

*Blogs, fotologs,  
videologs y  
webcams:*  
**Intimidades  
y confesiones  
en la Web**



Paula Sibilía  
Profesora de Comunicación  
UFF ( Universidade Federal Fluminense)

*ABSTRACT*

*Blogs, fotologs, videologs and webcams:  
Intimacy and confessions in the Web*

*Internet is producing new "confessional" practices: millions of users all around the world are appropriating devices such as blogs, fotologs, videologs and webcams, and they are using them to publicly expose their intimacy and their private lives. These surprising novelties are peculiar manifestations of a greater process that involves them and makes them possible: strong transformations in subjectivities and in the "ways of being" that are currently occurring and deserve further analysis.*

*RESUMEN*

*Internet está generando nuevas prácticas confesionales: millones de usuarios de todo el planeta se apropian de dispositivos como los blogs, fotologs, videologs y webcams, y los utilizan para exponer públicamente su intimidad y su vida privada.*

*Esas inquietantes novedades parecen manifestaciones de un proceso más amplio que las engloba y las hace posibles: fuertes transformaciones en las subjetividades y en los "modos de ser" que están ocurriendo actualmente y merecen ser analizadas*

## ***Blogs, fotologs, videologs y webcams: Intimidades y confesiones en la Web***

Un inmenso torbellino de palabras da cuerpo a la red global Internet: textos escritos en los idiomas más diversos, muchas veces acompañados por fotografías, dibujos, sonidos y películas. En medio de esa verdadera avalancha de informaciones, crece un fenómeno sumamente interesante: aquellos espacios en los cuales los usuarios de todo el planeta se dedican a exponer la propia intimidad, ya sea a través de los blogs, fotologs, videologs o webcams. Todas estas novedades suscitan algunas preguntas iniciales: ¿estas nuevas formas de expresión y comunicación deberían ser consideradas *vidas* u *obras*? Estos textos auto-referenciales y estas escenas de la vida privada que agitan las pantallas interconectadas por la red mundial de computadoras, ¿muestran la *vida* de sus autores o son *obras* de arte producidas por los nuevos artistas de la era digital? ¿Es posible que sean, al mismo tiempo, vidas y obras? ¿O serán algo completamente nuevo? A pesar de las muchas dudas, cabe indagar si todas esas palabras y ese aluvión de imágenes no hacen nada más (ni nada menos) que exhibir fielmente la *realidad* o si, al contrario, crean y exponen ante el público un *personaje* ficticio. En suma: ¿son las *obras* de un *artista* -encarnan, por lo tanto, una nueva forma de *arte* y un nuevo género de *ficción*- o se trata de documentos *verídicos* acerca de *vidas reales*?

No hay respuestas fáciles para estas preguntas, que involucran varias categorías problemáticas: realidad, ficción, vida, obra, arte. Aún así, una primera aproximación lleva a definir estas nuevas prácticas como géneros autobiográficos; una categoría artística (y sobre todo literaria) que ya tiene una larga historia y contempla una diversidad de expresiones: desde las cartas y diarios íntimos hasta las memorias y autobiografías. Pero esa definición tampoco es sencilla, porque no hay nada inherente a las características formales o al contenido narrado en dichos textos que permita diferenciarlos claramente de las obras de ficción; algunas novelas copian sus formas (como las sagas epistolares o las "falsas autobiografías"), y son incontables las ficciones que incorporan eventos realmente vividos por sus autores. De modo que la especificidad de los géneros autobiográficos debe buscarse fuera de los textos: en el *mundo real*, en sus relaciones con los autores y lectores.

Fue exactamente eso lo que descubrió Philippe Lejeune en la década de 1970. A ese crítico francés corresponde la definición más usual: las obras autobiográficas se distinguen porque existe un "pacto de lectura"

que las consagra como tales. ¿En qué consiste dicho pacto? En la creencia, por parte del lector, de que coinciden las identidades del *autor*, *narrador* y *protagonista* de la historia que se cuenta. De modo que si el lector  *cree*  que el autor, el narrador y el personaje principal de un relato son la misma persona, entonces se trata de una obra autobiográfica.

Los objetos aquí estudiados parecen responder a tal postulado: ciertos usos *confesionales* de los blogs, fotologs, videologs y webcams serían manifestaciones renovadas (multimedia, digitales y “enredadas”) de los viejos géneros autobiográficos. El *yo* que habla, se narra y se muestra incansablemente vía Internet es triple: es al mismo tiempo **autor**, **narrador** y **personaje**. Pero además no deja de ser una  *ficción* ; porque a pesar de su contundente auto-evidencia, el estatuto del *yo* siempre es endeble y problemático, ya que se trata de una unidad ilusoria construida en el lenguaje a partir del flujo caótico de la experiencia individual. Sin embargo, es un tipo muy especial de ficción, porque no sólo se desprende del magma *real* de la propia existencia sino que además provoca un fuerte efecto en el mundo: nada menos que el *yo* de cada uno. Un *efecto-sujeto*. Es una ficción necesaria porque estamos hechos de esos relatos. El lenguaje nos da consistencia y relieves propios, personales, particulares; y la sustancia que resulta de ese cruce de narraciones se (auto)denomina “yo”. De modo que la experiencia de uno mismo como un *yo* se debe a la condición de *narrador* del sujeto, alguien que es capaz de organizar su experiencia en la primera persona del singular. Pero hay algo más: tal sujeto no se *expresa* unívoca y linealmente a través de sus palabras, sino que se *constituye* en el vértigo de ese torrente discursivo.

En las narraciones auto-referenciales, adquiere forma y contenido la experiencia de la propia vida; gana consistencia y sentido, mientras se va cimentando alrededor de un *yo*. Rimbaud lo enunció de una forma tan clara como enigmática: “yo es otro”. Desde aquel lejano 1871 en que esas famosas palabras fueron proferidas por primera vez, se desdoblaron hasta cristalizarse en aforismo. El poeta francés tenía 17 años de edad, e Internet estaba muy lejos de ser siquiera imaginada; aún así, casi petrificada en el mármol del cliché, esa misteriosa frase todavía logra evocar la índole siempre esquiva y múltiple de ese sujeto gramatical: *yo*, la primera persona del singular.

Pero si el yo es un *narrador-narrado*, ¿qué es la vida? La experiencia vital de cada sujeto es un relato que sólo puede ser pensado y estructurado como tal, disecado en el lenguaje. Al igual que el yo, la vida posee un carácter eminentemente narrativo. Pero así como ocurre con su

PAULA SIBILA

protagonista, esa narración no *representa* lisa y llanamente la historia que se ha vivido, sino que la *presenta* y de alguna manera la *realiza*, le da consistencia y sentido, delinea sus contornos; en fin: la constituye. Así lo ha expresado Virginia Woolf en sus diarios íntimos: “es curioso cuán poco tengo el sentimiento de vivir cuando mi diario no recoge el sedimento”. Es algo semejante a lo que sucede con las fotografías que registran ciertos acontecimientos de la vida cotidiana y los congelan para siempre en una imagen fija. Suele ocurrir que la foto termine tragándose al referente, para ganar más *realidad* que aquello que en algún momento de veras sucedió y fue fotografiado. Del mismo modo, también las palabras que tejen la minuciosa escritura autobiográfica parecen detentar ese poder mágico: no sólo atestiguan, sino que también organizan e incluso conceden *realidad* a la propia experiencia. Tales narraciones constituyen la propia vida: la *realizan*.

### **Epidemia autobiográfica: fascinación e irrelevancia de la “vida real”**

El mundo contemporáneo padece una notable expansión de relatos biográficos; no sólo en Internet, sino en los más diversos medios y soportes. Pareciera que se ha desatado una intensa “sed de realidad”, un apetito voraz que incita al consumo de vidas ajenas y *reales*. Las narraciones de ese tipo reciben gran atención por parte de los medios de comunicación y del público global, conquistando un terreno antes ocupado de manera hegemónica por las historias de *ficción*. Además de ese incremento, al efectuar una rápida comparación con lo que ocurría poco tiempo atrás se destacan ciertas peculiaridades en los relatos biográficos que hoy proliferan.

Por un lado, el foco de interés se ha desviado, abandonando las “personas ilustres” y las “vidas célebres” para dirigirse hacia la “gente común”, sin despreciar la búsqueda de aquello que toda figura extraordinaria también tiene de “común”. Por otro lado, hay un desplazamiento hacia la intimidad: aquellos ámbitos de la existencia que antes se conocían como privados. Mientras los límites de lo que se puede decir y mostrar se van ensanchando, la esfera de la intimidad se exagera bajo la intensa luz de una visibilidad que se desea total. Y aquellos ámbitos

tradicionalmente conocidos como públicos van quedando vacíos y en silencio.

Pero nuestro mundo atraviesa otras mutaciones igualmente inquietantes. Los relatos que nos constituyen se distancian de los modelos literarios que imperaron a lo largo de la era industrial: nuestros relatos vitales han abandonado las páginas de las novelas clásicas y los folletines. Se desvanecen esas exhalaciones de palabras plasmadas en papel, esa infinidad de mundos ficticios que tanto han aportado a la producción de subjetividades en los últimos siglos, ofreciendo a los ávidos lectores las más jugosas fuentes de identificación e inspiración para auto-construirse. Ahora la lectura de cuentos y novelas está declinando en todo el planeta,<sup>1</sup> y la inspiración identificatoria emana de las pantallas que invaden todos los rincones con sus insistentes imágenes cinematográficas, televisivas y publicitarias.<sup>2</sup> Por eso, hoy la vida se parece mucho a una película. O al menos es deseable que así sea: una película de moda, con mucha acción y *estilo*. Hasta los más nimios episodios y gestos cotidianos revelan su parentesco con las escenas de video-clips y publicidades.

No se trata de meras “evoluciones” o adaptaciones prácticas a los nuevos medios y tecnologías que han aparecido en los últimos años. Sumando todos esos pequeños cambios y agrupándolos bajo una nueva lógica, lo que se ha operado adquiere la forma de una verdadera mutación: en nuestro espectacularizado siglo XXI, el juego de espejos se complica inexorablemente. En vez de reconocer en la ficción de la pantalla (o de la página impresa) un reflejo de nuestra vida real, cada vez más parecería que evaluamos la propia vida “según el grado en que satisface las expectativas narrativas creadas por el cine”, como insinúa Neal Gabler en su provocador estudio sobre la lógica del espectáculo en el mundo actual. Por eso, no sorprende que los sujetos contemporáneos adapten los principales eventos de sus vidas a las exigencias de la cámara, ya sea de video o de fotografía, aun cuando el aparato concreto no esté presente (incluso -podría agregar un observador mordaz- porque nunca se sabe si uno está siendo filmado). Así, la espectacularización de la intimidad

---

1 Según una encuesta del Fondo Nacional de las Artes de los Estados Unidos, el porcentaje de adultos que leen obras literarias en ese país pasó de 56,9% en 1982 a 46,7% en 2002. La mayor merma (28% en los últimos diez años) se verificó entre los jóvenes, debido al “uso elevado de una variedad de medios electrónicos”. El informe (<http://www.arts.gov>) concluye que “a tal velocidad, ese tipo de actividad tiende a desaparecer en medio siglo”.

2 Un estudio de la Universidad da California confirmó que “además de ser la actividad dominante de los estadounidenses en sus momentos de ocio, ver televisión es la tercera actividad humana estandarizada más común”, después de trabajar y dormir.

cotidiana se ha tornado habitual, poniendo en práctica todo un arsenal de técnicas de estilización de la propia personalidad y de las experiencias vitales para “salir bien en la foto”. Las recetas más efectivas provienen de los moldes narrativos y estéticos de la tradición cinematográfica, televisiva y publicitaria.

En ese nuevo contexto, el *yo* no se presenta sólo o principalmente como un *narrador* (poeta, novelista o cineasta) de la “epopeya” de su propia vida sino como un *personaje* de los medios audiovisuales. Ese personaje actúa como si estuviera ante una cámara, para exhibirse idealmente en cualquier pantalla. Aunque las formas autobiográficas se multipliquen desmesuradamente hoy en día, sugiriendo una comparación fácil con el furor de escribir diarios íntimos (que en el siglo XIX impregnó la sensibilidad burguesa y conquistó legiones de hombres, mujeres y niños), un detalle importante acompaña el tránsito del secreto y el pudor que envolvían a dichas prácticas, hacia el exhibicionismo triunfante que irradian estas nuevas versiones. Al pasar del clásico soporte de papel y tinta hacia la pantalla, la subjetividad que se construye en los nuevos géneros autobiográficos no parece enfatizar el papel del *autor-narrador* de esos relatos, sino el de su *protagonista*. Aquello que entre los participantes de los reality-shows sucede de manera caricaturesca y deformada por la exageración -esa auto-construcción como un personaje estereotipado, por medio de recursos performáticos y aderezos técnicos se replica en el “show de la realidad” cotidiana: los sujetos contemporáneos se construyen a sí mismos como personajes *reales* pero al mismo tiempo *ficcionalizados* de sus propias vidas/películas.

¿Qué significa todo esto? ¿Habría una especie de *mentira* de fondo, una deplorable falta de autenticidad en las construcciones subjetivas actuales? ¿Se habría generalizado el uso de máscaras que ocultan alguna *verdad* fundamental, algo más *real* que estaría detrás de esa imagen bien construida pero fatalmente *falsa* o *ficticia*? La respuesta encierra una complejidad que excede en mucho un mero sí o un rotundo no, porque las relaciones entre verdad y mentira, ficción y realidad, esencia y apariencia, verdadero y falso —que nunca fueron simples— también se han complicado.

## **El autor: un “tirano” que nace, muere y resucita**

Cabe aquí un breve paréntesis histórico. Vale recordar que en la Edad Media no sólo no existía la mera idea de “personalidad artística”,

con su exaltación de la originalidad individual del autor en las obras de arte, ya que la función del artista consistía en copiar -de una manera siempre condenada a la imperfección- la belleza de la obra divina. Su misión no era *crear* algo nuevo sino apenas *imitar* el mundo ya existente, y hacerlo de la forma más neutra posible. Por eso, muchas obras medievales son anónimas. La concepción del artista como un genio movido por la fuerza espontáneamente creadora de su personalidad surgirá recién en la primera mitad del siglo XIX. El artista romántico pasó a constituirse como una figura *especial* y una personalidad *singular*, alguien radicalmente distinto de las demás personas; un ser *inspirado*, con una individualidad marcada y una opulenta "vida interior" que era la fuente de su arte. Así se fue instaurando una relación directa y necesaria entre la personalidad del artista y su obra. La personalidad de quien era capaz de *crear* pasó a valorizarse cada vez más, llegando a convertirse en un valor en sí mismo, muchas veces en detrimento de la obra que de hecho se creaba, y pasando a predominar sobre ella con un grado de insistencia creciente. Fue así como nació una manera artística de "mirar hacia dentro de sí mismo" que no parece haber existido en las épocas de Leonardo o de Homero, y que fue minuciosamente desarrollada en los últimos dos siglos de la historia occidental. Con ella emergió la figura del autor, aquel que se reivindica como *creador* de un universo: su obra. Esa figura también implica una idea de propiedad legal sobre el objeto creado: toda obra pasó a ser un producto, una mercadería.

Además de su nacimiento, la "muerte del autor" fue un asunto muy discutido hace algunas décadas. Al menos desde cierto punto de vista, esa problemática hoy parece completamente anacrónica. Tal vez el propio Roland Barthes, uno de sus voceros más entusiastas, provea la clave capaz de explicar el retorno triunfante de ese "tirano", pocos años después de su muerte tan copiosamente anunciada. En 1968, el crítico francés concluía así su famoso ensayo titulado *La muerte del autor*: "para devolver a la escritura su devenir, hay que invertir su mito: el nacimiento del lector debe pagarse con la muerte del Autor". Pero las cosas han cambiado: ahora es el lector quien parece agonizar, y en una contrapartida no exenta de ironía, el mito del Autor resucita con todos los ímpetus.

El argumento estadístico es categórico: en los Estados Unidos (uno de los dos países con mayores índices de lectura del mundo, junto con Francia), en los últimos diez años hubo una disminución de 20 millones de "lectores en potencia", pero la cantidad de escritores aumentó casi 30%, pasando de 11 a 14 millones. Algo similar parece estar ocurriendo

PAULA SIBILA

en un país tan distinto como el Brasil.<sup>3</sup> Mientras el total de libros vendidos se mantuvo prácticamente idéntico en la última década -denotando cierta estabilidad en la cantidad de lectores, a pesar del aumento de la población y de la significativa disminución del analfabetismo- se duplicó el número de lanzamientos anuales, indicando un incremento equivalente de la diversidad de autores.

Pero no hace falta recurrir a la crudeza de las cifras: con buena parte de la parafernalia mediática volcada hacia la estetización de la personalidad artística, la figura del autor parece estar más viva que nunca. Paradójicamente, la amenaza de muerte no pende sólo sobre el lector sino también sobre una vieja compañera de ambos: la obra. Gracias a todo el arsenal mediático -con su capacidad de fabricar *celebridades* y satisfacer la "sed de vidas reales" del público- estaría desplazándose hacia la figura del artista la vieja "aura" que Walter Benjamim examinó como un atributo inherente a toda obra de arte; ya fatalmente acorralada en su análisis de 1936, debido a los avances de las técnicas de reproducción mecánica y a la supuesta desvalorización o desaparición del "original". Esa hipertrofia de la figura del autor estilizada en los medios, que desplaza la obra a un segundo plano y llega a justificar su ausencia, parece expresarse de manera singular en los nuevos géneros autobiográficos de la Web.

### **Confesiones en Internet: ¿una proliferación de *artistas sin obra*?**

Los autores de blogs y otros géneros confesionales de Internet parecen exponentes de esa nueva clase en expansión: los artistas sin obras. Quizás las imágenes auto-referenciales y los textos intimistas que hoy aturden las pantallas tengan una meta prioritaria: permitir que sus *autores* se conviertan en *artistas*. Estas nuevas formas de expresión y comunicación serían una mera excusa para que los usuarios de Internet (entendidos como "cualquier persona" o "gente común") pueden crear y desarrollar a gusto aquello que sería su principal y verdadera obra, es decir: su propia personalidad, como algo impregnado de cierto "estilo artístico".

---

<sup>3</sup> Un país que no sólo ostenta índices elevados de analfabetismo (20,1% en 1991; 13,6 % en 2001), sino que además el 76% del resto de la población corresponde a la categoría que la ONU define como "analfabetos funcionales". De modo que sólo una pequeña porción de los brasileños constituye público lector de libros, un contingente que aún así ronda los 26 millones de personas. En una coincidencia que no sería prudente atribuir al azar, Brasil es el país del mundo que posee más autores de fotologs, superando ampliamente a todos los demás.

Un indicio que apoya esta perspectiva es que tanto los textos como las imágenes de estos nuevos géneros confesionales suelen no tener valor artístico en el sentido moderno. Estéticamente, en su gran mayoría, son inocuos. Aunque las escrituras de Internet se han convertido en una fértil antesala para la publicación de todo tipo de libros y para lanzar al mercado jóvenes autores, también es cierto que abundan las críticas despiadadas sobre la falta de competencia literaria en los “confesionarios” de Internet. Se trata de una escritura con fuertes marcas de oralidad, que no remite a otros textos ni se apoya en parámetros típicamente literarios, sino que están plagados de referencias a los más diversos productos de la cultura de masas y del mercado de consumo. Un ejemplo es el “perfil” estándar que describe a los autores-narradores-personajes: una enumeración de discos, películas y programas de TV favoritos, además de las marcas de productos que les agradan, en rubros como vestuario y alimentación.

Además, a pesar del énfasis en la *interactividad* y de la importancia de los comentarios dejados por los visitantes de los blogs, fotologs y otros sitios similares- estas nuevas obras autobiográficas no parecen exigir la legitimación de los lectores para consumir su existencia. Algunas cifras pueden ayudar: según estadísticas recientes, habría 8,8 millones de blogs confesionales; significativamente, la cantidad de lectores no llega a duplicarlos: 14 millones. Quizás estos datos estén indicando algo relevante: más allá de la calidad de la obra, no hace falta que ésta sea realmente leída. Basta que se constate su existencia y, sobre todo, que se construya la figura del autor. Esta sería la principal función de los comentarios interactivos: confirmar la subjetividad del autor, que sólo puede construirse como tal ante el espejo legitimador de la mirada ajena. En ese gesto, el autor debe ser reconocido como el portador de algún tipo de “personalidad artística”. Para acceder a tan preciado fin, la obra es un elemento importante pero de segundo orden, pues lo que realmente importa es la vida del autor y su estilo como personaje.

### **Sólo es *real* lo que aparece en la pantalla: el fetichismo de las celebridades**

En el siglo XIX el mundo hervía de relatos. Las novelas, los intercambios epistolares y los diarios íntimos vivían su esplendor, al igual que los escritores y lectores. En esa época también relucía la subjetividad moderna delineada bajo la hegemonía burguesa; un modo de ser cincelado

bajo la sombra de la personalidad artística romántica, dotada de una opulenta "vida interior" y de una historia propia que la sostenía y singularizaba. En un mundo como ése todo parecía existir para ser contado en un libro, según la célebre expresión de Stéphane Mallarmé. O, como habría dicho otro poeta, el inglés Coleridge: "no importa qué vida, por más insignificante que sea... si está bien narrada, es digna de interés". Pues el mero hecho de *narrar bien* era la clave que permitiría tornar extraordinaria cualquier vida, por insignificante que fuese en la *realidad*. En ese contexto ya lejano, siguiendo un camino inaugurado por los *Ensayos* de Montaigne, los sujetos contaban su propia historia y construían un *yo* en el papel para fundar su especificidad individual. No es más la personalidad ilustre que se narra para la posteridad, como ocurría en el Renacimiento, sino que se narra para ser alguien extraordinario.

Pero los tiempos que corren son mucho menos románticos, y las cosas han vuelto a cambiar. No es casual que ahora, en vez de parecer que todo existe para ser contado en un libro –como en la época de Mallarmé– crece la impresión de que sólo ocurre aquello que se exhibe en una pantalla. Ya no es más necesario que la vida en cuestión sea extraordinaria (como era el caso de las biografías renacentistas), y tampoco es un requisito imprescindible que esté bien narrada (como exigían los ímpetus románticos). Porque ahora la pantalla -o la mera visibilidad- es capaz de otorgar un brillo extraordinario a la vida común recreada en el rutilante espacio mediático. Es la lente de la cámara, son los reflectores y los flashes los que *crean* y dan consistencia a lo *real*, por más anodino que sea el referente al cual apuntan las cámaras: ellos le otorgan su aura. Por eso, los medios pregonan que ahora *cualquiera* puede ser famoso; no deja de ser cierto. Y tanto los genuinos famosos de antaño como los de hoy en día son rescatados en sus papeles de *cualquiera*; se los festeja en las pantallas y en otros soportes con esplendor mediático porque son *comunes*. Así, se exhibe y ficcionaliza una intimidad que aun siendo banal -y quizás justamente por eso- resulta fascinante ante la mirada ajena.

Por todo esto, las "vidas reales" contemporáneas deben ser estetizadas como si estuvieran siempre en la mira de los *paparazzi*. Para ganar peso, consistencia e incluso existencia, la propia vida debe ser estilizada y ficcionalizada como si perteneciera al protagonista de una película. Así, cotidianamente, las personas/personajes son recreadas y adornadas con recursos ficcionalizantes. No es tan difícil, ya que los medios ofrecen un amplio surtido de disfraces e identidades descartables para que el público las emule: basta elegirlas, copiarlas, usarlas y después

rápidamente descartarlas para reemplazarlas por otras. Un complicado juego de espejos con los personajes mediatizados dispara procesos de identificación efímeros y fugaces, que promueven las innumerables ventajas de reciclar regularmente la propia personalidad.

Así lo explica Neal Gabler:

el cine, como una fuerza expedicionaria, fue llenando la cabeza del público de modelos para apropiarse, impregnándolo de un sentido mucho más profundo que el que podría haber tenido cualquier persona del siglo XIX sobre la importancia de las apariencias para producir el efecto deseado.

En el mundo globalizado del siglo XXI, animado por una cultura que desdeña toda pregunta por las causas profundas y los grandes fundamentos para orientarse hacia la producción de efectos en el aparato perceptivo ajeno, el mercado de las apariencias y el culto a la personalidad alcanzan dimensiones inesperadas. El fenómeno salió del cine para colmar todas las pantallas, incluso las de los ubicuos teléfonos celulares.

La popularización de las tecnologías digitales contribuyó a concretar esos sueños de auto-estilización, permitiendo registrar todo tipo de escenas de la vida privada con facilidad, rapidez y bajos costos, además de inaugurar nuevos géneros de expresión y canales de divulgación. Los blogs, fotologs, videologs y webcams son sólo algunas de esas flamantes estrategias. Y he aquí la buena noticia que resuena por todas partes: ahora podemos elegir el personaje que queremos ser, en cualquier momento y sin mucho compromiso. Hay casos extremos de esta tendencia, como los que se someten a costosas (y dolorosas) cirugías plásticas para “parecerse a sus ídolos” y aquellos que se inscriben en los reality-shows que venden semejante promesa. Esa moda preanuncia la posibilidad de aplicación cosmética de un eventual trasplante de rostro, procedimiento anunciado como técnicamente viable por cirujanos franceses, ingleses y norteamericanos. Según esos científicos, las experiencias con pacientes reales estarían demoradas debido a “problemas éticos y espirituales” porque el rostro *aún* está fuertemente vinculado a la idea de una identidad inalienable de cada sujeto.

Pero no es necesario recurrir a estos casos radicales, aunque son ilustrativos como síntomas de este importante movimiento. Si bien (¿aún?) se ubican en sus extremidades, esos ejemplos forman parte de un repertorio técnico y cultural cada vez más familiar, que incluye tatuajes,

PAULA SIBILA

cirugías plásticas, gimnasia modeladora, piercings y diversas estrategias de *body modification*. Todas tentativas de responder a un imperativo cada vez más insistente y difícil de lograr: la obligación de ser *singular* o *especial*. Con ese fin, el propio cuerpo se convierte en un objeto de diseño, un campo de auto-creación capaz de permitir la tan soñada posibilidad de distinguirse de los demás exhibiendo una “personalidad auténtica”. Ser *distinto* es un deber que no se puede descuidar: hay que convertir el propio **yo** en un **show**, hay que espectacularizarlo con estrategias performáticas y accesorios técnicos, para transformarse en un personaje atrayente en el competitivo mercado de las miradas.

### **El espectáculo de la intimidad: ficcionalizar la propia soledad**

En este contexto ganan nuevo aliento las “tiranías de la intimidad”, denunciadas por Richard Sennett en 1974. El catálogo de tácticas mediáticas y de marketing personal no deja de renovarse, desorbitando los alcances de la esfera íntima y aumentando el descrédito con respecto a la acción pública. Así como no se solicita a la *celebridad* que su “personalidad artística” produzca necesariamente una obra o que se manifieste en el espacio público a la vieja usanza, los límites de lo que se puede decir y mostrar se ensanchan compulsivamente, invadiendo el antiguo terreno de la privacidad. Por tal motivo, la noción de intimidad se va desfigurando: deja de ser un territorio donde imperaban (y *debían* imperar) el secreto y el pudor. La esfera “íntima” se convierte en un escenario donde cada uno puede (y *debe*) poner en acción el espectáculo de su propia personalidad.

Todo esto ocurre en una época en la cual el “fetichismo de la mercadería” -enunciado por Marx en el siglo XIX- se ha extendido por la superficie del planeta, cubriéndolo todo con su barniz dorado y con sus rutilantes “maravillas del marketing”. Absolutamente todo, incluso aquello que se consideraba el núcleo más íntimo de cada individuo: la *personalidad*. Así, las subjetividades se convierten en perfiles estandarizados y fácilmente descartables. Al igual que los cuerpos humanos, los modos de ser se transforman en mercaderías lanzadas a los nerviosos vaivenes del mercado global. Y como tales, también se convierten en fetiches que se desean y veneran, que se pueden comprar y vender, repentinamente valorizados cuando irrumpen como novedades centelleantes y luego descartados porque se vuelven obsoletos, pasados

de moda, *out*. Por eso, deben ser siempre renovados.

La personalidad artística, delicadamente esculpida en la piedra dura del racionalismo de las Luces por los abanderados del Romanticismo, hoy se ha generalizado a tal punto que la eventual obra del (supuesto) artista no sólo fue desplazada sino eclipsada o dispensada. Hoy proliferan las subjetividades inspiradas en ese estilo artístico, que hacen de su vida privada y su personalidad un espectáculo a ser constantemente exhibido y renovado. La vida pública y la obra, antes fundamentales, pierden relevancia. El propio cuerpo y los modos de ser constituyen superficies lisas en las cuales todo y cualquier sujeto -estilizado como un artista de sí mismo- debe ejercer su "arte", transformándose en un personaje capaz de atraer las miradas ajenas. Es necesario *ficcionalizar* el propio yo para *realizarlo*, para concederle *realidad*, como si estuviera constantemente moldurado por el halo luminoso de una pantalla de cine o TV, como si viviera dentro de un reality-show o en las páginas satinadas de una revista de "gente famosa", o como si la vida transcurriera bajo la lente incansable de una webcam. Así se pone en escena, todos los días, el *show del yo*.

De ahí el éxito de los blogs, fotologs, videologs y webcams: ellos también responden a esta demanda. Los nuevos géneros autobiográficos de Internet permiten que *cualquiera* se convierta en el autor y narrador de un personaje atractivo, que cotidianamente hace de su intimidad y su "vida privada" un espectáculo destinado a millones de ojos curiosos de todo el planeta. Ese personaje se llama *yo*.

¿Pero qué es lo que caracteriza a un personaje? ¿Qué lo distingue de una persona *real*? Tal vez esa diferencia resida en la soledad. Porque al contrario de lo que sucede con los humildes mortales, los personajes nunca están solos. Siempre hay alguien para observar lo que hacen, para seguir atentamente sus actos, pensamientos, sentimientos y emociones. Hay siempre un lector, una cámara, una mirada sobre el personaje que le quita su carácter meramente humano. En cambio, en nuestro heroísmo (o anti-heroísmo) de cada día, no hay nadie que nos sirva de testigo. ¿Qué importa, entonces, si en algún momento fuimos buenos y bellos, únicos, casi inmortales? Si nadie nos vio, simplemente *no existimos*. En esa soledad que parece intrínseca al ser humano residiría el gran abismo que nos separa de los personajes, que muchas veces también parecen estar en la más completa y terrible soledad... pero todo ocurre bajo los flashes atentos de la lectura o de las cámaras de Hollywood; o, al menos, de una modesta webcam casera.

Quizás la ambición de hacer del propio **yo** un **show** sea un intento

PAULA SIBILA

más o menos desesperado de satisfacer un viejo deseo humano, demasiado humano: ahuyentar los fantasmas de la soledad. Una meta especialmente complicada en una sociedad como la nuestra, atomizada por un individualismo que tiende a cortar todos los lazos sociales capaces de superar las “tiranías de la intimidad” y vislumbrar algún proyecto colectivo: una trascendencia, un futuro distinto, algo que se proyecte más allá de las mezquinas constricciones del *yo* presente; tal vez, en fin (¿por qué no?), una obra.



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Almeida, A.B (s/f) Entre o Homem e a Personagem: uma Questão de Nervos. *Ciberkiosk*. <http://www.ciberkiosk.pt/ensaios/almeida.html>.
- Arfuch, L. (2002) *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: FCE.
- Barthes, R. (1987). A Morte do Autor. In: *O rumor da língua*. Lisboa: Edições 70.
- Benjamin, W. (1986). A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica. *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Ed. Brasiliense.
- Bezerra Jr., B.(2002). O ocaso da interioridade. In: Plastino, C.A. (Ed.). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contracapa.
- Bourdieu, P. (1998). A ilusão biográfica. In: Ferreira, M. & Amado, J. (Ed.). *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro: Ed. FG.
- Celes, L. A.(1993). A psicanálise no contexto das autobiografias românticas. In: *Cadernos de Subjetividade*. São Paulo: PUC-SP, (1), n. 2, Set/Fev. (177 a 203).
- Corbin, A.& Perrot, M. (1991). El secreto del individuo. In: Ariès, P.; Duby, G..*Historia de la vida privada*, v. 8. Madrid: Ed. Taurus, p. 121 a 203.
- Dubois, P.(1995) A foto-autobiografia: a fotografia como imagem-memória no cinema documental moderno". In: Revista *Imagens*. Campinas, nº4, p. 64-76, abril.
- Foucault, M.(1985). *¿Qué es un autor?* México: Universidad Autónoma de Tlaxcala.
- \_\_\_\_\_. (1990). *Tecnologías del yo*. México: Paidós.
- Gabler, N.(1999). *Vida, o filme: Como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Gay, P.(1992). Fortificación para el yo. In: *La experiencia burguesa, de Victoria a Freud*, v. 1. México: FCE, p. 374 a 426.
- Khel, M.R. (2001) Nós, sujeitos literários in *Textura: Revista de Psicanálise*. Año I, N. 1. São Paulo: Reuniões Psicanalíticas.
- Lejeune, P. (1975). *Le pacte autobiographique*. Paris: Seuil.
- Mukarovsky, J. (1944/1977). La personalidad del artista. In: *Escritos de Estética y Semiótica del Arte*. Barcelona : Gustavo Gili.
- Rolnik, S.(1997). Toxicômanos de identidade: Subjetividade em tempo de globalização. In: Lins, D. (Ed). *Cadernos de Subjetividade*. Campinas: Papyrus, p. 19-24.
- Rybczynski, W.(1991). Lo íntimo y lo privado; La domesticidad. In: *La casa. Historia de una idea*. Buenos Aires: Emece.
- Sennett, R.(1999). *O declínio do homem público: Tiránias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Sibilia, P.(2005). *El hombre postorgánico: Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: FCE.
- \_\_\_\_\_. (2003). Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica. In: Lemos, A. & Cunha, P. (Ed.). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Ed. Sulina.
- \_\_\_\_\_. (2004) Filmes de escritoras: a personagem (privada) ofusca a autora

PAULA SIBILA

(pública). *Sessões do Imaginário*, N° 11. Porto Alegre: EDIPUCRS, Ago. 2004. p. 10-18.

——— (2004). Do homo psico-lógico ao homo tecno-lógico: a crise da interioridade. *Revista Semiosfera*, Año 3, N° 7. Rio de Janeiro: Ed. ECO-UFRJ.