *holoespacio* de poder global, tan extenso e inmediato que resulta cada vez más invisible, es decir, más eficaz. Parafraseando al poeta José Ángel Valente, podría apuntarse que una cosa es lo que la red aspira a hacer con el pájaro, y otra lo que el pájaro necesita hacer con esa misma red.

En otros términos, nos topamos aquí con el pantanoso asunto de las relaciones hipercomplejas e inestables entre cultura y globalización, entre comunicación y sociedad en la era planetaria que representan la modernidad y el capitalismo avanzados. De entrada, en este sentido, salta a la vista una correspondencia entre lo que comúnmente entendemos por *espacio global* y la noción moderna de *cultura* tal como se usa aún en las ciencias sociales: en ambos casos apelamos a realidades materiales y a la vez abstractas, difusas, sin límites, heterogéneas, pero al mismo tiempo unificadas por un sustrato constitutivo de la vida en común. No es extraño, entonces, constatar que el papel de la cultura, en las últimas dos décadas, se haya expandido de una manera sin precedentes al ámbito político y económico, al mismo tiempo que las nociones convencionales de cultura se han visto metamorfoseadas y hasta vaciadas de significado, mientras que el proyecto globalizador se ha apoyado en esas metamorfosis y esos vaciamientos como un recurso estratégico de primer orden. Ya sea como potenciador comunitario, como en tantos espacios de subalternidad en barriadas y poblados de zonas pobres, como revitalizante económico y turístico, como ocurre con la proliferación de capitalidades y acontecimientos culturales en escaparates públicos de largo alcance, o ya sea como

recurso poético y político en contraculturas nómadas y hasta subversivas como en cierta dimensión lo es la música y el estilo hip-hop, el caso es que entre globalización y cultura se da lo que Yúdice (2002: 44) ha llamado una “relación de conveniencia”, es decir, una mutua copertenencia sustancial y funcional que dota a la comunicación y la cultura de un poder (o anti o contrapoder) y una “fuerza performativa” (Yúdice, 2002: 54) sin precedentes.

El *boom* de la cultura coincide así con la implantación de un espacio mundializado en red, en la línea de lo apuntado, entre otros, por Boltanski y Chiapello (2002), cuando se señala que el sistema capitalista ha pasado al menos por tres fases de crecimiento y cambio reconstituyente: una primera, decimonónica, heroica, movida principalmente por la fe en el patrimonio y el progreso (dentro de una espacialidad local-nacional pero que está dejando de ser localizable o territorializable en clave feudal); una segunda ya entrada en el siglo XX impulsada por el perfeccionamiento de la producción y el auge del consumo masivo (dentro de una escala espacial nacional-internacional en expansión); una tercera, que podría considerarse posmoderna (o también denominada *postindustrial, postutópica...*), donde la gestión en red se convierte en la piedra angular en la simultaneidad de las transacciones financieras y de la representación mediática de la realidad (dentro de un espacio totalizado como espacio global). Llegamos, pues, al momento presente que, con razón, es bautizado una y otra vez con expresiones que no dejan de ser sintomáticas, como *capitalismo cultural, capitalismo invisible* u otras.

Ahora bien, una vez confirmada y comprobada la centralidad de la cultura para la globalización (Tomlinson, 2001), una vez reconocido el potencial dialéctico y de producción de nuevas identidades que dicho proceso conlleva (Beck, 1998), incluso una vez apuntadas las vías por las que esta desterritorialización cultural puede implicar un desbordamiento o desvío del (y por tanto una resistencia contra el) colonialismo moderno (Appadurai, 2001), sigue pendiente la pregunta teórica y pragmática sobre la forma en que la cultura tiene de producir espacios sociales e institucionales; sobre el “¿cómo se hace?” la cultura cuando su dinámica se ha distanciado o desvinculado de los contextos fijos, ubicables, pero al mismo tiempo no puede sino volver a realizarse una y otra vez en ellos para ser compartida y vivida en común. En esta línea de exploración tentativa, nuestro argumento sería que, ante todo, necesitamos resistir a los discursos eufemísticos sobre la evanescencia y la diseminación cultural, o celebratorios del desanclaje en las relaciones sociales y la liberación de los vínculos culturales. Para contrarrestar la circulación anestésica de dichos postulados, a nuestro entender, es necesario empezar por esclarecer las principales formas de producción cultural que conviven en una sociedad moderna, a pesar de que no todas ellas hayan nacido con la modernidad o tengan que morir con ella. De hecho, esas formas, como hemos detallado en otros lugares (Méndez Rubio, 1997, 2003) se pueden esquematizar en tres *modos de (re)producción cultural* que, en cuanto tales, ni se refieren a conjuntos de objetos culturales (textos, productos, bienes, etc.), ni a

formas puras o aisladas de especializar la cultura –esta última premisa se hace insostenible desde el momento en que entra en contradicción, por una parte, con la noción misma de cultura como práctica social dialógica y heterológica, y, por otra, con la inminencia en ascenso de un espacio social totalizado e interconectado como globalidad. Brevemente, esas distinciones tendenciales y pragmáticas esbozarían la diferencia y convivencia de tres (no ya modelos sino) *modos culturales* simultáneos:

1/ *Alta cultura*: Como ocurre en una ópera o en un congreso científico, se trata de formas culturales no necesarias ni mecánicas pero sí *tendencialmente* producidas por minorías para minorías. Así,

“lo distintivo de este primer modo es su combinación de una relación tendencialmente unidireccional entre emisor y receptor, que, de hecho, segmenta sus posiciones como roles diferentes en el espacio cultural, con un contexto micro, que incide en desplegar filtros (económicos, políticos, simbólicos) para delimitar una separación estable entre dentro y fuera, interior y exterior, o, digamos, quién puede y quién no puede acceder a ese espacio legitimado. (...) Igualmente razonable parece pensar que un modo de cultura selectivo y especializado como este puede cumplir funciones de utilidad social en un contexto de sociedades complejas como el actual. De hecho, estamos convencidos de que los tres modos que aquí se presentan son socialmente complementarios, incluso necesarios. Ahora bien, también sería necesario reconocer que lo que en última instancia resulta más institucional que socialmente necesario es la primacía de los dos primeros sobre el tercero, es decir, sobre aquel modo de reproducción sociocultural que incorpora, tendencialmente, pautas de relación más participativas, igualitarias y democráticas” (Méndez Rubio 2003: 76-78).

2/ *Cultura masiva*: Tal como la reconocemos en su emergencia específicamente moderna y tecnológicamente sofisticada, esta cultura sigue reservando su producción a minorías especializadas, cuyo margen de acción se aglutina en empresas de proyección transnacional que, a su vez, tienden a aglutinarse formando conglomerados oligopólicos o *megafusiones*, cuyo radio de difusión les permite (justamente gracias a esa concentración operativa) llegar hasta mayorías sociales, prácticamente hasta cualquier destinatario, en cualquier momento y en cualquier lugar. Por esta vía,

“el criterio que aúna las producciones de radio, televisión, prensa o discos, y que hace razonable hablar en consecuencia de lo masivo, sería unidireccionalidad del acto comunicativo en ámbitos preferentes, aunque no exclusivos, de domesticidad. Las resistencias a la unidireccionalidad se dan, antes que nada, en la propia estructura dialógica de todo acto comunicativo. Sin embargo, la práctica cultural es también relativamente libre a la hora de encauzar sus procesos significantes impulsando o

reprimiendo esta condición dialógica de todo discurso. (...) Hasta el monólogo aparentemente puro o aislado provoca respuestas más o menos silenciosas, interpela, siquiera potencialmente, a un otro que muchas veces forma parte de los desdoblamientos de la propia estructura lingüística y psicológica del emisor. Por otra parte, hasta el intercambio simbólico más idealmente igualitario contiene desequilibrios variables en la participación activa de emisor y receptor. Pero la condición idealizada, casi mítica, de dichas situaciones extremas no tiene por qué invalidar la operatividad posible de las diferencias entre una tendencia y otra”. (Méndez Rubio, 1997: 97)

Por eso la cultura masiva puede concebirse como fenómeno que promueve y es promovido por la esclerosis del diálogo y el encuentro interpersonal, pero que sin cesar se nutre de ellos y continúa activándolos bajo la forma de un control centralizado, incluso multicentralizado en red, de una forma que para el receptor puede resultar invisible. De ahí que lo masivo se pueda interpretar como un proyecto de control o como mínimo de reacción sistémica ante los desafíos de la interacción cultural y la intervención sociopolítica.

3/ *Cultura popular*: En contraste con la cultura de élite o la cultura masiva, lo popular puede entenderse no como elemento meramente folclórico o tradicional, sino en el sentido gramsciano de cultura que contrasta con la sociedad oficial. Esta acepción de lo popular como práctica o espaciamento subalterno, como se da de forma impura en una asamblea, una *jam session* o un coro de chistes, buscaría explotar las potencialidades interactivas entre emisor y receptor entendidos como funciones intercambiables, no como roles preestablecidos, activando un espacio comunicativo no necesariamente centrado ni jerarquizado. Tendencialmente (es necesario insistir en este adverbio aquí) se trata de un esquema relacional no cerrado, inclusivo, capaz de materializar de formas múltiples e imprevistas nuevos vínculos de sentido entre quienes ahí participan y entre ellos y su entorno de acción. Frente a la premura de lo masivo por instaurar un marco dominante y omnívoro, lo popular es, por su condición de alteridad (y alteración), desplazado a posiciones residuales o subterráneas, desde las que el conflicto se evapora o directamente desaparece:

“La resistencia popular no tiene sitio, pero es como si eso mismo la hiciera desplazarse, incansable, por las ranuras de aire que a veces se asoman a las zonas entrevistas de la vida en común. En su conflicto con la cultura masiva, lo popular abre fisuras, traza líneas imprevistas, a menudo invisibles, a sabiendas que habrán de desaparecer, pero esas fisuras insinúan sin lugar, utópicamente, momentos de fractura, trayectos imposibles” (Méndez Rubio, 2003: 89).

Una vez más, sin embargo, persiste el interrogante sobre cómo el conflicto lograría socializarse en las condiciones actuales de totalización masiva del espacio cultural: es decir, de qué manera el espaciamento popular-subalterno puede contribuir a

abrir el espacio del poder hacia un exterior que, por definición, no existiría. Esta formulación, en apariencia paradójica, puede contener, no obstante, algún resorte crítico aún no explorado o pensado del todo, algún secreto a voces. Quizá, de cara a acercar posibles respuestas, sea necesario pensar no sólo en términos de comunicación o cultura, sino atendiendo a las tensiones espaciales en que esa comunicación y esa cultura pueden o no pueden *tener lugar*.

3.

Por suerte, disponemos de un documento analítico incomparable para entender la reconfiguración de los espacios de convivencia en la primera modernidad gracias al ambicioso, estremecedor y tan frágil esfuerzo realizado por Walter Benjamin en su *Libro de los Pasajes* (2007). Si hubiera que sintetizar la tesis de Benjamin en el *Libro de los Pasajes*, podría presentarse de forma aparentemente paradójica diciendo que el siglo XIX es la época de “culminación del interior” (Benjamin, 2007: 43) y a la vez la fase histórica caracterizada por el “vaciamiento de la vida interior” (2007: 556). La hipóstasis de la domesticidad y la privacidad, con todo su estallido irrefrenable de nuevos mobiliarios, decorados, pasajes y estancias, convierte el espacio privado en el epicentro de la experiencia social; al precio, claro está, de funcionar como espacio compensatorio del debilitamiento de los espacios comunes, de la desrealización de lo social que conlleva la experiencia de la multitud como fantasmagoría. Las masas se agolpan, entre nerviosas y autocomplacientes, movidas por una necesidad ciega que responde al orden estructural de la producción y el consumo; de ahí que el capitalismo moderno, como también apuntara la crítica de Marx en el terreno de la economía política, sea el mundo de las fantasmagorías y los espectros.

El pasaje, siguiendo a Benjamin, abriría un espacio intermedio entre casa y calle, pero ese *in-between* se erige entonces como un nuevo interior posible, ampliado, compartido fugazmente. Es decir, los pasajes no serían sólo un nuevo espacio de urbanidad y civilidad consecuencia de la revolución industrial y la masificación de la vida social sino, además, un paso adelante en la tendencia ideológica moderna que conduce al potenciamiento de lo privado y el vaciamiento paulatino de lo público. Por eso mismo, aclara el propio Benjamin (2007: 553), que “realmente, no se trata en los pasajes de hacer más luminoso el espacio interior, sino de difuminar el espacio exterior”. Aunque sería razonable discutir si no son las dos cosas a la vez, o al menos hasta qué punto no son compatibles, como dos caras de una moneda, los dos procesos paralelos de amplificación luminosa del interior y borrado espectral del exterior; apuntalar muros al tiempo que se desintegran los lugares de paso o encuentro: “La calle que discurre entre casas. Trayectoria de un fantasma a través de los muros de las casas” (2007: 825). El argumento benjaminiano es más intempestivo de lo que parece a primera vista. Esa noción de la calle como lugar vacío,

disponible especialmente para el tránsito anónimo y para la mercantilización de la vida, parece de hecho recogido en una canción reciente de Manu Chao titulada “Me llaman Calle” (*La Radiolina*, 2007), donde el vacío y el sufrimiento de las mujeres-mercancía entroncaba con la banda sonora musical de la película *Princesas* (Fernando León, 2005). Uno recuerda la interpelación estampada en la camiseta que se vende en uno de los llamados *mercadillos alternativos*: “Sal a la calle y coge lo Ke es tuyo”; de acuerdo, pero ¿qué ocurriría si lo que hubiera que atrapar en la calle no fuera, como mucho, un tránsito ciego de fantasmas? ¿No se entiende mejor así las proclamas mediáticas invitando a “echarnos a la calle” para celebrar de modo meramente autoafirmativo la última victoria del equipo de fútbol local o nacional? ¿No será el deslumbrante epítome de un fracaso, es decir, ese “¡Podemos!” que fue a la vez grito de guerra para toda una hinchada enfervecida tras los partidos de la selección nacional y eslogan de la cadena de televisión Cuatro durante la Eurocopa de Fútbol 2008 en Austria y Suiza?

Una respuesta viable, a la hora de comprender la sutura entre el aislamiento doméstico y la ceguera pública, puede provenir de una renovada reflexión no ya sobre el espacio de los pasajes, sino sobre la experiencia hiperestimulada y fantasmática de lo visual en una sociedad masiva. El propio Benjamin (2007: 244) intuye este recurso cuando reproduce estos versos de las *Contemplaciones* de Victor Hugo:

Espiamos ruidos en fúnebres vacíos;
Escuchamos el aliento, errando en la tiniebla, cuya oscuridad tiritita;
Y, por momentos, perdidos en noches insondables,
Vemos iluminarse con fulgor formidable
La ventana de la eternidad.

No sé si el lector estará conmigo, pero no parece quimérico relacionar estas noches de desorientación y soledad, este fulgor de “la ventana de la eternidad” con el que ha sido el medio de comunicación desde la segunda mitad del siglo XX, es decir, la televisión y, más allá de ella, la proliferación masiva de pantallas en la vida privada y colectiva, un tanto a la manera de lo que Paul Virilio ha llamado “la máquina de visión” (1989). Si esta hipótesis no es descabellada, los versos de Victor Hugo nos ponen tras las pista del lugar central de la experiencia televisual en la modernidad. Aquí se podría introducir una línea de conexión poético-política entre la concepción de la *contemplación* de Victor Hugo y que después propuso en sentido crítico Guy Debord. En esa línea de fuerza se escribe la conclusión de Marco Caponera en su ensayo *La sparizione del reale (Lettura critica del linguaggio dei mass media)*: “A fuerza de embelesarnos con la realidad como si fuera una pintura al fresco terminaremos dentro de ella” (Caponera, 2005: 117). En este sentido se podría defender, y quizá sea urgente hacerlo, cómo la *telerealidad*, o *medialidad*, o *sociedad del espectáculo*, se vertebraba en torno a una deuda con la experiencia de la imagen

por esa imagen; esa mirada procura a su vez una experiencia compensatoria en relación con el vaciamiento del exterior, de lo social, de lo público. En las palabras de Debord: “El espectáculo es el *capital* en un grado tal de acumulación que se ha convertido en imagen” (Debord 1999: 50) –y es importante aquí la cursiva para salir de un economicismo determinista como saliera asimismo de ahí la propuesta crítica de Walter Benjamin en su momento. La mediatización del espacio social, tal como se experimenta ya de forma extrema en el siglo XXI, implica así una suerte de *virtualización de lo vivido* o, si se quiere, de espectacularización de un afuera que de alguna forma escópica suture la herida dejada abierta por la desaparición del exterior. Para los más optimistas esta macro-tendencia cultural significa una expansión democrática de la comunicación (Thompson, 1998), mientras que desde una perspectiva crítica resulta apremiante indicar el peligro que pueda estar suponiendo eso que llamamos *comunicación* (dada su deuda con la difuminación del espacio social) nada menos que una “cristalización mortífera” del diálogo (Caponera, 2005: 42). La espectacularización de lo social, por consiguiente, puede estar implicando la desaparición de la comunicación:

“El espectáculo mediático no es muy diferente del espectáculo social que ha originado y del cual, al mismo tiempo, se deriva. Los *media* y los sujetos mediatizados viven hoy un mundo completamente virtual, paralelo al real. A través de sus frustraciones existenciales han creado una escisión entre lo verdadero y el *sueño*, de cuya reificación vive esta dimensión tan efímera como perfecta –y por esto seductora” (Caponera, 2005: 44-45).

La desaparición se contagia entonces de una virulencia secreta, más metonímica que metafórica, pero en cualquier caso eficaz, y hace proliferar una especie de “solipsismo interactivo” (Caponera, 2005: 67), de silencio ensordecedor, por cuanto todo lo que debe no oírse es aquello de lo que depende cualquier condición de escucha. De ahí que, por ejemplo, el consenso de la *public opinion* pueda leerse como una forma de consentimiento o de aceptación (a)social, como parece sugerir Paul Virilio (2001: 89):

“Hoy, todo lo que se calla debe *consentir*, aceptar sin discusión el ruido de fondo de la intemperancia audiovisual; vale decir, de lo ‘ópticamente correcto’. Pero ¿qué es lo que hay entonces del silencio de lo visible bajo el reinado de lo audiovisual de la demasiado famosa televisión?” (Paul Virilio, 2001: 89).

Por supuesto, la virtualización de las redes comunicativas no puede separarse de las dinámicas de globalización económica. Lo que P. Sloterdijk ha llamado “la recopilación de la Tierra por el dinero” (Sloterdijk, 2007: 23), en esta lectura crítica del proceso cultural, puede no conllevar tanto una reconstrucción o *reedificación social* como una reticu-

lación o *redificación institucional* de las potencialidades comunicativas propias de la vida social como espacio abierto de intervención y lucha. Desde esta óptica, el mundo llegaría a funcionar como un Gran Interior en virtud de su acelerado encogimiento hipercomunicativo. En este punto, no es raro que Sloterdijk recupere la reflexión benjaminiana sobre la imagen del Palacio de Cristal, acuñada por Dostoievski en su novela *Memorias del subsuelo* (1864) y edificada monumentalmente con el célebre gran recinto de la Exposición Universal de Londres en 1851. El *Crystal Palace* de 1851 sí podría así ser visto como emblema del nuevo capitalismo psicodélico, de la modernidad espejeante y sus ambientes climatizados, de la recién nacida sociedad *indoor*. El principio interior absorbería así, por transferencia, las tinieblas del mundo externo para traducirlas a los códigos del confort cosmopolita y la visualidad sin límite (dentro de un espacio socialmente limitado). En esta especie de cercado existencial, ambientado por el aire acondicionado del espectáculo y el consumo, es desde donde se puede entender la afirmación que sigue:

“El corte entre Modernidad y Posmodernidad se muestra en los sentimientos espaciales de los seres humanos dentro de la instalación confortable. La viscosa omnipresencia de las noticias ha producido el hecho de que haya innumerables personas que experimenten el antes amplio mundo como una pequeña espera sucia. Quien no ha vivido ante el televisor no sabe nada de la dulzura de la vida en el mundo deslimitado” (Sloterdijk, 2007: 297).

Globalización, mediatización y vaporización del espacio exterior entran de este modo en una interacción no de elementos separados que llegan a conectarse sino, más bien, de caras movedizas y constitutivas de un prisma único. A su vez, cuando las condiciones de la vida social dependen de una forma decisiva de la economía, y ésta por su parte depende de la dinámica estertórea del consumo, se produce inevitablemente una (cada vez menos) imperceptible *reconversión del espacio público en espacio publicitario*. El carácter publicitario de lo público se convierte así en el núcleo operativo, tan sistémico como cotidiano, de toda la transformación sociocultural en curso. Quizá no sea anecdótico el declive de lo que tradicionalmente se llamara *publicidad exterior* en favor de nuevas estrategias de invasión del espacio urbano mediante la omnipresencia de anuncios, marcas e imágenes corporativas, pero sobre todo mediante una sofisticada identificación cualitativa entre los espacios comunes de la ciudad (fachadas, cristaleras, estaciones, transportes públicos, etc.) y los soportes publicitarios. La interacción entre lo público y lo publicitario promueve y es promovida a la vez por esta identificación funcional característica de la *publicidad de guerrilla*. Este nuevo estilo de publicidad no tradicional se apoya en la premisa de que los medios tradicionales como la televisión, incluso los mediadores convencionales como la agencia publicitaria, están en una fase de desgaste que exige un esfuerzo inventivo por acercar la labor publicitaria

al campo de las relaciones públicas. La interacción con el público-consumidor se erige así como clave de acceso (por decirlo en términos habermasianos) instrumentalmente comunicativa para lograr los fines de esta estrategia conocida también como *Content & Contact*. Aquí está radicando la base de lo que los especialistas más avezados consideran ya “una nueva y prometedora era para la creatividad en el ámbito de la publicidad” (Lucas / Dorrian, 2007: 18). En otras palabras, es como si el auge de la publicidad de guerrilla o de contacto surgiera de las ruinas de una idea de *exterior* que está en declive porque ya no es pertinente, y que si ha dejado de serlo es porque la diferencia entre interior y exterior, entre privado y público, se ve difuminada continuamente por la pujanza de la Gran Instalación o el Gran Interior como modelo social contemporáneo. En el fondo, la incidencia de un modelo social monológico y autoritario explica la confusión creciente entre comunicación y publicidad, o entre información y propaganda. Y por eso se pueden encontrar muestras de esta misma tendencia en casos de publicidad no necesariamente empresarial sino institucional. Piénsese, por ejemplo, en la agresiva campaña internacional de publicidad realizada para la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia (España) por la Agencia Engloba, empresa integradora de servicios de comunicación, diseño, publicidad, *marketing*, multimedia, artes gráficas y organización de eventos. En la mejor tradición ambientalista del estilo *new age*, para invitar a visitar ese nuevo espacio arquitectónico donde aún resuena la estela de los palacios acristalados, el eslogan de esta campaña de Agencia Engloba reza: “La emoción está dentro”.

4.

Imago mundi: La totalización del mundo como imagen: todo un proyecto histórico de saber y de poder en clave expansiva. En su trasfondo moderno latía la idea de un exterior como peligro ignoto que hay que reducir, dominar y explotar. De esa expansión emerge la idea de globo, que no es sólo el producto de una retórica y una megalopatía imperialista, sino que se va convirtiendo en mecanismo cotidiano, extensivo e intensivo, para la producción de (la vivencia) del mundo como entorno apropiable, protegido, confortable –al menos para los grupos sociales (minoritarios a escala global) que puedan sacar alguna ventaja de ese proyecto histórico en cuestión. Si los pasajes habrían sido un espacio moderno embrionario, cuya vigencia sigue presente en la amabilidad *indoor* de los grandes centros comerciales, ahora se podría estar entrando, al menos en los entornos del llamado Primer Mundo y en las grandes urbes planetarias, en una experiencia del espacio público como lugar de paso: como si se hubiera pasado del *pasaje* como espacio delimitado al lugar de *paso* como espacio sin límites. La única salida exitosa de este vaciamiento anómico del exterior parece estar siendo la sustitución del exterior por un interior/exterior virtual, televisivo o telemático, pantallizado, mediático.

Entonces sí: la mediatización o informatización del espacio público debe vincularse

con la voluntad de poder propia del capitalismo moderno en su vertiente expansionista y privatizante. Esto no tiene por qué implicar una vinculación mecanicista o determinista, más bien implicaría la necesidad de repensar los conflictos entre poder, contrapoder y antipoder, en un nuevo *marco sin marco* y, por tanto, en una espacialidad donde el exterior ha sido evacuado progresivamente a esos límites residuales donde ni siquiera sobreviven los refugiados, los pobres, los nuevos esclavos, los desechos sin valor del mercado global. En las palabras de Sloterdijk (2007: 71):

“Sólo porque el exterior es a la vez el futuro y porque el futuro, *post mundum novum inventum*, puede ser representado como espacio de procedencia de botín, fortuna y gloria, desencadenan los primeros marinos y los comerciantes-empresarios excéntricos la tempestad de inversiones en el exterior, de la que habría de derivarse durante el transcurso de medio milenio la ecúmene informático-capitalista”.

Esta nueva “ecúmene” de globalización y totalización requiere pues una intensificación en la producción de imágenes que tapen de alguna forma fantasmagórica la ausencia o (como mínimo) distancia supuestamente tranquilizante de lo real –sin ir más lejos, la desaparición de la calle (Parenti, 2007: 35), o bien la calle como lugar para desaparecer (Méndez Rubio, 2003: 269 y ss.t). Ahí entraría en juego la centralidad de la imagen, es decir, de la mirada, es decir, del ojo: en esa nueva distribución de las relaciones espaciales dentro de un mundo sin afuera (y por lo tanto sin futuro, o con un futuro cada vez más en el aire). La relación entre el ojo (o mirada, o conciencia) como poder central y la desaparición del espacio exterior puede comprenderse con una revisión comparativa de dos textos fílmicos específicos, pero representativos, que puedan indicar el giro de *Weltanschauung* que viene teniendo lugar desde el último tercio del siglo XX. Dos ejemplos que podrían ayudar aquí, entre otros tantos sin ninguna duda, serían *2001: Una odisea del espacio* (Stanley Kubrick, 1968) y *El show de Truman* (Peter Weir, 1998). En *2001* el espectador se encuentra con un espacio infinito marcado por el silencio, el desasosiego y un tiempo en transcurso, espaciado, que hace sitio para que emerja desde la primera escena toda la crisis y crítica del sentido (del mundo) que Kubrick proyecta sobre la pantalla. La suspensión de la acción y el vaciado de planos propone en *2001* una mirada desbordada por un espacio inabordable, que así puede leerse como una denuncia de la misión imperial moderna, del expansionismo (hiper)espacial, que paga el precio de una interrupción de la comunicación por una confianza ciega en el poder de la tecnología. Ese trastorno civilizatorio, fechado en 1968, se apoya así en la escenificación de un espacio sin límites, aún “espacio exterior” pero ya encapsulado en una deriva letal, y que ofrece la posibilidad de pensar en el límite de la comunicación, de la humanidad y de la vida (“Life Functions Critical... Terminated”).

El útero protector, que es la nave Discovery que viaja a Júpiter, es representado

por Kubrick a modo de telehogar pantallizado e informatizado, donde se destapa comida prefabricada, se puede practicar *jogging*... y donde los tripulantes hibernan para llevar a buen puerto su misión espacial. En este sentido, la nave gobernada por Hal 9000 es más bien un interior/exterior, o una sinécdoque anticipada de lo que Sloterdijk llamaría “el gran interior”. Más claro, pero quizá de una forma más tramposa, es un “gran interior” esa fascinante comunidad telerrealizada que viene a ser la ciudad de Seaheaven en *El show de Truman*. Más tramposa; el exterior es invisible, inconcebible incluso para Truman Burbank, pero el exterior *está ahí* desde el primer momento, y lo está en un doble aspecto simultáneo: es el exterior amenazante donde los despiadados realizadores del *reality* televisivo, capitaneados por Christof, manipulan vidas humanas con fines exclusivamente comerciales y de audiencia, pero es también el exterior desde el cual esa audiencia (*el público*) sigue con pasión y complicidad las peripecias de Truman, le desea lo mejor, se emociona con él... en una palabra, el exterior de Seaheaven es un exterior salvífico, y el hecho de que Truman lo descubra marcará felizmente su amor y su vida en el futuro. Es cierto que la película de Weir introduce cierta dosis de ironía en el tratamiento de las audiencias y sus afectos masivos, pero también lo es que eso no socava la sintomática capacidad de seducción de la telerrealidad ni la ecuación entre libertad y realidad que se plantea. El espectador se contagia con Truman de un deseo de exterior que es, a la vez, un deseo de realidad, de la realidad de todos los días, de la realidad tal y como es. Como para los protagonistas de la exitosa teleserie *Prison Break* (Fox, 2005-2008), la realidad queda, mediante la ficción marcada en positivo, como espacio de libertad en el exterior, cuando ese exterior es sólo el exterior-interior de la pantalla, y sus rasgos coinciden además abiertamente con los de la realidad autoconcebida como *gran interior* o mundo sin afuera.

En realidad, el terreno para la totalización de un espacio infinito, todavía transitable pero ya virtualizado en torno al poder del ojo, se venía preparando en textos de ficción de mediados del siglo XX, que no por azar han vivido en los últimos años un *revival* descomunal. Un lugar de privilegio lo ocupa desde luego la célebre novela de George Orwell *1984* (1949), en cuya primera página ya se hace necesaria la referencia al poder inédito de las “telepantallas” y a la omnipresencia del rostro-ojo vigilante y totalitario. Otro ejemplo a mano es el temible ojo sin párpado de Sauron en *El Señor de los anillos* de J. R. R. Tolkien, el *best-seller* más vendido de todo el siglo XX y tercero en el *ranking* histórico después de la Biblia y del Quijote. La primera edición de la fascinante novela de Tolkien se realizó en 1954, pero se data el proceso de escritura entre 1937 y 1949. Y así sucesivamente.

5.

¿No necesita la crítica de la cultura una reflexión urgente sobre las condiciones de (im)posibilidad del espacio social? ¿No tiene que ver el espacio social, tanto privado como público, con la pregunta por lo común? Es difícil imaginar que no sea así. En efecto, sabemos que la modernidad es un tiempo de crisis para los vínculos primitivos y la espontaneidad comunitaria supuestamente tradicional, de progresiva sustitución de la *Gemeinschaft* por la *Gesellschaft*, de neutralización sistémica de las potencialidades comunitarias y de comunicación popular, de surgimiento defensivo de comunidades cerradas y fundamentalistas, y también de emergencia de nuevas comunidades con un sentido (auto)crítico difícil de encasillar. Las proclamas globalizadoras no han terminado con el problema de las fronteras, no ya tanto políticas como económicas, no tanto culturales-locales como culturales-transversales, es decir, fronteras en relación con jerarquías y regímenes de subordinación entre culturas (alta cultura, cultura masiva, cultura popular...) que pueden darse simultáneamente en un mismo espacio, grupo o sujeto, pero que en la práctica manejan de forma distinta, incluso contraria, la relación entre esa práctica simbólica y el problema del poder.

En un proyecto social como el generado por el capitalismo moderno, lo social se descompone por la presión de su propio modelo. Y en esta tesitura la relación entre fronteras y comunidades sólo puede generar nuevos anhelos, nuevos modos de socialización, entre los cuales son más visibles los inducidos desde estrategias institucionales, orientadas hacia una posible estatalización (real o imaginada) o una posible mercantilización (en clave de participación e interacción consumista). En todo caso, como avisa Bauman (2006: 29), “la sentencia de muerte dictada contra la comunidad es irrevocable”, o, como mínimo, “está pasada de moda la comunidad, entendida como un lugar en el que se participa por igual de un bienestar logrado conjuntamente” (2006: 57). La *doxa* anticomunitaria propia de la modernidad se camufla en realidad, siguiendo a Bauman, bajo la forma de agrupaciones que son más bien formas de individualismo relativo, cuando no de ensimismamiento compartido. En este abanico de opciones entrarían desde comunidades que refuerzan el régimen de *interioridad* de la Gran Instalación (nuevas élites extraterritoriales en casos de ejecutivos, cosmopolitas y urbanizaciones de clase media) hasta comunidades en posición social de subalternidad (barrios pobres, guetos, refugiados...) que son percibidas como amenaza externa para quienes detentan el confort del actual interiorismo posmoderno.

Justamente este nuevo interiorismo se refuerza de manera no siempre perceptible por la existencia de una multitud o masa (de la que forman parte también individuos y comunidades *virtuales*) donde la norma no comunitaria recuerda con demasiada facilidad, con sospechosa proximidad, el mandato latino *divide et impera*. En ese espacio socioeconómicamente intermedio, pero con seguridad mayoritario en los países del

Norte, la decadencia del reto comunitario (en su sentido comunicativo y abierto esbozado por Bauman) adopta la forma de una especie de confinamiento inercial, donde los lugares se perciben como discontinuos dentro de una continuidad invisible debido a su interioridad obscena. Paul Virilio hablaría aquí de aislamiento como *inercia polar*, suturado por el recurso multimediático e hiperestésico a imágenes y representaciones de todo tipo, en el sentido de que con esta dinámica la realidad,

“se oculta desde ahora en el lugar común de las imágenes, de las representaciones televisadas, y de ahí ese regreso al estado de sitio de la casa, a esa fijeza cadavérica de una residencia interactiva, habitáculo que suplanta la extensión del hábitat, en que el mueble principal es el *asiento*, la butaca ergonómica del inválido-motor, y quién sabe si también la cama, un canapé-cama para el enfermo-mirón, un diván para ser soñado sin soñar, una banqueta para dar vueltas sin darlas...” (Virilio, 1999: 45).

Así pues, se entiende bien la representación y vivencia generalizada de la *calle como peligro* que habría que exorcizar, que sacar fuera de ese interior que no puede soportar la mera inminencia de un exterior cualquiera, aunque se trate de un exterior invivible. Las megafactorías del *global entertainment* parecen haberse dado cuenta del poder de seducción y peligro que la calle tiene para una juventud ansiosa de aventura, o al menos eso parece deducirse de la imagen de la calle como lugar de encuentros estandarizados y acciones redundantes que se da en *Street Dance* (Disney, 2008). Aunque, a propósito de comunidades juveniles y baile callejero, es más productivo el ejemplo del documental de David LaChapelle *Rize* (2005). LaChapelle registra la vida de los jóvenes negros en el sur pobre de Los Ángeles, en la barriada de Holly-Watts, desde la perspectiva de su recurso al baile callejero como escenificación de la violencia urbana, y al mismo tiempo como cultura popular que se autoconciencia como pedagogía de supervivencia. Es el caso del entrañable Tommy The Clown y su labor festiva con jóvenes y niños enseñándoles a bailar *hip-hop* de forma alegre, como una alternativa a la droga o los disparos, desde una perspectiva crítica cercana a la defendida por Marc Levin en *Slam* (1998). Los estertores del cuerpo lo son también del *cuerpo social*: esto vale tanto para el estilo *krump*, masculinista, en clave de lucha, como para el *stripper*, más feminizado y nutrido por la función liberadora del sexo. En una especie de interfase entre el trance y el trauma, los jóvenes barriobajeros de Holly-Watts entran así en relaciones de competición pero también de vinculación amorosa y política, forman comunidades precarias, oscilantes, dejando así huellas de la imposibilidad para esos jóvenes de escapar del gueto, de salir al *exterior*.

En *Rize* se proyecta, con una fuerza en cierto modo ambivalente y también autorreflexiva, todo el magnetismo del espectáculo competitivo cruzado con la potencia placentera y liberadora del baile en la interacción comunitaria en torno al ritmo marcado por la *boom box*, es decir, todo el conflicto que subsiste a la inestable relación entre cultura masiva y cultura popular (Méndez Rubio, 1997). En el centro mismo de este conflicto,

Rize retoma la tensión y el debate entre un arte popular, libertario, modo de re-unión y cooperación, no exclusivo pero sí deudor en todo momento de la vida en la calle, y, por otro lado, el lugar social de las escuelas de arte como espacios cerrados, mercantilizados, disciplinados. De esta manera, se convoca aquí una doble cuestión en paralelo, y de hecho cruzada, como es la actualización de la cuestión comunitaria y la revisión de la función social del arte. Ambas cuestiones se necesitan mutuamente para entender mejor la redistribución en curso del espacio social como espacio común.

Como diría Bauman, la tematización de la comunidad significa quedar atrapados en una ausencia de comunidad que necesita apoyarse en una satisfacción discursiva. O lo que es lo mismo, más en la línea de Blanchot, que sólo es posible una comunidad inconfesable, resistente al poder de cooptación de la realidad, pero por eso mismo no ya una comunidad ideal o sublimada sino una comunidad real. En *La comunidad desobrada* (2001: 35) habla Jean-Luc Nancy de la comunidad como imposibilidad inmanente y, por tanto, como reto o exigencia irrenunciable:

“Tal vez aprendemos así que ya no puede tratarse de figurar o de modelar, para presentárnosla y para festejarla, una esencia comunitaria, y que se trata en cambio de pensar la comunidad, es decir, de pensar su exigencia insistente y tal vez aún *inaudita*, más allá de los modelos o de los modelados comunitaristas”. (Nancy, 2001: 47)

La comunidad deviene, como si dijéramos, un imán desafiante por cuanto desestabiliza la posibilidad de su propia realización, esto es, de llegar a adaptarse a los códigos establecidos y puestos en circulación por la realidad. Ese imán estaría, por lo tanto, situado en una dimensión de materialidad implícita, incluso inconsciente, espectral, por cuanto puede únicamente ser *entre-vista* como momento de exposición y de una alteridad singular y necesaria. Esta (im)posibilidad de comunidad

“no se instaura, no se establece o no emerge entre sujetos (objetos) ya dados. Consiste en la aparición del *entre* como tal: tú y yo (el entre-nosotros), fórmula en la cual la *y* no tiene valor de yuxtaposición, sino de exposición”. (Ibídem: 58)

Por eso no es raro que Nancy proponga una reflexión sobre la comunidad no en términos de *comunió*n sino de *comunicación*: “La comunicación es el hecho constitutivo de una exposición al afuera que define la singularidad” (Ibídem: 59). ¿No es entonces la comunicación, entendida como práctica de una comunidad real por imposible, la mejor forma de explorar la necesidad de exponerse a un afuera, de salir al exterior? A primera vista, una hipótesis como ésta, confiada en la espectralidad de una comunidad entendida como reto crítico, puede parecer evanescente y hasta diletante, pero en todo

caso debería contrastarse con muestras de acciones, discursos y textos concretos, en la línea de lo que ocurre, por ejemplo, como hemos tratado en otra parte (Méndez Rubio, 2003: 272-274), en el *clip* de Arianna Puello titulado *La ley de Murphy* (2001). El montaje visual de la canción de Arianna Puello, una rapera negra llegada a Cataluña desde la República Dominicana, ayuda a comprender el significado social del inmigrante (y aún más especialmente de la inmigrante) como un problema que tiene que ver con la dialéctica *entre interior y exterior* (Belarbi, 2004: 93), no reducible sin más, a los paradigmas identitarios de la sociedad oficial y la cultura mediática más extendida. Entre la imagen pública meramente informativa o realista y las representaciones masivas más alarmistas y tendenciosas, el lugar social del/la inmigrante, así entre-visto, podría generar una especie de tercer espacio entre clandestino y fantasmal, que aún se reservaría fisuras, líneas de aire, para la producción de espaciamentos críticos en el espacio compartido de la realidad común.

También Nancy contribuye, mediante su connotativa noción de *escritura*, a repensar el lugar del arte como invención del *entre*, como *intervención* o *incisión* en un espacio que se desearía clausurado o interior. La *escritura* o el *arte*, en este sentido específico, actuaría como interrupción en común, como comunicación o producción de espaciamentos, de lo que Nancy llama la *des-obra*, una vez más, *qua* “exponerse al trazado singular de nuestro ser-en-común” (Nancy 2001: 77). Nótese que aquí el vínculo entre *comunicación* y *arte* no tiene ya el sesgo ingenuo tan marcado por ejemplo en el clásico *¿Qué es el arte?* de Lev N. Tolstói (2007: 63-66): estas nociones, una vez orientadas en un sentido crítico, ya no se sostienen sobre la realidad de una obra preexistente o posible sino en la espectralidad de su imposible desaparición o destrucción. La apertura del espacio simbólico que el arte provoca, en fin, abre una zona de incertidumbre sobre sus repercusiones sociales que está llevando, en la práctica, a fórmulas de intervención muy alejadas entre sí pero dependientes de una misma problemática cultural (la relativa a la reapertura creativa del espacio público dentro del régimen dialéctico interior/exterior): aquí podría, por supuesto, mencionarse desde el auge reciente del *arte público* hasta la estrategia mercadotécnica conocida como *Artvertising* –esa combinación expositiva de arte moderno y publicidad inaugurada en 2006, en plena área de negocios de Amsterdam, por la fachada de la escuela de diseño Sandberg Institute. Se abren, en suma, nuevas variantes, con propósitos y efectos diversos y contrapuestos, que requerirían un análisis minucioso, atento a las particularidades de cada caso y cada táctica en juego.

6.

Reciente aún el polémico aniversario de Mayo del 68, puede ser relevante un último apunte sobre la intervención poético-política en el espacio público, máxime cuando este espacio presenta cada vez más indicios de estar desapareciendo como tal. Un lugar

ejemplar para discutir esto es (o lo fue) la calle. Es posible y frecuente encontrar todavía reivindicaciones de la calle como lugar de sociabilidad crítica, como es el caso del siguiente paso:

“Es en la calle donde se produce en todo momento –a pesar de las excepciones que procuran de vez en cuando la policía y los fanáticos– la integración de las incompatibilidades, donde se pueden llevar a cabo los más eficaces ejercicios de reflexión sobre la propia identidad, donde cobra sentido el compromiso político como consciencia de las posibilidades de la acción y donde la movilización social permite conocer la potencia de las corrientes de simpatía y solidaridad entre extraños” (Delgado, 1999: 208).

Al mismo tiempo, no es fácil delimitar en qué consisten con exactitud las excepciones policiales o a qué nos referimos cuando hablamos de “fanáticos”. Se podría poner aquí el conocido y doloroso caso de la cumbre del G-8 en Génova (Italia) entre los días 1 y 21 de julio de 2001. Las manifestaciones públicas contra la cumbre se hicieron trágicamente célebres por la muerte del joven manifestante Carlo Giuliani por un disparo de la policía. Pero aún más decisivo para el recorrido reciente de la relación entre movimientos sociales y comunicación popular fue la salvaje carga nocturna contra grupos contrainformativos, principalmente aglutinados en torno a Indymedia, y que estaban indefensos y pacíficamente alojados por decisión municipal en los locales de la Escuela Díaz en Génova. El suceso está registrado con precariedad pero recogido fielmente, al fin y al cabo, en documentos escritos como *La batalla de Génova* (Riera, 2001) y audiovisuales como *Spezial Genua* (Kanal B, 2001) o *Genova Libera* (Producciones Subversivas, 2005) –que por lo demás confrontan con agilidad los acontecimientos del momento con su versión teleanformativa masivamente extendida.

¿No podría ser Génova 2001, como antes fue Mayo 1968, una secuela más, un último estertor del final de los espacios públicos como espacios abiertos? En cierto modo es así: “No hay límites del espacio público, puesto que la calle siempre es un límite” (Delgado, 1999: 209). De acuerdo, pero la calle ¿es un límite que abre o un límite que cierra? ¿Por qué podrían ponerse demasiados ejemplos reales de casos en los que la lucha por convertir la calle en un espacio abierto, en un espaciamiento, termina con prohibiciones legales o represiones policiales no necesariamente “excepcionales”? ¿Es, entonces, el llamado *espacio público* un espacio exterior o termina tendencialmente reducido a la función de ámbito de ensamblamiento colectivo, es decir, de simulacro de exterior que actúa como un interior neutralizado (por su propia apariencia supuestamente naturalizada como exterior)? El asunto no es baladí por cuanto lo que está en juego es una apertura del espacio a la posibilidad de una acción crítica. Cuando la acción social, como proyección de la práctica en un exterior compartido, se da encapsulada en un interior sin

límites, podría darse una situación, en fin, de necesidad crítica de poner en suspenso la esencialidad de esa *acción* hasta volver a ver, o volver a abrir aquello que está colapsado por su propia definición. Así puede entenderse este argumento de Zizek (2004: 60):

“Uno debe tomar valor para afirmar que, en una situación como la de hoy, la única manera de permanecer abiertos efectivamente a la oportunidad revolucionaria es renunciar a las llamadas fáciles a la acción, que necesariamente involucran una actividad donde las cosas cambian para que la totalidad permanezca igual. La dificultad hoy es que, si sucumbimos al impulso de ‘hacer algo’ directamente, cierta e indudablemente contribuimos a la reproducción del orden existente. La única manera de echar los cimientos para un cambio verdadero y radical es retraernos de la compulsión a actuar, a ‘hacer nada’ –y así abrir el espacio para un tipo diferente de actividad”.

Desde el punto de vista de la teoría de la comunicación, el problema recuerda aquí al que plantea la confusión entre comunicación y propaganda (o publicidad) en el modelo social propio de la modernidad tardía. Ahí es justamente donde más urgente se hace la discusión sobre las condiciones que lleven a “abrir el espacio”. Desde una óptica crítica (Adorno, 2003) hablaríamos de la relación estructural entre una propaganda sin límites (gracias en primer lugar a su identificación con el concepto de comunicación) y la pervivencia histórica de un fascismo de baja intensidad bajo la forma de “una alianza fascista-conservadora madura” (Paxton, 2005: 240). Se podría, en fin, sugerir esto de forma juguetona mediante el nombre de la cadena de tiendas de Vodafone: INTERNITY. Como es obvio, el término Internity asocia persuasivamente Internet y Eternity para convocar una celebración atemporal de la infinitud de las tecnologías comunicativas en la era global, subrayando el prefijo *inter* como puente o un *entre* propiamente dialógico, comunicativo por excelencia. A la vez, casi como si no pudiera evitarse, el lexema se abre así de *inter* a *intra* en virtud de la prolongación en intern(o), relativo al interior. Aunque esto es sin duda solamente un lapsus.

Referencias bibliográficas

- ADORNO, Th. W. *Ensayos sobre la propaganda fascista*. Barcelona: Voces y Culturas, 2003.
- APPADURAI, A. *La modernidad desbordada: Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo/ México: Trilce/FCE, 2001.
- BAUMAN, Z. *Comunidad (En busca de seguridad en un mundo hostil)*. Madrid: Siglo XXI, 2006.
- BECK, U. *¿Qué es la globalización?* Barcelona: Paidós, 1998.
- BELARBI, A. “La dinámica de las representaciones sociales en una situación de inmigración”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*. No. 66-67 (2004). P. 81-97.

- BENJAMIN, W. "Tesis de filosofía de la historia". *Discursos interrumpidos I*. (1990). Madrid: Taurus. P. 175-191.
- *Libro de los Pasajes*. Madrid: Akal, 2007.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, E. *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal, 2002.
- CAPONERA, M. *La sparizione del reale (Lettura critica del linguaggio dei mass media)*. Roma: Le Nubi Edizioni, 2005.
- DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos, 1999.
- DELGADO, M. *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999.
- FOUCAULT, M. "Espacios Otros". *Versión 9* (1999).
- LUCAS, G. y DORRIAN, M. *Publicidad de guerrilla (Otras formas de comunicar)*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- MÉNDEZ RUBIO, A. *Encrucijadas: Elementos de crítica de la cultura*. Madrid: Cátedra, 1997.
- *La apuesta invisible: Cultura, globalización y crítica social*. Barcelona: Montesinos, 2003.
- NANCY, J. L. *La comunidad desobrada*. Madrid: Arena Libros, 2001.
- PARENTI, M. *La lucha de la cultura*. Hondarribia: Hiru, 2007.
- PAXTON, R. O. *Anatomía del fascismo*. Barcelona: Península, 2005.
- RIERA MONTESINOS, M. (ed.) *La batalla de Génova*. Barcelona: El Viejo Topo, 2001.
- SLOTERDIJK, P. *En el mundo interior del capital (Para una teoría filosófica de la globalización)*. Madrid: Siruela, 2007.
- THOMPSON, J. B. *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998.
- TOLSTÓI, L. N. *¿Qué es el arte?* Pamplona: EUNSA, 2007.
- TOMLINSON, Ch. *Globalización y cultura*. México: Oxford University Press, 2001.
- VIRILIO, P. *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra, 1989.
- *La inercia polar*. Madrid: Trama Editorial, 1999.
- *El procedimiento silencio*. Buenos Aires: Paidós, 2001.
- YÚDICE, G. *El recurso de la cultura (Usos de la cultura en la era global)*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- ZIZEK, S. *La revolución blanda*. Buenos Aires: Parusia, 2004