

Traducción de
PAULA SIBILIA Y RODRIGO FERNÁNDEZ LABRIOLA

PAULA SIBILIA

LA INTIMIDAD COMO ESPECTÁCULO



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
MÉXICO - ARGENTINA - BRASIL - COLOMBIA - CHILE - ESPAÑA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA - GUATEMALA - PERÚ - VENEZUELA

Primera edición, 2008

Sibilia, Paula

La intimidad como espectáculo - 1a ed. - Buenos Aires :
Fondo de Cultura Económica, 2008.
325 p. ; 21x14 cm. (Sociología)

Traducido por: Rodrigo Fernández Labriola
ISBN 978-950-557-754-5

1. Sociología. I. Fernández Labriola, Rodrigo, trad. II. Título

CDD 301

Ilustración y armado de tapa: Juan Balaguer
Foto de solapa: Eric Lecerf

D.R. © 2008, FONDO DE CULTURA ECONÓMICA DE ARGENTINA, S.A.
El Salvador 5665; 1414 Buenos Aires, Argentina
fondo@fce.com.ar / www.fce.com.ar
Av. Picacho Ajusto 227; 14200 México D.F.

ISBN: 978-950-557-754-5

Comentarios y sugerencias:
editorial@fce.com.ar

Fotocopiar libros está penado por la ley.

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier
medio de impresión o digital, en forma idéntica, extractada
o modificada, en castellano o en cualquier otro idioma,
sin autorización expresa de la editorial.

IMPRESO EN ARGENTINA - PRINTED IN ARGENTINA
Hecho el depósito que previene la ley 11.723

ÍNDICE

I. El show del yo	3
II. Yo narrador y la vida como relato	5
III. Yo privado y el declive del hombre público	15
IV. Yo visible y el eclipse de la interioridad	13
V. Yo actual y la subjetividad instantánea	11
VI. Yo autor y el culto a la personalidad	19
VII. Yo real y la crisis de la ficción	11
VIII. Yo personaje y el pánico a la soledad	15
IX. Yo espectacular y la gestión de sí como una marca	13
Bibliografía	15
Índice de nombres	21

I. EL SHOW DEL YO

Me parece indispensable decir quién soy yo. [...] La desproporción entre la grandeza de mi tarea y la pequeñez de mis contemporáneos se ha puesto de manifiesto en el hecho de que ni me han oído ni tampoco me han visto siquiera. [...] Quien sabe respirar el aire de mis escritos sabe que es un aire de alturas, un aire fuerte. Hay que estar hecho para ese aire, de lo contrario se corre el peligro nada pequeño de resfriarse.

FRIEDRICH NIETZSCHE

Mi personaje es atractivo por diferentes motivos; de hecho, [en mi *blog*] tengo como público a las madres, a las chicas de mi edad, los hombres maduros, los estudiantes de Derecho, entre otros. Además, a la gente le gusta como escribo. [...] Creo que soy honesta y cero pretenciosa. La gente re-valora que uno sea honesto y sabe que lo que lee es verdad, que no es una pose. [...] No soy una *delikatessen* (para pocos), sino un Big Mac (para muchos).

LOLA COPACABANA

¿CÓMO se llega a ser lo que se es? Esto se preguntaba Nietzsche en el subtítulo de su autobiografía escrita en 1888, significativamente titulada *Ecce Homo* y redactada en los meses previos al "colapso de Turín". Después de ese episodio, el filósofo quedaría sumergido en una larga década de sombras y vacío hasta morir "desprovisto de espíritu", según algunos amigos que lo visitaron.

En los chispazos de ese libro, Nietzsche revisaba su trayectoria con la firme intención de decir "quién soy yo". Para eso, solicitaba a sus lectores que lo escucharan porque él era *alguien*, "pues yo soy tal y tal, ¡sobre todo, no me confundáis con otros!". Está claro que atributos como la modestia y la humildad quedan radicalmente ausentes de ese texto, lo cual no sorprende en alguien que se enorgullecía de ser lo contrario a "esa especie de hombres venerada hasta ahora como virtuosa"; en fin, nada extraño en alguien que prefería ser un sátiro antes que un santo.¹ Tal actitud, sin embargo, motivó que sus contemporáneos vieran en la obra de Nietzsche una mera evidencia de la locura. Sus fuertes palabras, eso tan "inmenso y monstruoso" que él tenía para decir, se leyeron como síntomas de un fatídico diagnóstico sobre las fallas de carácter de ese *yo* que hablaba: megalomanía y excentricidad, entre otros epítetos de igual calibre.

¿Por qué comenzar un ensayo sobre la exhibición de la intimidad en Internet, al despuntar el siglo XXI, citando las excentricidades de un filósofo megalómano de fines del XIX? Quizás haya un motivo válido, que permanecerá latente a lo largo de estas páginas e intentará reencontrar su sentido antes del punto final. Por ahora, bastará tomar algunos elementos de esa provocación que viene de tan lejos, como una tentativa de disparar nuestro problema.

Calificadas en aquel entonces como enfermedades mentales o desvíos patológicos de la normalidad ejemplar, hoy la megalomanía y la excentricidad no parecen disfrutar de esa misma demonización. En una atmósfera como la contemporánea, que estimula la hipertrofia del *yo* hasta el paroxismo, que enaltece y premia el deseo de "ser distinto" y "querer siempre más", son otros los desvaríos que nos hechizan. Otros son nuestros pesares porque también son otros nuestros deleites, otras las presiones que se descargan

¹ Friedrich Nietzsche, *Ecce Homo. ¿Cómo se llega a ser lo que se es?*, Buenos Aires, Elaleph.com, 2003, pp. 3 y 4.

cotidianamente sobre nuestros cuerpos, y otras las potencias — impotencias— que cultivamos.

Una señal de los tiempos que corren surgió de la revista *Time*, todo un ícono del arsenal mediático global, al perpetrar su ceremonia de elección de la "personalidad del año" que concluía, a fines de 2006. De ese modo se creó una noticia rápidamente difundida por los medios masivos de todo el planeta, y luego olvidada en el torbellino de datos inocuos que cada día se producen y descartan. La revista estadounidense repite ese ritual hace más de ocho décadas, con la intención de destacar "a las personas que más afectaron los noticieros y nuestras vidas, para bien o para mal, incorporando lo que ha sido importante en el año". Así, nadie menos que Hitler fue elegido en 1938, el Ayatollah Jomeini en 1979, George W. Bush en 2004. ¿Y quién ha sido la personalidad del año 2006, según el respetado veredicto de la revista *Time*? ¡Usted! Sí, usted. Es decir: no sólo *usted*, sino también *yo* y todos *nosotros*. O, más precisamente, cada uno de nosotros: la gente común. Un espejo brillaba en la tapa de la publicación e invitaba a los lectores a que se contemplasen, como Narcisos satisfechos de ver sus personalidades resplandeciendo en el más alto podio mediático.

¿Qué motivos determinaron esta curiosa elección? Ocurre que *usted* y *yo*, todos *nosotros*, estamos "transformando la era de la información". Estamos modificando las artes, la política y el comercio, e incluso la manera en que se percibe el mundo. *Nosotros* y no *ellos*, los grandes medios masivos tradicionales, tal como ellos mismos se ocupan de subrayar. Los editores de la revista resaltaron el aumento inaudito del contenido producido por los usuarios de Internet, ya sea en los *blogs*, en los sitios para compartir videos como *YouTube* o en las redes de relaciones sociales como *MySpace* y *FaceBook*. En virtud de ese estallido de creatividad —y de presencia mediática— entre quienes solían ser meros lectores y espectadores, habría llegado "la hora de los amateurs". Por todo eso, entonces, "por tomar las redes de los medios globales, por forjar la nueva democracia digital, por trabajar gratis y superar a los profe-

sionales en su propio juego, la personalidad del año de *Time* es usted", afirmaba la revista.²

Durante las conmemoraciones motivadas por el fin del año siguiente, el diario brasileño *O Globo* también decidió ponerlo a usted como el principal protagonista de 2007, al permitir que cada lector hiciera su propia retrospectiva a través del sitio del periódico en la Web. Así, entre las imágenes y los comentarios sobre grandes hitos y catástrofes ocurridos en el mundo a lo largo de los últimos doce meses, aparecían fotografías de casamientos de personas "comunes", bebés sonriendo, vacaciones en familia y fiestas de cumpleaños, todas acompañadas de epígrafes del tipo: "Este año, Pedro se casó con Fabiana", "Andrea desfiló en el Sambódromo", "Carlos conoció el mar", "Marta logró superar su enfermedad" o "Walter tuvo mellizos".

¿Cómo interpretar estas novedades? ¿Acaso estamos sufriendo un brote de megalomanía consentida e incluso estimulada por todas partes? ¿O, por el contrario, nuestro planeta fue tomado por un aluvión repentino de extrema humildad, exenta de mayores ambiciones, una modesta reivindicación de todos nosotros y de cualquiera? ¿Qué implica este súbito enaltecimiento de lo pequeño y de lo ordinario, de lo cotidiano y de la gente común? No es fácil comprender hacia dónde apunta esta extraña coyuntura que, mediante una incitación permanente a la creatividad personal, la excentricidad y la búsqueda de diferencias, no cesa de producir copias descartables de lo mismo.

¿Qué significa esta repentina exaltación de lo banal, esta especie de satisfacción al constatar la mediocridad propia y ajena? Hasta la entusiasta revista *Time*, pese a toda la euforia con que recibió el ascenso de usted y la celebración del yo en la Web, admitía que este movimiento revela "tanto la estupidez de las multitudes como su sabiduría". Algunas joyitas lanzadas a la vorágine de Internet "hacen que nos lamentemos por el futuro de la humani-

² Lev Grossman, "Time's person of the year: You", en *Time*, vol. 168, núm. 26, 25 de diciembre de 2006.

dad", declararon los editores, y eso tan sólo en razón de los errores de ortografía, sin considerar "las obscenidades o las faltas de respeto más alevosas" que suelen abundar en esos territorios.

Por un lado, parece que estamos ante una verdadera "explosión de productividad e innovación". Algo que estaría apenas comenzando, "mientras que millones de mentes que de otro modo se habrían ahogado en la oscuridad, ingresan en la economía intelectual global". Hasta aquí, ninguna novedad: ya fue bastante celebrado el advenimiento de una era enriquecida por las potencialidades de las redes digitales, bajo banderas como la cibercultura, la inteligencia colectiva o la reorganización rizomática de la sociedad. Por otro lado, también conviene prestar oídos a otras voces, no tan deslumbradas con las novedades y más atentas a su lado menos luminoso. Tanto en Internet como fuera de ella, hoy la capacidad de creación se ve capturada sistemáticamente por los tentáculos del mercado, que atizan como nunca esas fuerzas vitales pero, al mismo tiempo, no cesan de transformarlas en mercancía. Así, su potencia de invención suele desactivarse, porque la creatividad se ha convertido en el combustible de lujo del capitalismo contemporáneo: su protoplasma, como diría la autora brasileña Suely Rolnik.³

No obstante, a pesar de todo eso y de la evidente sangría que hay por detrás de las maravillas del marketing, especialmente en su versión interactiva, son los mismos jóvenes quienes suelen pedir motivaciones y estímulos constantes, como advirtió Gilles Deleuze a principios de los años noventa. Ese autor agregaba que les corresponde a ellos descubrir "para qué se los usa"; a ellos, es decir, a esos jóvenes que ahora ayudan a construir este fenómeno conocido como Web 2.0. A ellos también les incumbiría la importante tarea de "inventar nuevas armas", capaces de oponer resistencia a los nuevos y cada vez más astutos dispositivos de poder: crear interferencias e interrupciones, huecos de incomunicación, como

³ Suely Rolnik, "A vida na berlinda: Como a mídia aterroriza com o jogo entre subjetividade-lixo e subjetividade-luxo", en *Trópico*, San Pablo, 2007.

una tentativa de abrir el campo de lo posible desarrollando formas innovadoras de ser y estar en el mundo.⁴

Quizás este nuevo fenómeno encarne una mezcla inédita y compleja de esas dos vertientes aparentemente contradictorias. Por un lado, la festejada "explosión de creatividad", que surge de una extraordinaria "democratización" de los medios de comunicación. Estos nuevos recursos abren una infinidad de posibilidades que hasta hace poco tiempo eran impensables y ahora son sumamente promisorias, tanto para la invención como para los contactos e intercambios. Varias experiencias en curso ya confirmaron el valor de esa rendija abierta a la experimentación estética y a la ampliación de lo posible. Por otro lado, la nueva ola también desató una renovada eficacia en la instrumentalización de esas fuerzas vitales, que son ávidamente capitalizadas al servicio de un mercado que todo lo devora y lo convierte en basura.

Es por eso que grandes ambiciones y extrema modestia parecen ir de la mano, en esta insólita promoción de *ustedes y yo* que se disemina por las redes interactivas: se glorifica la menor de las pequeñeces, mientras pareciera buscarse la mayor de las grandezas. ¿Voluntad de poder y de impotencia al mismo tiempo? ¿Megalomanía y escasez de pretensiones? En todo caso, puede ser inspirador preguntarse por la relación entre este cuadro tan actual y aquellas intensidades "patológicas" que inflamaban la voz nietzschiana a fines del siglo XIX, cuando el filósofo alemán incitaba a sus lectores a que abandonasen su humana pequeñez para ir más allá. Inclusive más allá del propio maestro, que no quería ser santo ni profeta ni estatua, proponiendo a sus seguidores que se arriesgasen, que lo perdieran para encontrarse y, de ese modo, que ellos también fuesen *alguien* capaz de llegar a ser "lo que se es". ¿Cuál es la relación de este *yo* o de este *usted* tan ensalzados hoy en día, con aquel *alguien* de Nietzsche?

⁴ Gilles Deleuze, "Posdata sobre las sociedades de control", en Christian Ferrer (comp.), *El lenguaje libertario*, vol. II, Montevideo, Nordan, 1991, p. 23.

Algo sucedió entre uno y otro de esos eventos, un acontecimiento que tal vez pueda aportar algunas pistas. El siglo pasado asistimos al surgimiento de un fenómeno desconcertante: los medios de comunicación de masa basados en tecnologías electrónicas. Es muy rica, aunque no demasiado extensa, la historia de los sistemas fundados en el principio de *broadcasting*, tales como la radio y la televisión, medios cuya estructura comprende una fuente emisora para muchos receptores. Pero a principios del siglo XXI hizo su aparición otro fenómeno igualmente perturbador: en menos de una década, las computadoras interconectadas mediante redes digitales de alcance global se han convertido en inesperados medios de comunicación. Sin embargo, estos nuevos medios no se encuadran de manera adecuada en el esquema clásico de los sistemas *broadcast*. Y tampoco son equiparables con las formas *low-tech* de comunicación tradicional —tales como las cartas, el teléfono y el telégrafo—, que eran interactivas *avant la lettre*. Cuando las redes digitales de comunicación tejieron sus hilos alrededor del planeta, todo cambió raudamente, y el futuro aún promete otras metamorfosis. En los meandros de ese ciberespacio a escala global germinan nuevas prácticas difíciles de catalogar, inscriptas en el naciente ámbito de la comunicación mediada por computadora. Son rituales bastante variados, que brotan en todos los rincones del mundo y no cesan de ganar nuevos adeptos día tras días.

Primero fue el correo electrónico, una poderosa síntesis entre el teléfono y la vieja correspondencia, que sobrepasaba claramente las ventajas del fax y se difundió a toda velocidad en la última década, multiplicando al infinito la cantidad y la celeridad de los contactos. Enseguida se popularizaron los canales de conversación o *chats*, que rápidamente evolucionaron en los sistemas de mensajes instantáneos del tipo *MSN* o *Yahoo Messenger*, y en las redes sociales como *MySpace*, *Orkut* y *FaceBook*. Estas novedades transformaron a la pantalla de la computadora en una ventana siempre abierta y conectada con decenas de personas al mismo tiempo. Jóvenes de todo el mundo frecuentan y crean ese tipo de espacios. Más de la mitad de los adolescentes estadounidenses, por ejemplo, usan habitualmente

esas redes. *MySpace* es la favorita: con más de cien millones de usuarios en todo el planeta, crece a un ritmo de trescientos mil miembros por día. No es inexplicable que este servicio haya sido adquirido por una poderosa compañía mediática multinacional, en una transacción que involucró varios centenares de millones de dólares.

Otra vertiente de este aluvión son los diarios íntimos publicados en la Web, para cuya confección se usan palabras escritas, fotografías y videos. Son los famosos *webblogs*, *photoblogs* y *videoblogs*, una serie de nuevos términos de uso internacional cuyo origen etimológico remite a los diarios de abordaje mantenidos por los navegantes de otrora. Es enorme la variedad de estilos y asuntos tratados en los *blogs* de hoy en día, aunque la mayoría sigue el modelo confesional del diario íntimo. O mejor dicho: diario *éxtimo*, según un juego de palabras que busca dar cuenta de las paradojas de esta novedad, que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red. Los primeros *blogs* aparecieron cuando el milenio agonizaba; cuatro años después existían tres millones en todo el mundo, y a mediados de 2005 ya eran once millones. Actualmente, la *blogósfera* abarca unos cien millones de diarios, más del doble de los que hospedaba hace un año, según los registros del banco de datos *Tecnorati*. Pero esa cantidad tiende a duplicarse cada seis meses, ya que todos los días se engendran cerca de cien mil nuevos vástagos, de modo que el mundo ve nacer tres nuevos *blogs* cada dos segundos.

A su vez, las *webcams* son pequeñas cámaras filmadoras que permiten transmitir en vivo todo lo que ocurre en las casas de los usuarios: un fenómeno cuyas primeras manifestaciones llamaron la atención en los últimos años del siglo *xx*. Ahora ya son varios los portales que ofrecen links para miles de *webcams* del mundo entero, tales como *Camville* y *Earthcam*. Hay que mencionar, además, a los sitios que permiten exhibir e intercambiar videos caseros. En esta categoría, *YouTube* constituye uno de los furros más recientes de la red: un servicio que permite exponer pequeñas películas gratuitamente y que ha conquistado un éxito estruendoso en poquísimos tiempo. Hoy recibe cien millones de visitantes por día, que ven

unos setenta mil videos por minuto. Después de que la empresa Google lo comprara por una cifra cercana a los dos mil millones de dólares, *YouTube* recibió el título de "invención del año", una distinción también concedida por la revista *Time* a fines de 2006. Existen, además, otros sitios menos conocidos que ofrecen servicios semejantes, tales como *MetaCafe*, *BlipTV*, *Revver* y *SplashCast*.

Además de todas estas herramientas —que constantemente se diseminan y dan a luz innumerables actualizaciones, imitaciones y novedades—, existen otras áreas de Internet donde los usuarios no son sólo los protagonistas, sino también los principales productores del contenido, tales como los foros y grupos de noticias. Un capítulo aparte merecerían los mundos virtuales como *Second Life*, cuyos millones de usuarios suelen pasar varias horas por día desempeñando diversas actividades on-line, como si tuvieran una vida paralela en esos ambientes digitales.

En resumen, se trata de un verdadero torbellino de novedades, que ganó el pomposo nombre de "revolución de la Web 2.0" y nos convirtió a todos en la personalidad del momento. Esa expresión fue acuñada en 2004, en un debate en el cual participaron varios representantes de la cibercultura, ejecutivos y empresarios del Silicon Valley. La intención era bautizar una nueva etapa de desarrollo on-line, luego de la decepción provocada por el fracaso de las compañías *puntocom*: mientras la primera generación de empresas de Internet deseaba vender cosas, la Web 2.0 "confía en los usuarios como codesarrolladores". Ahora la meta es "ayudar a las personas para que creen y compartan ideas e información", según una de las tantas definiciones oficiales, de una manera que "equilibra la gran demanda con el autoservicio".⁵ Sin embargo, también

⁵ Para evitar la sobrecarga de referencias de naturaleza efímera, cuyo sentido para el tema analizado no depende prioritariamente de la fuente emisora, se omiten las notas correspondientes a las abundantes citas de este tipo que aparecen a lo largo de este ensayo, relativas a datos y testimonios extraídos de diversos periódicos de circulación masiva, revistas de actualidad, sitios de Internet, gacetillas corporativas, material publicitario y otras informaciones provenientes del universo mediático contemporáneo.

es cierto que esta peculiar combinación del viejo eslogan *hágalo usted mismo* con el flamante nuevo mandato *muéstrese como sea*, está desbordando las fronteras de Internet. La tendencia ha contagiado a otros medios más tradicionales, inundando páginas y más páginas de revistas, periódicos y libros, además de invadir las pantallas del cine y la televisión.

Pero, ¿cómo afrontar este nuevo universo? La pregunta es pertinente porque las perplejidades son incontables, acuciadas por la novedad de todos estos asuntos y la inusitada rapidez con que las modas se instalan, cambian y desaparecen. Bajo esta rutilante nueva luz, por ejemplo, ciertas formas aparentemente anacrónicas de expresión y comunicación tradicionales parecen volver al ruedo con su ropaje renovado, tales como los intercambios epistolares, los diarios íntimos e incluso la atávica conversación. ¿Los *e-mails* son versiones actualizadas de las antiguas cartas que se escribían a mano con primorosa caligrafía y, encapsuladas en sobres lacrados, atravesaban extensas geografías? Y los *blogs*, ¿podría decirse que son meros *upgrades* de los viejos diarios íntimos? En tal caso, serían versiones simplemente renovadas de aquellos cuadernos de tapa dura, garabateados a la luz trémula de una vela para registrar todas las confesiones y secretos de una vida. Del mismo modo, los *photoblogs* serían parientes cercanos de los antiguos álbumes de retratos familiares. Y los videos caseros que hoy circulan frenéticamente por las redes quizá sean un nuevo tipo de postales animadas, o tal vez anuncien una nueva generación del cine y la televisión. Con respecto a los diálogos tipeados en los diversos *Messengers* con atención fluctuante y ritmo espasmódico, ¿en qué medida renuevan, resucitan o le dan el tiro de gracia a las viejas artes de la conversación? Evidentemente, existen profundas afinidades entre ambos polos de todos los pares de prácticas culturales recién comparados, pero también son obvias sus diferencias y especificidades.

En las últimas décadas, la sociedad occidental ha atravesado un turbulento proceso de transformaciones que alcanza todos los ámbitos y llega a insinuar una verdadera ruptura hacia un nuevo

horizonte. No se trata apenas de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia. Son innumerables los indicios de que estamos viviendo una época limítrofe, un corte en la historia, un pasaje de cierto "régimen de poder" a otro proyecto político, sociocultural y económico. Una transición de un mundo hacia otro: de aquella formación histórica anclada en el capitalismo industrial, que rigió desde fines del siglo XVIII hasta mediados del XX —y que fue analizada por Michel Foucault bajo el rótulo de "sociedad disciplinaria"—, hacia otro tipo de organización social que empezó a delinearse en las últimas décadas.⁶ En este nuevo contexto, ciertas características del proyecto histórico precedente se intensifican y ganan renovada sofisticación, mientras que otras cambian radicalmente. En ese movimiento se transforman también los tipos de cuerpos que se producen cotidianamente, así como las formas de ser y estar en el mundo que resultan "compatibles" con cada uno de esos universos.

¿Cómo influyen todas estas mutaciones en la creación de "modos de ser"? ¿Cómo alimentan la construcción de sí? En otras palabras, ¿de qué manera estas transformaciones contextuales afectan los procesos mediante los cuales se llega a ser lo que se es? No hay duda de que esas fuerzas históricas imprimen su influencia en la conformación de cuerpos y subjetividades: todos esos vectores socioculturales, económicos y políticos ejercen una presión sobre los sujetos de los diversos tiempos y espacios, estimulando la configuración de ciertas formas de ser e inhibiendo otras modalidades. Dentro de los límites de ese territorio plástico y poroso que es el organismo de la especie *homo sapiens*, las sinergias históricas —y geográficas— incitan algunos desarrollos corporales y subjetivos, al mismo tiempo que bloquean el surgimiento de formas alternativas.

¿Pero qué son exactamente las subjetividades? ¿Cómo y por qué alguien se vuelve lo que es, aquí y ahora? ¿Qué es lo que nos constituye como sujetos históricos o individuos singulares, pero

⁶ Michel Foucault, *Vigilar y castigar*, México, Siglo XXI, 1976.

también como inevitables representantes de nuestra época, compartiendo un universo y ciertas características idiosincrásicas con nuestros contemporáneos? Si las subjetividades son formas de ser y estar en el mundo, lejos de toda esencia fija y estable que remita al ser humano como una entidad ahistórica de relieves metafísicos, sus contornos son elásticos y cambian al amparo de las diversas tradiciones culturales. De modo que la subjetividad no es algo vagamente inmaterial, que reside "dentro" de usted –personalidad del año– o de cada uno de nosotros. Así como la subjetividad es necesariamente *embodied*, encarnada en un cuerpo; también es siempre *embedded*, embebida en una cultura intersubjetiva. Ciertas características biológicas trazan y delimitan el horizonte de posibilidades en la vida de cada individuo, pero es mucho lo que esas fuerzas dejan abierto e indeterminado. Y es innegable que nuestra experiencia también está modulada por la interacción con los otros y con el mundo. Por eso, resulta fundamental la influencia de la cultura sobre lo que se es. Y cuando ocurren cambios en esas posibilidades de interacción y en esas presiones culturales, el campo de la experiencia subjetiva también se altera, en un juego por demás complejo, múltiple y abierto.

Por lo tanto, si el objetivo es comprender los sentidos de las nuevas prácticas de exhibición de la intimidad, ¿cómo abordar un asunto tan complejo y actual? Las experiencias subjetivas se pueden estudiar en función de tres grandes dimensiones, o tres perspectivas diferentes. La primera se refiere al nivel singular, cuyo análisis enfoca la trayectoria de cada individuo como un sujeto único e irrepetible; es la tarea de la psicología, por ejemplo, o incluso del arte. En el extremo opuesto a este nivel de análisis estaría la dimensión universal de la subjetividad, que engloba todas las características comunes al género humano, tales como la inscripción corporal de la subjetividad y su organización por medio del lenguaje; su estudio es tarea de la biología o la lingüística, entre otras disciplinas. Pero hay un nivel intermedio entre esos dos abordajes extremos: una dimensión de análisis que podríamos denominar particular o específica, ubicada entre los niveles singular

y universal de la experiencia subjetiva, que busca detectar los elementos comunes a algunos sujetos, pero no necesariamente inherentes a todos los seres humanos. Esta perspectiva contempla aquellos elementos de la subjetividad que son claramente culturales, frutos de ciertas presiones y fuerzas históricas en las cuales intervienen vectores políticos, económicos y sociales que impulsan el surgimiento de ciertas formas de ser y estar en el mundo. Y que las solicitan intensamente, para que sus engranajes puedan operar con mayor eficacia. Este tipo de análisis es el más adecuado en este caso, pues permite examinar los modos de ser que se desarrollan junto a las nuevas prácticas de expresión y comunicación vía Internet, con el fin de comprender los sentidos de este curioso fenómeno de exhibición de la intimidad que hoy nos intriga.

En ese mismo nivel analítico –ni singular ni universal, sino particular, cultural, histórico–, Michel Foucault estudió los mecanismos disciplinarios de las sociedades industriales. Esa red micropolítica involucra todo un conjunto de prácticas y discursos que actuaron sobre los cuerpos humanos de Occidente entre los siglos XVIII y XX, apuntando a la configuración de ciertas formas de ser y evitando cuidadosamente el surgimiento de otras modalidades. Así fueron engendrados ciertos tipos de subjetividades hegemónicas de la Era Moderna, dotadas de determinadas habilidades y aptitudes, pero también de ciertas incapacidades y carencias. Según Foucault, en esa época se construyeron cuerpos "dóciles y útiles", organismos capacitados para funcionar de la manera más eficaz dentro del proyecto histórico del capitalismo industrial.

Pero ese panorama ha cambiado bastante en los últimos tiempos, y varios autores intentaron cartografiar el nuevo territorio, que todavía se encuentra en pleno proceso de reordenamiento. Uno de ellos fue Gilles Deleuze, quien recurrió a la expresión "sociedades de control" para designar al "nuevo monstruo", como él mismo ironizó. Ya hace casi dos décadas, el filósofo francés describió un régimen apoyado en las tecnologías electrónicas y digitales: una organización social basada en el capitalismo más desarrollado de la actualidad, donde rigen la sobreproducción y el

consumo exacerbado, el marketing y la publicidad, los servicios y los flujos financieros globales. Y también la creatividad alegremente estimulada, "democratizada" y recompensada en términos monetarios.

Algunos ejemplos pueden ayudar a detectar los principales ingredientes de este nuevo régimen de poder. Uno de los fundadores de *YouTube*, significativamente presente en el encuentro del Forum Económico Mundial, declaró que la empresa pretende compartir sus ganancias con los autores de los videos exhibidos en el sitio. Así, el usuario de Internet que decida mostrar una película de su autoría en el famoso portal "va a recibir parte de las ganancias publicitarias conseguidas con la exhibición de su trabajo". De hecho, otros sitios similares implementaron tal sistema, y ya hace tiempo que compensan con dinero a sus colaboradores más populares. *MetaCafe*, por ejemplo, asumió el compromiso de pagar cinco dólares por cada mil exhibiciones de una determinada película. Uno de los beneficiados fue un especialista en artes marciales que facturó decenas de miles de dólares con un brevísimo video en el cual aparece haciendo acrobacias, titulado *Matrix for real*, que en pocos meses fue visto por cinco millones de personas.

Las operadoras de teléfonos móviles también empezaron a remunerar las películas que sus clientes filman con sus propios celulares. Respondiendo a diversas promociones y campañas de marketing, los usuarios envían los videos al sitio de la compañía telefónica, donde el material queda disponible para quien desee verlo. Los mismos clientes se ocupan de divulgar sus obras entre sus contactos; en algunos casos reciben créditos por cada película bajada, que luego pueden gastarlos en otros servicios de la misma empresa. En el Brasil, por ejemplo, una de esas compañías ofrece diez centavos de crédito por cada *download* de las películas realizadas por sus clientes, monto que sólo se puede retirar una vez que la cifra haya superado doscientas veces ese valor. Una joven de 18 años figuraba entre las primeras en el ranking de esa empresa, cuyo servicio lleva el nombre de *Claro Video-Maker*, y llegó a recaudar unos cien reales con sus creaciones. ¿De qué se trata?

Imágenes que registran un campamento con un grupo de amigos, por ejemplo, y otras escenas de la vida adolescente. Una competidora de esa compañía telefónica decidió parafrasear un célebre manifiesto de las vanguardias artísticas locales para promover su servicio, parodiando en clave bien contemporánea la famosa convocatoria del *Cinema Novo* de los años sesenta: "una idea en la cabeza, su *Oi* en la mano... y mucho dinero en el bolsillo". De modo semejante, con el anzuelo de la recompensa monetaria por la creatividad de los usuarios, la empresa estimula que las películas grabadas con el teléfono portátil de sus clientes se envíen al sitio *Você Na Tela*; todo, por supuesto, usando la conexión que la misma firma provee y factura. Así, mientras vocifera: "¡Usted en la pantalla!", agrega que "hay gente dispuesta a pagar para ver"; y, en rigor, no parece faltar a la verdad.

Pero los ejemplos son innumerables y de lo más variados. Ese esquema que combina, por un lado, una convocatoria informal y espontánea a los usuarios para "compartir" sus invenciones y, por el otro, las formalidades del pago en dinero por parte de las grandes empresas, parece ser "el espíritu del negocio" en este nuevo régimen. La red social *FaceBook*, por ejemplo, también decidió compensar monetariamente a quienes desarrollen recursos "innovadores y sorprendentes" para incorporar al sistema. Por eso, diseñar pequeños programas y otras herramientas para ese sitio se transformó en una auspiciosa actividad económica, que incluso llegó a motivar la apertura de cursos específicos en institutos y universidades como la prestigiosa Stanford.

Algo similar ocurre con algunos autores de *blogs* que son descubiertos por los medios tradicionales debido a su notoriedad conquistada en Internet, y se los contrata para publicar libros impresos (conocidos como *blooks*, fusión de *blog* y *book*) o columnas en revistas y periódicos. De esta manera, estos escritores comienzan a recibir dinero a cambio de sus obras. Un caso típico es la brasileña Clarah Averbuck, que publicó tres libros basados en sus *blogs*, uno de los cuales fue adaptado para el cine. La autora defiende abiertamente su opción: "ahora voy a escribir libros, basta

de gastar mis historias".⁷ Sin embargo, su *blog* cambia de nombre y de dirección pero sigue allí, siempre actualizado, como una ventana más para promover los otros productos de su marca. Su perfil se parece demasiado al de la argentina Lola Copacabana, quien se considera "harta de los *blogs*" pero agradece el hecho de haber sido descubierta, ya que desde entonces puede cobrar por hacer lo que le gusta. "Escribo los mejores *mails* del mundo", afirma sin falsa modestia y con escaso riesgo de suscitar acusaciones de megalomanía o excentricidad, al tiempo que confiesa ser "prostituta de las palabras", ya que "disfruto escribir, que me paguen por favor por escribir".⁸

Estos pocos ejemplos ilustran la forma en que opera el mercado cultural contemporáneo. Son sumamente arteros los dispositivos de poder que entran en juego, ávidos por capturar cualquier vestigio de "creatividad exitosa" para transformarlo velozmente en mercancía. Para "ponerla a trabajar al servicio de la acumulación de plusvalía", diría Suely Rolnik.⁹ Sin embargo, esa táctica suele ser ardientemente solicitada por los mismos jóvenes que generan dichas creaciones, tal vez sin comprender exactamente "para qué se los usa", como intuyera Deleuze hace más de quince años, antes incluso de que la ya vetusta Web 1.0 llegara a popularizarse. En la página inicial de *Second Life*, por ejemplo, entre vistosos cuerpos tridimensionales y fragmentos de paraísos virtuales, no hay mucho espacio para sutilezas: constantemente se notifica la cantidad de usuarios que se encuentran on-line en el momento; al lado de esa cifra, con idéntico formato y propósito, el sitio informa la cantidad de dólares gastados por los parroquianos del mundo virtual en las últimas veinticuatro horas.

A su vez, la empresa que administra *MySpace* anunció el lanzamiento de su nuevo servicio de publicidad dirigida, para cuya

⁷ Luciene Azevedo, "Blogs: a escrita de si na rede dos textos", en *Matraga*, vol. 14, núm. 21, Río de Janeiro, UERJ, julio-diciembre, 2007, p. 55.

⁸ Agustín Valle, "Los *bloogs* y el cambio histórico en la escritura", en *Debate*, núm. 198, Buenos Aires, 29 de diciembre de 2006, pp. 50 y 51.

⁹ Suely Rolnik, *op. cit.*

implementación no sólo recurre a los datos personales que componen los perfiles de sus usuarios, sino también a eventuales informaciones rastreadas en sus *blogs* sobre gustos y hábitos de consumo. En la primera etapa de esta experiencia, la compañía clasificó a sus millones de usuarios en diez categorías diferentes, según sus intereses manifiestos –tales como autos, moda, finanzas y música–, con el fin de que cada uno de ellos recibiera publicidad acorde con sus potencialidades como consumidor. Pero esa primera clasificación fue sólo el comienzo, según la propia empresa admitió, destacando la novedad de la propuesta y las grandes expectativas que despierta.

"Ahora los anunciantes disponen de mucho más que simples datos demográficos extraídos de los formularios de inscripción", explicó un miembro de la firma. Consideran además que no se trata de nada intrusivo para los usuarios, ya que éstos pueden optar por hacerse amigos de las empresas que les agradan. "Muchos jóvenes no parecen tener instintos de protección de la privacidad", justificó otro especialista, mientras preveía lucros millonarios para el naciente *behavioral targeting* o envío de publicidad en función del comportamiento. Un representante de *MySpace* ilustró el optimismo que rodea estas iniciativas, con el ejemplo de una usuaria de la red social a quien le gusta la moda y "escribe en su *blog* acerca de las tendencias de la temporada, incluso llega a contar-nos que necesita un par de botas nuevas para el otoño". La conclusión parece obvia: "¿quién no querría ser el anunciante capaz de venderle esos zapatos?".

Razones similares motivaron que el valor de *FaceBook* se calculase en quince mil millones de dólares, tan sólo tres años después de su nacimiento como el despreocupado hobby de un estudiante universitario. A fines de 2007, cuando esta otra red de relaciones ya contaba con más de cincuenta millones de usuarios y crecía más rápido que cualquiera de sus competidoras, ocupó espacio en los noticieros porque dos grandes empresas del área, Google y Microsoft, disputaron por la compra de una fracción mínima de su capital: el 1,6%. Finalmente, la dueña de *Windows*

venció la pugna: tras desembolsar más de doscientos millones de dólares, justificó la transacción aludiendo al potencial que el creciente número de usuarios del servicio representaba en términos publicitarios. Al día siguiente de esa apuesta aparentemente desmesurada, el mercado financiero aprobó la jugada: las acciones de Microsoft subieron. Pocas semanas más tarde, *FaceBook* inauguró un proyecto presentado como "el Santo Grial de la publicidad", capaz de convertir a cada usuario de la red en un eficaz instrumento de marketing para decenas de compañías que venden productos y servicios en Internet.

Este novedoso sistema permite rastrear las transacciones comerciales realizadas por los usuarios de la gran comunidad virtual, a fin de alertar a sus amigos sobre el tipo de productos que éstos compraron o comentaron. Según la empresa, la intención de esta estrategia es "proveer nuevas formas de conectarse y compartir información con los amigos", permitiendo que "los usuarios mantengan a sus amigos mejor informados sobre sus propios intereses, además de servir como referentes confiables para la compra de algún producto". El nuevo mecanismo de marketing también posibilita otras novedades: si un usuario compra un paquete turístico, por ejemplo, la agencia de viajes puede publicar una foto del turista como parte de su "aviso social", con el fin de estimular a sus conocidos para que compren servicios similares. "Nada influye más en las decisiones de una persona que la recomendación de un amigo confiable", explicó el director y fundador de *FaceBook*. "Empujar un mensaje sobre la gente ya no es más suficiente", agregó, "hay que lograr que el mensaje se instale en las conversaciones". Así, tras haber comprobado que las recomendaciones de los amigos constituyen "una buena manera de generar demanda", la nueva generación de anuncios publicitarios intenta poner ese valioso saber en práctica: "los avisos dirigidos no son invasivos porque se pueden integrar mejor a las conversaciones que los usuarios ya mantienen unos con otros".

En algunos casos, los mismos autores de *blogs* se convierten en protagonistas activos de las campañas publicitarias, como ocu-

rrió con la línea de sandalias Melissa, comercializada por una marca brasileña. Bien al tono de los nuevos vientos que soplan, la firma prefiere no hablar de campaña publicitaria, sino de un "proyecto de comunicación y *branding*". La empresa eligió a cuatro jóvenes cuyos *photoblogs* tenían cierto éxito entre las adolescentes brasileñas, y las nombró sus "embajadoras". Además de divulgar la marca en sus *photoblogs*, las chicas colaboraron en el proceso de creación del calzado, aportando tanto sus propias ideas y gustos, como las opiniones dejadas por los visitantes de sus sitios. Con esa estrategia, la compañía anunciante pretendía agradar a un segmento de su público: la nueva generación de mujeres adolescentes. Fue un éxito: las cuatro jóvenes se convirtieron en celebridades de Internet y sus *photoblogs* recibieron más de diez mil visitantes por semana. Sin saber para qué se las estaba usando —o peor: tal vez sabiéndolo muy bien—, las adolescentes expresaron su satisfacción por participar en un proyecto que privilegió a "chicas comunes" en vez de a profesionales. "A las modelos, además de que no son reales, a veces no les gusta lo que venden", explicó una de ellas.

Pero no es sólo por todos esos motivos que se hace evidente la inscripción, en este nuevo régimen de poder, de la parafernalia que compone la Web 2.0 y que nos ha convertido en las personalidades del momento. Por cierto, semejante despropósito habría resultado impensable en el contexto histórico descrito por Foucault, donde la celebridad se reservaba a unos pocos muy bien elegidos. Las cartas y los diarios íntimos tradicionales denotan una filiación directa con esa otra formación histórica, la "sociedad disciplinaria" del siglo XIX y principios del XX, que cultivaba rígidas separaciones entre el ámbito público y la esfera privada de la existencia, reverenciando tanto la lectura como la escritura silenciosas y en soledad. Solamente en ese magma moderno, cuya vitalidad quizás se esté agotando hoy en día, podría haber germinado ese tipo de subjetividad que algunos autores denominan *homo psychologicus*, *homo privatus* o personalidades introdirigidas.

En este siglo XXI que está comenzando, en cambio, se convoca a las personalidades para que se muestren. La privatización de los

espacios públicos es la otra cara de una creciente publicitación de lo privado, una sacudida capaz de hacer tambalear aquella diferenciación de ámbitos antes fundamental. En medio de los vertiginosos procesos de globalización de los mercados, en el seno de una sociedad altamente mediatizada, fascinada por la incitación a la visibilidad y por el imperio de las celebridades, se percibe un desplazamiento de aquella subjetividad "interiorizada" hacia nuevas formas de autoconstrucción. En un esfuerzo por comprender estos fenómenos, algunos ensayistas aluden a la sociabilidad *líquida* o a la cultura *somática* de nuestro tiempo, donde aparece un tipo de *yo* más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas. Se habla también de personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas. E incluso se analizan las diversas *bioidentidades*, desdoblamientos de un tipo de subjetividad que se apuntala en los rasgos biológicos o en el aspecto físico de cada individuo. Por todo eso, ciertos usos de los *blogs*, *fotologs*, *webcams* y otras herramientas como *MySpace* y *YouTube*, serían estrategias que los sujetos contemporáneos ponen en acción para responder a estas nuevas demandas socioculturales, balizando nuevas formas de ser y estar en el mundo.

Sin embargo, pese al veloz crecimiento de estas prácticas y a la euforia que suele acompañar todas estas novedades, siempre espoleadas por el alegre entusiasmo mediático, hay datos que conspiran contra las estimativas más optimistas sobre la "inclusión digital" o el "acceso universal". Hoy, por ejemplo, sólo mil millones de los habitantes de este planeta poseen una línea de teléfono fijo; de ese total, menos de un quinto tiene acceso a Internet por esa vía. Otras modalidades de conexión amplían esos números, pero de todos modos siguen quedando afuera de la Web por lo menos cinco mil millones de terráqueos. Lo cual no causa demasiado asombro si consideramos que el 40% de la población mundial, casi tres mil millones de personas, tampoco dispone de una tecnología bastante más antigua y reconocidamente más básica: el inodoro.

La distribución geográfica de esos privilegiados que poseen contraseñas para acceder al ciberespacio es todavía más elocuente de lo que insinúa la mera cantidad: el 43% en América del Norte, el 29 % en Europa y el 21% en buena parte de Asia, incluyendo los fuertes números del Japón. De modo que en esas regiones del planeta se concentran nada menos que el 93% de los usuarios de la red global de computadoras y, por lo tanto, de aquellos que disfrutan de las maravillas de la Web 2.0. El magro porcentaje restante salpica las amplias superficies de los "países en desarrollo", repartido de la siguiente forma: el 4% en nuestra América Latina, poco más del 1% en Oriente Medio y menos todavía en África. Así, a contrapelo de los festejos por la democratización de los medios, los números sugieren que las brechas entre las regiones más ricas y más pobres del mundo no están disminuyendo. Al contrario, quizás paradójicamente, al menos en términos regionales y geopolíticos, esas desigualdades parecen aumentar junto con las fantásticas posibilidades inauguradas por las redes interactivas. Hasta el momento, por ejemplo, sólo el 15% de los habitantes de América Latina tienen algún tipo de acceso a Internet. Constataciones de esa índole llevaron a formular el concepto de *tecno-apartheid*, que intenta nominar esta nueva cartografía de la Tierra como un archipiélago de ciudades o regiones muy ricas, con fuerte desarrollo tecnológico y financiero, en medio del océano de una población mundial cada vez más pobre.

Ese escenario global se replica dentro de cada país. En la Argentina, por ejemplo, se calcula que son más de quince millones los usuarios de Internet, lo cual representa el 42% de la población nacional, pero las conexiones residenciales no pasan de tres millones; la mayor parte de los argentinos accede esporádicamente, a partir de cibercafés o locutorios. Casi dos tercios de ese total se concentran en la ciudad o en la provincia de Buenos Aires; mientras en esas zonas los accesos por banda ancha tienen una penetración del 30%, en las provincias más pobres del norte del país esa opción ni siquiera abarca al 1%. En el Brasil, por su parte, ya existen casi cuarenta millones de personas con acceso a Internet,

la mayoría concentrada en los sectores más acomodados de las áreas urbanas. De esa cantidad, sólo tres cuartos cuentan con conexiones residenciales, y de hecho son apenas veinte millones los que se consideran "usuarios activos", es decir, aquellos que se conectaron por lo menos una vez en el último mes. Los números han crecido mucho y ya representan un quinto de la población nacional mayor de quince años de edad; sin embargo, conviene explicitar también lo que esos números braman en sordina: son 120 millones los brasileños que —¿aún?— no tienen ningún tipo de acceso a la red. Si bien en números absolutos el país ocupa el primer lugar de América Latina y el quinto del mundo, si las cifras se cotejan con el total de habitantes, el Brasil se encuentra en el puesto número 62 del elenco mundial, y es el cuarto en el ya relegado subcontinente.

A la luz de estos datos, parece obvio que no es exactamente "cualquiera" quien tiene acceso a Internet. Aunque dos tercios de los ciudadanos brasileños nunca hayan navegado por la Web y muchos de ellos ni siquiera sepan de qué se trata, seis millones de *blogs* son de esa nacionalidad, posicionando al Brasil como el tercer país más *bloguero* del mundo. Sin embargo, tampoco es un detalle menor el hecho de que dos tercios de esos autores de diarios digitales residan en el sudeste del territorio nacional, que es la región más rica del país.

Por todos esos motivos, habría que formular una definición más precisa de aquellos personajes que resultaron premiados con tanto glamour como las personalidades del momento: *usted*, *yo* y todos *nosotros*. De persistir las condiciones actuales —¿y por qué no habrían de persistir?—, dos tercios de la población mundial nunca tendrán acceso a Internet. Más aún: buena parte de esa cantidad de gente "común" ni siquiera oír hablar en toda su vida sobre los *blogs* ni sobre los rutilantes *YouTube*, *Second Life* o *MySpace*, por ejemplo. Esos miles de millones de personas, que no obstante habitan este mismo planeta, son los "excluidos" de los paraísos extraterritoriales del ciberespacio, condenados a la gris inmovilidad local en plena era multicolor del marketing global. Y lo que quizás

sea más penoso en esta sociedad del espectáculo, en la que sólo *es* lo que se *ve*: en ese mismo gesto, también se los condena a la invisibilidad total.

De modo que es imposible desdeñar los lazos incestuosos que atan estas nuevas tecnologías con el mercado, institución omnipresente en la contemporaneidad, y muy especialmente en la comunicación mediada por computadoras. Lazos que también las amarran a un proyecto claramente identificable: el del capitalismo actual, un régimen histórico que necesita ciertos tipos de sujetos para abastecer sus engranajes —y sus circuitos integrados, y sus góndolas y vitrinas, y sus redes de relaciones vía Web—, mientras repele activamente otros cuerpos y subjetividades. Por eso, antes de investigar las sutiles mutaciones en los pliegues de la intimidad, en la dialéctica de lo público-privado y en la construcción de modos de ser, hay que desnaturalizar las nuevas prácticas comunicativas. Algo que sólo se logrará si desnudamos sus raíces y sus derivaciones políticas.

Lejos de abarcarnos a todos nosotros como un conjunto armónico, homogéneo y universal, cabe recordar que tan sólo una porción de la clase media y alta de la población mundial marca el ritmo de esta revolución del *usted* y del *yo*. Un grupo humano distribuido por los diversos países de nuestro planeta globalizado, que aunque no constituya en absoluto la mayoría numérica, ejerce una influencia de lo más vigorosa en la fisonomía de la cultura global. Para eso, cuenta con el inestimable apoyo de los medios masivos en escala planetaria, así como del mercado que valoriza a sus integrantes —y solamente a *ellos*— al definirlos como consumidores; tanto de la Web 2.0 como de todo lo demás. Es precisamente ese grupo el que ha liderado las metamorfosis de lo que significa *ser alguien* a lo largo de nuestra historia reciente.

En ese mismo sentido, se impone otra aclaración: la riqueza de las experiencias subjetivas es inmensa, sin duda alguna. Son incontables y muy variadas las estrategias individuales y colectivas que siempre desafían las tendencias hegemónicas de la construcción de sí. Por eso, puede ocurrir que ciertas alusiones a los

fenómenos y procesos analizados en este ensayo parezcan reducir la complejidad de lo real, agrupando una diversidad inconmensurable y una riquísima multiplicidad de experiencias bajo categorías amorfas como "subjetividad contemporánea", "mundo occidental", "cultura actual" o "todos nosotros". Sin embargo, la intención de este libro es delinear ciertas tendencias que se perfilan fuertemente en nuestra sociedad occidental y globalizada, con un énfasis especial en el contexto latinoamericano, cuyo origen remite a los sectores urbanos más favorecidos en términos socioeconómicos: aquellos que gozan de un acceso privilegiado a los bienes culturales y a las maravillas del ciberespacio. La irradiación de estas prácticas por los diversos medios de comunicación, a su vez, impregna los imaginarios globales con un denso tejido de valores, creencias, deseos, afectos e ideas. Ese tipo de categorías algo indefinidas y generalizadas son comparables –y por eso muchas veces comparadas, incluso en estas páginas– con aquello que en el apogeo de los tiempos modernos cristalizó en nociones igualmente genéricas y vagas, tales como "sensibilidad burguesa" y "hombre sentimental" o, más específicamente todavía, *homo psychologicus* y personalidades introdirigidas.

De regreso al *yo* y al *usted* que se han convertido en las personalidades del momento, retorna la pregunta inicial: ¿cómo se llega a ser lo que se es? En este caso, por lo menos, Internet parece haber ayudado bastante. A lo largo de la última década, la red mundial de computadoras viene albergando un amplio espectro de prácticas que podríamos denominar "confesionales". Millones de usuarios de todo el planeta –gente "común", precisamente como *usted* o *yo*– se han apropiado de las diversas herramientas disponibles on-line, que no cesan de surgir y expandirse, y las utilizan para exponer públicamente su intimidad. Así es como se ha desencadenado un verdadero festival de "vidas privadas", que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero. Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear; basta apenas con hacer clic. Y, de hecho, todos nosotros solemos dar ese clic.

Junto con estas curiosas novedades vemos astillarse algunas premisas básicas de la autoconstrucción, la tematización del *yo* y la sociabilidad moderna, y es justamente por eso que resultan significativas. Estos rituales tan contemporáneos son manifestaciones de un proceso más amplio, de una atmósfera sociocultural que los envuelve, que los hace posibles y les concede un sentido. Porque este nuevo clima de época que hoy nos engloba parece impulsar ciertas transformaciones que llegan a rozar la mismísima definición de *usted* y *yo*. La red mundial de computadoras se ha convertido en un gran laboratorio, un terreno propicio para experimentar y diseñar nuevas subjetividades: en sus meandros nacen formas novedosas de ser y estar en el mundo, que a veces parecen saludablemente excéntricas y megalomaníacas, mientras que otras veces –o al mismo tiempo– se empantanar en la pequeñez más rastrera que se pueda imaginar. En todo caso, no hay duda de que estos flamantes espacios de la Web 2.0 son interesantes, aunque más no sea porque se presentan como escenarios muy adecuados para montar un espectáculo cada vez más estridente: el show del *yo*.

VII. YO REAL Y LA CRISIS DE LA FICCIÓN

¿Qué es una obra? [...] Hay que publicar todo, ciertamente, pero ¿qué quiere decir este "todo". Todo lo que el propio Nietzsche publicó, de acuerdo. ¿Los borradores de sus obras? Ciertamente. ¿Los proyectos de aforismos? Sí, ¿también los tachones, las notas al pie de los cuadernos? Sí. Pero [...] una cuenta de la lavandería, ¿es obra o no es obra? ¿Y por qué no?

MICHEL FOUCAULT

Aquí no voy a contarle a nadie los "diez pasos" para nada, ni voy a dar consejos de qué hacer o no para tener éxito. Éste va a ser tan sólo un relato de las lecciones que el mundo y la vida me enseñaron hasta este momento. En esta corta, pero intensa trayectoria, mucha gente se ha empeñado en no verme.

BRUNA SURFISTINHA

CUANDO más se ficcionaliza y estetiza la vida cotidiana con recursos mediáticos, más ávidamente se busca una experiencia auténtica, verdadera, que no sea una puesta en escena. Se busca lo realmente *real*. O, por lo menos, algo que así lo *parezca*. Una de las manifestaciones de esa "sed de veracidad" en la cultura contemporánea es el ansia por consumir chispazos de intimidad ajena. En pleno auge de los *reality-shows*, el espectáculo de la realidad tiene éxito: todo vende más si es real, aunque se trate de versiones dramatizadas de una realidad cualquiera. Como dos caras de la misma moneda, el exceso de espectacularización que impregna

nuestro ambiente tan mediatizado va de la mano de las distintas formas de "realismo sucio" que hoy están en boga. Internet es un escenario privilegiado de este movimiento, con su proliferación de confesiones reveladas por un *yo* que insiste en mostrarse siempre *real*, pero el fenómeno es mucho más amplio y abarca diversas modalidades de expresión y comunicación.

Aún así, no se trata de algo completamente nuevo: es posible detectar las raíces de este gusto por lo real ya en el siglo XIX. Una disposición que no se plasma solamente en la ficción, como las novelas realistas y naturalistas que se convirtieron en uno de los grandes vicios de la época, sino también en el periodismo sensacionalista que floreció en aquellos tiempos y que los lectores devoraban en tabloides y folletines. E inclusive en los museos de cera y otros espectáculos de la vida moderna que se ofrecían en las calles de las ciudades y apelaban al realismo como un ingrediente fundamental de su éxito. De esa forma, inclusive, se asentó el terreno para el surgimiento del cine, cuyas manifestaciones ancestrales eran promovidas con ganchos publicitarios del tipo: "no son imitaciones ni *trompe l'oeil*, son reales!"¹

A lo largo de la era burguesa, entonces, el arte imitaba a la vida y la vida imitaba al arte. Pero esa creciente ficcionalización de lo real en los diversos medios, así como la gradual naturalización de los códigos del realismo en la ficción, también contribuyeron a cambiar los contornos del mundo y de la realidad misma. Esos recursos de verosimilitud pronto desbordaron las páginas impresas de los libros y de los periódicos para invadir las pantallas del cine y de la televisión, y luego empararían también la vida cotidiana. La realidad de todos nosotros también se ha vuelto realista. Pero ahora, a diferencia de lo que ocurría en el lejano siglo XIX, el arte contemporáneo ya no pretende imitar a la

¹ Vanessa Schwartz, "O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto pela realidade na Paris fim-de-século", en Leo Charney y Vanessa Schwartz (comps.), *O cinema e a invenção da vida moderna*, San Pablo, Cosac & Naify, 2004, p. 341.

vida. Del mismo modo, la vida actual tampoco anhela imitar esas artes. En cambio, hoy vemos cómo los medios de comunicación sin pretensiones artísticas están más y más atravesados por los imperativos de lo real, con una proliferación de narrativas e imágenes que retratan la vida tal como es en todos los circuitos de la comunicación. Mientras tanto, la propia vida tiende a ficcionalizarse recurriendo a códigos mediáticos, especialmente a los recursos dramáticos de los medios audiovisuales, en cuyo uso hemos sido persistentemente alfabetizados a lo largo de las últimas décadas.

En una sociedad tan espectacularizada como la nuestra, no sorprende que las fronteras siempre confusas entre lo real y lo ficcional se hayan desvanecido aún más. El flujo es doble: una esfera contamina a la otra, y la nitidez de ambas definiciones queda comprometida. Por los mismos motivos, se ha vuelto habitual recurrir a los imaginarios ficcionales para tejer las narraciones de la vida cotidiana, lo cual genera una colección de relatos que confluyen en la primera persona del singular: *yo*. En años recientes, sin embargo, las narrativas de ficción parecen haber perdido buena parte de su hegemonía inspiradora para la autoconstrucción de los lectores y espectadores, con una creciente primacía de su supuesto contrario: lo real. O más precisamente, la no ficción. Todo indica que esta inyección de dramatismo y estilización mediática que se apropió del mundo a lo largo del siglo XX ha ido nutriendo un anhelo de acceder a una experiencia intensificada de lo real. Una realidad aumentada cuyo grado de eficacia se mide, paradójicamente, con estándares mediáticos. Por eso, si la paradoja del realismo clásico consistía en inventar ficciones que pareciesen realidades, manipulando todos los recursos de verosimilitud imaginables, hoy asistimos a otra versión de ese aparente contrasentido: una voluntad de inventar realidades que parezcan ficciones. Espectacularizar el *yo* consiste precisamente en eso: transformar nuestras personalidades y vidas (ya no tan) privadas en realidades ficcionalizadas con recursos mediáticos.

Esa curiosa vuelta de tuerca puede explicar, en cierta medida, el renovado auge del realismo que tomó por asalto al cine, la literatura, la fotografía, las artes plásticas, la televisión e Internet a fines del siglo XX y principios del XXI. Las nuevas estéticas realistas atestiguan esa necesidad de introducir efectos de lo real en nuestros relatos vitales, recursos narrativos más adecuados para el nuevo cuadro de saturación mediática en que estamos inmersos. La principal novedad de estos efectos realistas es que ya no se pautan principalmente en la aguzada observación empírica tendiente a crear mundos plausibles o a lograr que una ficción sea verosímil, tal como ocurría en las descripciones naturalistas de las novelas del siglo XIX o en los flujos de conciencia de principios del XX. En cambio, se promueve una intensificación y una creciente valoración de la propia experiencia vivida, responsable por el "giro subjetivo" que hoy se constata en la producción de narrativas, ya sean ficticias o no. Los cimientos de esos relatos más recientes tienden a hundirse en el *yo* que firma y narra. Con una frecuencia inédita, el *yo* protagonista, que suele coincidir con las figuras del autor y del narrador, se convierte en una instancia capaz de avalar lo que se muestra y se dice. La autenticidad e incluso el valor de esas obras y, sobre todo, de las experiencias que reportan, se apoyan fuertemente en la biografía del autor, narrador y personaje. En vez de la imaginación, la inspiración, la pericia o la experimentación que nutrían a las piezas de ficción más tradicionales, en estos casos es la trayectoria vital de quien habla —y en nombre de quien se habla— lo que constituye la figura del autor y lleva a legitimarlo como tal. Sin embargo, tanto esas vivencias personales como la propia personalidad del *yo* autoral también se ficcionalizan con ayuda de la parafernalia mediática.

A la luz de estos desplazamientos en las complejas relaciones entre autor y obra, vida privada y acción pública, cabría concluir que hoy se están generalizando nuevas estrategias narrativas, que denotan otros vínculos entre la ficción y lo real —o la no ficción—, bastante apartados de los códigos realistas heredados del siglo XIX. En una época tan arrasada por las inseguridades como fasci-

nada por los simulacros y la espectacularización de todo cuanto es, nociones otrora más sólidas como *realidad* y *verdad* se han estrechado seriamente. Tal vez por ese motivo, ya no cabe a la ficción recurrir a lo real para contagiarse de su peso y ganar veracidad. Al contrario, la realidad parece haber perdido tal potencia legitimadora. Ese real que hoy está en pleno auge ya no es más autoevidente: su consistencia se ha vuelto problemática y se pone en cuestión permanentemente. Junto con esa volatilización de lo real, la ficción también termina perdiendo su antigua preeminencia. Ahora, dando otra inesperada vuelta a esa tuerca, la realidad empieza a imponer sus propias exigencias: para ser percibida como plenamente real, deberá intensificarse y ficcionalizarse con recursos mediáticos. Entre las diversas manifestaciones que solicitan ese tratamiento, se destaca la vida real del autor-artista. O bien de ese *yo* que habla, que se narra y se muestra por todas partes.

Ilustrando esa tendencia que tanto fulgura por doquier, vemos surgir en las estanterías de las librerías —resonando con fuerza en las vitrinas mediáticas— lanzamientos editoriales como *El rostro de Shakespeare* de Stephanie Nolen. Se trata de un pesado volumen cuyas páginas combinan datos periodísticos con algunos elementos de historia del arte y cierto análisis especulativo, todo con la finalidad de develar un gran enigma de la historia occidental. ¿Cuál? Descubrir cómo era el verdadero rostro del bardo inglés. Su cara, precisamente, su aspecto físico. Justo de William Shakespeare, un autor sobre cuya vida ignoramos casi todo. Inclusive, como llegan a insinuar algunos de esos investigadores, se duda de que realmente haya existido. En una era tan sedienta de saberes biográficos como la nuestra, donde la "función autor" opera con tanto vigor, ese desconocimiento se vuelve intolerable.

Virginia Woolf destacó esa falta de informaciones que hoy tenemos sobre la vida privada y la personalidad de Shakespeare, justamente, como un elemento fundamental de nuestra relación con su obra. Como sabemos tan poco de él, ese autor es pura literatura. Su figura coincide plenamente con lo que escribió: Shakespeare es su obra, ni más ni menos que eso. No dispone-

mos de datos fidedignos sobre su intimidad que puedan distraernos de lo que hizo, no hay relatos ni imágenes que puedan contaminar sus escritos. Si el poeta inglés logró ocultarnos "sus rencores, sus envidias y antipatías" –y podríamos agregar, incluso, "su rostro"–, es también gracias a ese elegante silencio que "su poesía brota de él libre y sin impedimentos".² Tal es la constatación de Virginia Woolf: si alguien logró expresar completamente su obra, lejos de las vanas poluciones biográficas, ese autor fue William Shakespeare. Sin embargo, dichos detalles extraliterarios sobre quién fue realmente se crean y recrean sin pausa, se investigan con avidez de pruebas y cita de fuentes. Otro ejemplo de esa intensa búsqueda es un libro pavorosamente titulado *La verdad será revelada. Desenmascarando al verdadero Shakespeare*, firmado por Brendan James y William Rubinstein. En todos estos casos, lo que se busca es rellenar con informaciones "reales" esa mudez intolerable, que se acoraza en la más perfecta ficción y se rehúsa a salir de ese universo.

Pero esta búsqueda frenética por lo real-banal tampoco perdona a otras figuras históricas que, por haber vivido en épocas distantes de nuestro culto a la personalidad espectacularizada, dejaron poco material para discurrir acerca de sus *yos*. En ese descuido nos han legado, tan sólo, sus obras. Un libro publicado por una reconocida especialista en la *Divina Comedia* de Dante Alighieri, por ejemplo, trajo algunas revelaciones que los medios de comunicación enseguida se ocuparon de propalar con tono de escándalo. El libro develaba "el verdadero origen de las visiones dantescas" del infierno y del paraíso, descriptas por el poeta florentino hace siete siglos. He aquí la revelación: "para inspirarse, Dante ingería sustancias estupefacientes como cannabis y mezcalina".³ Fueron apenas unos pocos renglones referidos al asunto en un libro de quinientas

² Virginia Woolf, *Un cuarto propio y otros ensayos*, Buenos Aires, a-Z, 1993, p. 77.

³ Barbara Reynolds, *Dante: the Poet, the Political Thinker, the Man*, Londres, Tauris, 2006.

páginas sobre la vida y la obra del escritor italiano, pero también es claro que fue sólo esa cuestión la que logró despertar el interés mediático sobre un tema tan poco actual. Uno de los suplementos literarios británicos más prestigiosos, el *Times Literary Supplement*, estampó el siguiente titular en la tapa: "Dante drogado".⁴

De modo semejante, aprovechando el cuarto centenario de la publicación de *Don Quijote*, se lanzaron al mercado decenas de libros y otros productos, todos referidos a asuntos "reales" relacionados con la célebre novela de Miguel de Cervantes Saavedra. Pasando por alto el pequeño detalle de que se trata de una ficción escrita hace cuatrocientos años, el mercado editorial no ahorró investigadores y articulistas: cuál sería el verdadero pueblo del cual partió el ingenioso hidalgo, cuáles eran los alimentos que él realmente consumía, y hasta quién habría sido la dama real que inspiró el personaje de Dulcinea del Toboso. Una nota periodística advertía que "doce cocineros se comprometieron en el proyecto de hacer un libro de recetas basado en el *Quijote*", y apostaba a que la obra podría ser "traducida a tantos idiomas como la novela; por ahora, se planea su publicación en inglés y japonés". Considerando el éxito de la gastronomía en el universo de las letras contemporáneas, la culinaria quijotesca puede llegar a vender más que la propia novela en la cual se ha inspirado.

Por cierto, la ficticia Dulcinea no está sola en esta ansiosa búsqueda actual de realidad. También proliferan obras dedicadas a revelar la verdadera identidad de La Gioconda, para citar otro ejemplo típico, especulando sobre quién fue la mujer que quinientos años atrás posara para los pinceles de Leonardo da Vinci. A propósito, la popularidad de este último artista ha aumentado bastante últimamente, pero tal incremento en el interés del público no se deriva de sus famosísimas obras de arte, sino que se debe al éxito de un *best seller* como *El código Da Vinci*, de Dan Brown, que ya vendió decenas de millones de ejemplares en más

⁴ Peter Hainsworth, "Dante on drugs", en *Times Literary Supplement*, Londres, 18 de octubre de 2006.

de cuarenta idiomas y transformó a su autor en una celebridad millonaria. Ese libro logró sacar el máximo provecho de la ambigüedad que florece entre las fórmulas de la ficción y la no ficción, dando a luz, inclusive, otros libros que desmenuzan sus diversos tópicos y también lideraron, durante meses y años, las listas de *best sellers* de todo el mundo. En este caso, las de no ficción.

"Son más de doce libros publicados sobre el tema, casi todos mostrando que los argumentos de Brown están equivocados o son increíbles, olvidando que el libro pertenece al territorio de la ficción", advertía un artículo publicado en un suplemento cultural brasileño.⁵ De todas maneras, de ese granero también surgieron guías de turismo e itinerarios para viajes temáticos, conferencias y objetos de decoración inspirados en el libro, e incluso la inevitable película con estrellas de Hollywood en su elenco. Cabe imaginar además algún tomo bien encuadernado que reúna misteriosas recetas de cocina bíblico-conspirativas, ¿por qué no? De hecho, al amparo de este éxito, por lo menos un libro de recetas fue lanzado al mercado con una repercusión considerable: el *Códice Romanoff*, un manuscrito a partir del cual se publicaron, en varios idiomas, las *Notas de cocina* atribuidas a Leonardo da Vinci. Aunque son muchas las dudas acerca de su autenticidad, tales celos se mencionan raramente en las lujosas ediciones de la obra. Las anotaciones se refieren a los extravagantes manjares que Da Vinci mandaba preparar en la corte de Ludovico Sforza, en pleno siglo xv. Pero conviene subrayar que todo ese *merchandising* se ha engendrado en el vientre de aquel otro código *best seller*, que supo capitalizar muy bien las perplejidades que dinamitan las fronteras entre ficción y no ficción.

Insistiendo en el tema, un estudioso de la genealogía de las familias de Florencia comunicó a la prensa los resultados de sus investigaciones, que enseguida se replicaron en todo el planeta: el investigador había ubicado a las últimas herederas de la Mona Lisa. Dos jóvenes italianas descendientes de la noble familia Strozzi,

⁵ Alexandre Matias, "Fenômeno Da Vinci", en *Folha de São Paulo*, San Pablo, 9 de agosto de 2004.

que en el siglo xiv fue la gran rival de los Médici, se dejaron fotografiar en el Museo del Louvre y fueron cotejadas con el célebre retrato de La Gioconda, que habría inmortalizado el rostro de su ancestral Lisa Gherardini. En 1495, a los dieciséis años de edad, esa joven florentina se casó con Francesco Bartolomeo del Giocondo, un rico comerciante de seda que habría encomendado el retrato de su esposa en 1503. "Es poco lo que se sabe de la Mona Lisa, salvo que llevaba una existencia reclusa y discreta en su casa familiar de la calle Della Stufa", revela el investigador. "Murió el 15 de julio de 1542 y fue inhumada en el convento de Santa Úrsula; la línea directa de Del Giocondo se extinguió a fines del siglo xvii, pero sobrevivió por la rama femenina".⁶ Ésa es toda la relevancia de esta información real.

"Posiblemente la *Mona Lisa* se parece a la dama cuyo retrato pintó Leonardo da Vinci", dice el crítico de arte Ernst Fischer. "Pero su sonrisa está más allá de la naturaleza, no tiene nada que ver con ella y depende absolutamente de la experiencia vivida, del conocimiento alcanzado por el hombre a quien la dama sirvió de modelo".⁷ Una obviedad capaz de invalidar todo interés en la verdadera —y, por lo visto, poco trascendente— Lisa Gherardini. Sin embargo, no es eso lo que ocurre hoy en día. "Cuando Picasso comienza a pintar un objeto tal como lo hizo la naturaleza y luego va renunciando poco a poco al parecido superficial por medio de un esfuerzo gradual de simplificación, de concentración", continúa Fischer, "con ello se va revelando paulatinamente una realidad más fundamental".⁸ No obstante, no es esa hondura revelada en ocasiones por el arte lo que parece interesar al ávido público contemporáneo. En vez de esa búsqueda, hay una voluntad de saber todo sobre aquella otra realidad más pedestre y supuestamente más real. Interesa saber quién era realmente esa mujer que

⁶ François Hauter, "De la Joconde aux princesses Strozzi", en *Le Figaro*, París, 5 de febrero de 2007.

⁷ Ernst Fischer, "El problema de lo real en el arte moderno", en *Realismo: mito, doctrina o tendencia histórica?*, Buenos Aires, Lunaria, 2002, p. 68.

⁸ *Ibid.*

posó para Picasso, qué tipo de relación mantenía con el pintor, como se llamaba y cuántos años tenía, por qué ella estaba allí aquel día y cómo se conocieron, cuál era su verdadera historia familiar, cómo era su aspecto físico, etc. Y si todo eso se puede ver en una pantalla, pues tanto mejor. No hace falta aclarar que esto ya ocurrió, de hecho, en la película *Sobrevivir a Picasso*, dirigida por James Ivory en 1996, así como en incontables publicaciones impresas y productos audiovisuales.

Hay una persistente obsesión por ese nivel más epidérmico de lo verdadero, por más trivial que sea. Según Umberto Eco, esa fijación por la *real thing* reside en la médula de la tradición cultural de los Estados Unidos. Hoy, al compás de la globalización, esa tendencia se disemina y penetra en los rincones más remotos del planeta. El crítico italiano desmenuza este asunto con buenas dosis de humor y agudeza, en sus ensayos sobre el hiperrealismo y la "irrealidad cotidiana" redactados en los años ochenta.⁹ Entre los numerosos ejemplos comentados por el autor, bastará con mencionar los museos californianos donde es posible observar una Mona Lisa más real que el célebre cuadro renacentista, e incluso más real que aquella dama italiana rescatada por los investigadores florentinos. En este caso, la *real thing* aparece en una escena tridimensional y bastante hiperrealista —¿o surrealista?—, que recrea en cera las figuras del artista y la modelo en plena realización de la obra.

No sorprende, mientras sigue creciendo ese apetito por consumir vidas ajenas y reales cada vez más vorazmente, aunque no revelen más que una realidad pedestre, que las ficciones tradicionales se estén hibridando con la no ficción, ese nuevo y ambiguo género hoy triunfante. Los diversos medios actuales reconocen y explotan la fuerte atracción implícita en el hecho de que aquello que se dice y se muestra es un testimonio realmente vivenciado, por alguien. El anclaje en la vida real se vuelve irresistible, aunque

⁹ Umberto Eco, "Los pesebres de Satán", en *La estrategia de la ilusión*, Buenos Aires, De la Flor, 1987, pp. 26-37.

tal vida sea absolutamente banal e incluso, al menos en ciertos casos, especialmente si es banal. O, con mayor precisión aun: sustrayendo aquello que toda vida tiene de banal y pedestre.

En este contexto, las ventas de biografías aumentan en todo el planeta, confirmando esa creciente fascinación por las vidas reales. Aunque no sean grandes vidas, de figuras ilustres o ejemplares, como se ve por todas partes: basta con que sean auténticas, realmente protagonizadas por un *yo* de verdad. O, de nuevo, que al menos así lo parezcan. Por tales motivos, hoy proliferan grandes éxitos editoriales que algunos consideran inexplicables, como es el caso de *Cien cepilladas antes de dormir* de la italiana Melissa Panarello, que en pocos meses se tradujo a decenas de idiomas y se transformó en un fenómeno de mercado a nivel internacional. Es una mezcla muy contemporánea de diario íntimo con *reality-show*, una especie de *blog* confesional en formato impreso, en cuyas páginas la "autora narradora protagonista", de dieciocho años de edad, relata las profusas experiencias sexuales de la época en que tenía tiernos dieciséis. En la misma línea y con idéntico éxito, explotando esa mezcla adolescente de sexo, drogas, dinero, tedio y nada más, aunque todo supuestamente real, figuran la francesa Lolita Pille, también de dieciocho años, con su libro *Hell: Paris 75016*, y la china Wei Hui con su clon *Shanghai Baby*. En el Brasil, un ejemplo es Mayra Días Gomes, que lanzó *Fugalaça* cuando tenía diecinueve años. Y en la Argentina cabe mencionar el caso de una adolescente todavía más joven, Cielo Latini, que con su libro *Abzurdah* agregó un poco de bulimia y anorexia al menú básico. Las obras de ese tipo ya deben sumar centenares en todo el mundo y todas siguen una veta abierta en 2001 por *La vida sexual de Catherine Millet*, de la francesa Catherine Millet, que vendió más de dos millones de ejemplares en cinco años.

Uno de los retoños más pintorescos de esta tendencia fue una mezcla de autobiografía y autoayuda firmada por Jenna Jameson, una famosa actriz de películas pornográficas, bajo el título *Cómo hacer el amor como una estrella porno*. El libro fue uno de los grandes sucesos editoriales de 2004 en los Estados Unidos, y entre los rumo-

res suscitados a partir del anuncio de su versión cinematográfica, la encargada de interpretar a la "autora narradora protagonista" sería una de las actrices de Hollywood mejor cotizadas del momento. El Brasil también tuvo su fenómeno equivalente, que también promete saltar a las pantallas del cine: Bruna Surfistinha. Se trata de una ex prostituta que comenzó su carrera de escritora en un *blog*, en el cual relataba sus experiencias con los diversos clientes. Tras haber sido descubierta por la industria editorial, se convirtió en la gran atracción de las bienales del libro de San Pablo y Río de Janeiro, fue una de las invitadas especiales de la Feria del Libro de Buenos Aires, y luego presentó sus obras en Europa y en los Estados Unidos.

Su primer libro autobiográfico se llama *El dulce veneno del escorpión: diario de una acompañante*. Lanzado al mercado brasileño en 2005, combina fragmentos extraídos del *blog* y una breve biografía de la joven. No se trata, claro está, de ningún viaje autoexploratorio al estilo del *homo psychologicus*: nada de buceos introspectivos y excavaciones retrospectivas plasmadas en densos flujos de consciencia. Entre otros motivos, porque la redacción de la parte más estrictamente "autobiográfica" no fue escrita por la supuesta autora, sino por un *ghost-writer* que recibió el encargo. El enorme éxito del producto, sin embargo, resultó de esa sobreexposición de la personalidad y la vida privada de la protagonista, que obviamente también es la narradora y por lo menos la coautora. A pesar de utilizar algunos recursos de los viejos diarios íntimos, este libro se distancia claramente de aquel paradigma de la interioridad para crear y vender un personaje espectacularizado. Un *yo* supuestamente real lanzado a la visibilidad total, sin pretensión alguna de rozar una realidad más fundamental que aquella que se muestra en primerísimo plano.

El libro tuvo un éxito estruendoso: con alrededor de quince reimpressiones locales, vendió casi doscientos mil ejemplares en el Brasil y por lo menos diez mil en Portugal. Permaneció durante un año en la lista de publicaciones más vendidas. La versión en español facturó decenas de miles de copias en América Latina y en la comunidad hispánica de los Estados Unidos, lo cual esti-

muló su traducción a otros idiomas. Con el fin de convertirlo en un genuino *best seller* internacional, sus derechos se vendieron a editoriales de países como Inglaterra, Nueva Zelanda, Canadá, Turquía, Vietnam y Corea del Sur. Tal vez el proyecto funcione, pues la escritora ya protagonizó un extenso artículo en el diario *The New York Times* y una entrevista para la emisora de televisión *Al Jazeera*, de Medio Oriente. Son contadísimos los autores brasileños que logran semejante proyección internacional y tales cifras de ventas; por eso, hay quien dice –irónicamente o no– que la autora pronto será candidata a ocupar una silla en la Academia Brasileña de Letras. Como quiera que sea, su antigua profesión fue abandonada y ahora se dedica exclusivamente a las letras y a la administración de su marca.

Bruna Surfistinha sigue siendo el producto más importante de su empresa, aunque el segundo libro lleva la firma de Raquel Pacheco –su nombre verdadero–, pero esta vez lo principal apareció en el título: *Lo que aprendí con Bruna Surfistinha: Lecciones de una vida nada fácil*. El nuevo lanzamiento combina la exitosa receta del confesionario descarado con un leve tono de autoayuda, y se promocionó ampliamente por contener "cincuenta páginas extras de relatos jamás publicados en el *blog* de la autora". Además, editó un audiolibro que reúne una serie de "historias inéditas y prohibidas, narradas por ella misma", mientras su famoso *blog* contaba los pormenores de la gira para presentar su primer libro en países como Francia, Holanda, España, Alemania e Italia. Las noticias publicadas diariamente desde Europa relataban su participación en los compromisos editoriales junto a su novio, un ex cliente de la época en que todavía trabajaba como prostituta, que por ella abandonó a su familia. Este asunto fue un ingrediente fundamental de la estrategia de marketing de la segunda hornada de productos, puesto que ambos se ocuparon de divulgarlo por todos los medios, incluyendo todas las menudencias imaginables y las inimaginables también.

La cantera descubierta por esta joven de San Pablo resultó ser tan rica que sobraron espacio y reflectores para la esposa trai-

cionada. Esta no perdió la oportunidad de publicar su versión del drama doméstico, con todo lujo de detalles, en un libro llamado *Después del escorpión: una historia de amor, sexo y traición*. El lanzamiento de este otro producto fue promovido intensamente en todos los canales mediáticos, que no se privaron de invitar a esta otra "autora narradora personaje" para que siguiera exponiendo el asunto en público. El libro se vende bajo la siguiente presentación: "Perder al marido en manos de otra mujer ya es algo muy doloroso; imagínense, entonces, si esa otra mujer fuera la ex-prostituta más conocida del Brasil". En las páginas de esta confesión, la ex esposa en cuestión, "cuenta su historia desde el principio, cuando conoció a su ex marido a los siete años de edad". El punto fuerte del enredo es "cómo descubrió la traición a través de una hebra de cabello rubio", pero la autora aprovecha también para contar "cómo está hoy, cuando ya logró recuperarse de la separación". Así, "el libro es una verdadera lección de vida para inspirar a otras mujeres que temen pasar o ya pasaron por la misma situación". Pero no sólo eso: por el mismo precio, "es también un desahogo con mucho buen humor, de una mujer luchadora, linda e inteligente".¹⁰

La ex esposa también mantiene un *blog* en Internet, con idéntico título y edificado por completo alrededor del asunto que la llevó a la fama y que, de alguna manera, la convirtió en un personaje mediático y una celebridad menor. Su obra fue exactamente ésa: haber sido abandonada por el marido en provecho de Bruna Surfistinha, y haber capitalizado el pequeño escándalo para producir el personaje de Samantha Moraes, una bella y simpática mujer traicionada que a pesar de todo intenta recuperarse. La editorial de Bruna también aprovechó para promocionar su nuevo lanzamiento diciendo que "el novio de la ex acompañante, João Paulo Moraes, decidió romper el silencio", y relata su versión del drama en un capítulo del libro. "Entre las revelaciones que ofrece

¹⁰ Samantha Moraes, *Depois do Escorpião. Uma história de amor, sexo e traição*, San Pablo, Seoman, 2006.

sobre la ex mujer, João Paulo cuenta cómo él y Samantha empezaron el noviazgo. João Paulo era padrino de casamiento de Samantha. Todo comenzó en un viaje del novio...".¹¹ Se espera que este nuevo libro también sea un suceso.

Las autobiografías de este tipo, que constituyen un nuevo género editorial con increíble éxito en todo el planeta, remiten a un caso quizás legendario pero sin duda ejemplar. Victoria Beckham, ex integrante del grupo musical *Spice Girls* y actual esposa del jugador de fútbol inglés David Beckham, también publicó su autobiografía en 2001, bautizada *Aprendiendo a volar*. Su intención era "dejar todo claro", tras no haber logrado impedir la publicación de por lo menos dos biografías no autorizadas, una sobre ella sola -*Victoria's Secrets*- y otra sobre la pareja -*Posh & Becks*-. Según la editorial, el tema del libro es "la realidad de la fama", pues en sus páginas cuenta "cómo es ser la mitad de la pareja más famosa de Gran Bretaña y cómo alguien se siente cuando se transforma en el blanco de tanta adoración y envidia". En este caso, la "autora narradora personaje" "habla abiertamente sobre las controversias que la cercan, incluyendo la verdad sobre el comienzo de las *Spice Girls*, su casamiento y su salud".¹² Sin embargo, en una de las miles de entrevistas que esta celebridad de origen británico suele conceder a la prensa, deslizó que jamás había leído ni siquiera un libro en toda su vida, aduciendo falta de tiempo y desinterés por esa actividad. Cuando el entrevistador se vio obligado a preguntarle si tampoco había leído su propia autobiografía, ocurrió un verdadero hito del género.

Pero las biografías más tradicionales también constituyen un fenómeno de ventas en la contemporaneidad, o sea, aquellas dedicadas a narrar la vida de personajes reales que hicieron alguna acción pública que pueda considerarse su obra. No obstante, también en estos casos, buena parte del interés del público suele recaer

¹¹ Raquel Pacheco, *O que aprendi com Bruna Surfistinha. Lições de uma vida nada fácil*, San Pablo, Panda, 2006.

¹² Victoria Beckham, *Learning to fly*, Londres, Penguin Books, 2002.

en los asuntos privados. Es el caso de la autobiografía de Bill Clinton, cuya aparición en 2004 fue ansiosamente esperada y muy bien orquestada en términos de marketing. El libro fue objeto de innumerables reseñas en los medios de comunicación del mundo entero, y vendió cuatrocientos mil ejemplares solamente durante el primer día y en su país. Con esos números duplicó el récord anterior para el género de no ficción, que estaba en manos de la senadora Hillary Clinton con su obra *Historia viva*. Pero lo que gran parte de los lectores buscaba en el libro de casi mil páginas del ex presidente de los Estados Unidos, llamado *Mi vida*, era lo mismo que habían buscado ávidamente en la autobiografía de su esposa: el relato del "episodio Mónica Lewinski", famoso affaire del "autor narrador personaje" con la ex pasante de la Casa Blanca, que mereció apenas una discreta referencia en la página 773 del libro.

Volviendo a las autobiografías de jóvenes celebridades sin obra alguna —por lo menos, en el sentido moderno—, como las de Bruna Surfistinha, Samantha Moraes y Victoria Beckham, así como las de Catherine Millet y Melissa Panarello, tal vez puedan compararse con otro fenómeno editorial ocurrido algunas décadas atrás. Estas novedades serían versiones muy actuales de otro género igualmente polémico y exitoso, que tuvo su auge en las décadas de 1960 y 1970 hasta principios de los años ochenta. Se trata de la literatura testimonial, cuyos frutos también ostentaban un tono confesional, realista y documental, sin mayores méritos en términos de experimentación literaria. La gran diferencia es que esos relatos se apoyaban en un *yo* casi anónimo que narraba, protagonizaba y firmaba una historia verdadera, y que se erguía más como representante de un tipo social que como una individualidad fulgurantemente singular. Entre los ejemplos más conocidos de este género, cabe citar *Me llamo Rigoberta Menchú y así me nació la consciencia*, de la india maya Rigoberta Menchú, y en el Brasil, *Quarto de despejo: Diário de uma favelada*, de la empleada doméstica Carolina María de Jesús. Varias de esas obras fueron traducidas a decenas de idiomas y se convirtieron en íconos de su época. Sin embargo, las diferencias entre ambos géneros es abismal: mientras

que esos libros de hace algunos años eran explícitamente politizados y no-intimistas, los de hoy en día constituyen la encarnación de la frivolidad y el chismorreos, sin ninguna pretensión de afectar la esfera pública más allá de los índices de ventas.

Pero esta nueva vertiente de la no ficción autobiográfica e intimista que se desarrolla con toda la fuerza de un *boom* global, no se restringe a ese nicho del erotismo explícito con espíritu *bloguero* y casi siempre conjugado en femenino. Sus ramificaciones alcanzan los temas, tonos y soportes mediáticos más diversos. Otra de sus vertientes la constituyen las "novelas verdad", libros de no ficción escritos por periodistas profesionales pero dedicados a desmigajar algún asunto relacionado a sus propias vidas privadas, explotando ese estilo testimonial y confesional que está de moda. En este sentido, por ejemplo, abundan las biografías de padres, tíos y abuelos, retratos personales y familiares que apuntan a pintar también una época o un determinado tema histórico, pero siempre amarrados a un caso concreto, pequeño, íntimo y verídico.

El periodista argentino Jorge Fernández Díaz es uno de esos autores: escribió la historia de su madre, una inmigrante española como tantas otras, y vendió cincuenta mil ejemplares. "Se produce un fenómeno de identificación", explica el autor e hijo de la protagonista. "Y cuando uno ve que el otro se desnuda, te das cuenta de que es increíblemente parecido a vos".¹³ Su colega Gabriela Mochkofsky publicó *Tío Boris*, otra autobiografía familiar, en este caso ambientada en el contexto de la Guerra Civil Española. Otro periodista, Jorge Sigal, lanzó las *Confesiones de un ex-comunista*, una revisión de sus años juveniles que también intenta comprender las motivaciones de toda una generación. "Creo que se trata de bajarse del pedestal al que nos subimos en los noventa y ser más humildes", dijo este último en una entrevista. "No quiero contar cómo fueron las cosas, sino cómo lo vi yo".¹⁴ Con el fin de

¹³ Laura Di Marco, "En primera persona: del periodismo de investigación al relato testimonial", en *La Nación*, Buenos Aires, 7 de enero de 2007.

¹⁴ *Ibid.*

entender los sentidos de esta súbita epidemia de pequeñas historias intimistas, mucho más humildes y despolitizadas que en años anteriores, aunque protagonizadas por un *yo* que desborda por todas partes, los especialistas aluden a un nuevo clima de época. Y, sobre todo, a “un nuevo clima mediático que empieza a revalorizar el nombre propio en medio del bombardeo informativo”, un movimiento que se considera alentado por Internet y su “cultura bloguera”.¹⁵ O sea: por el torbellino de la Web 2.0, que nos ha convertido a todos en la efervescente personalidad del momento.

La tendencia es tan fuerte y tan característica de la cultura contemporánea, que ya invadió también el cine, con el súbito auge de los documentales y, sobre todo, de un subgénero específico: las películas de ese tipo narradas en primera persona por el mismo cineasta. En esas obras, los directores se convierten en protagonistas del relato filmado, y el tema sobre el cual se vuelca la lente suele ser algún asunto personal, referido a cuestiones que gravitan en el ámbito íntimo del “autor narrador personaje”. A pesar de ser bastante reciente, ya son varios los frutos de esta nueva fuente. Uno de los primeros pasos los ha dado la ambigua autoficción del cineasta italiano Nanni Moretti, con películas como *Caro diario* en 1993 y *Abril* en 1998. Una estrategia de autoexhibición bastante riesgosa, cuyas posibles consecuencias indeseables fueron sarcásticamente parodiadas en *Los secretos de Harry*, de Woody Allen, una obra casi totalmente ficticia de 1997. Ahora, sin embargo, buena parte de los riesgos implícitos en esa sobreexposición en pantalla grande parecen haberse disuelto, junto con los muros que solían separar la esfera pública y el ámbito privado.

En América Latina, el fenómeno crece con bastante agilidad. Uno de sus primeros ejemplares fue la película *33*, del brasileño Kiko Goifman, estrenada en 2003. Cuando se acercaba su cumpleaños número treinta y tres, el “autor narrador personaje”, que es hijo adoptivo, decidió registrar con cámara y micrófono un viaje de treinta y tres días en busca de su madre biológica, valiéndose

¹⁵ Laura Di Marco, *op. cit.*

de entrevistas y otros métodos en vivo, inclusive un *blog*. Otro ejemplo es *Imágenes de la ausencia*, del argentino Germán Kral, donde el director entrevista a sus familiares y emprende un auténtico sondeo audiovisual en su historia personal, con el fin de comprender el motivo que llevó a sus padres a separarse cuando él era niño. En esa línea también figura la última obra de Andrés Di Tella, con el título *Fotografías*, que registra un viaje a la India en compañía de su hijo y de su esposa, en busca de los parientes de su madre, ya fallecida, y también de los propios orígenes. Otras películas sintonizadas en la misma frecuencia son *Los rubios* de Albertina Carri, *Un pasaporte húngaro* de Sandra Kogut, *Santiago* de João Moreira Salles y *Mi cuerpo* de Margreth Olin.

Sin embargo, el representante más ilustre de este nuevo género probablemente sea *Tarnation*, también de 2003. Este largometraje recrea en la pantalla el verdadero drama existencial de su director, Jonathan Caouette, contado a través de un alucinado collage audiovisual de fotografías, fragmentos filmados en super-8, mensajes de contestador automático, confesiones registradas en video y material de archivo sobre la cultura mediática de los años ochenta. La película causó gran impacto en la crítica y obtuvo bastante éxito en festivales internacionales. Entre otros motivos, se destacó el hecho de que fue realizada por completo en la computadora personal del “autor narrador personaje”, con un presupuesto inferior a doscientos dólares. Otra película de ese tipo que ganó acceso a las pantallas internacionales es *Le filmeur*, una especie de diario íntimo del cineasta Alain Cavalier, que condensa material registrado por su cámara a lo largo de la última década. Pero uno de los ejemplares más sintomáticos de esta onda es *TV Junkie*, cuyas imágenes muestran la vida real de un “adicto a ser filmado”. A lo largo de toda su existencia, el protagonista Rick Kirkhan acumuló miles de horas de filmaciones de sí mismo, y esta película fue realizada a partir de ese profuso material autocentrado.

Acompañando este importante movimiento cultural contemporáneo, otros géneros de no ficción prosperan en los ámbitos más variados y en los diversos medios de comunicación, casi

siempre con el acento puesto en la espectacularización de la intimidad de quien habla y se muestra. Un ejemplo es el ciclo de teatro *Biodramas*, propuesto en 2002 por la directora Vivi Tellas, con una buena trayectoria en las salas de Buenos Aires durante varios años. Se trata de montar "biografías escenificadas", con la intención de explorar las nuevas posibilidades de relación entre teatro y vida en este clima de "retorno de lo real al campo de la representación". Siguiendo esa convocatoria, diversos directores teatrales eligen a una persona real y viva, y con la ayuda de un autor "transforman su historia de vida en material de trabajo dramático".¹⁶ Una propuesta muy similar a la película *Juego de escena*, décima obra del documentalista brasileño Eduardo Coutinho, estrenada en el año 2007.

Vale la pena considerar, también, las reverberaciones de este fenómeno en las artes plásticas, especialmente en el ámbito de la fotografía. Son innumerables las obras basadas en el autorretrato, así como en los registros de la vida cotidiana de los artistas que firman los trabajos. Es enorme la variedad de obras de este tipo, tanto en lo que concierne a su intención como a su calidad. Entre ellas hay parodias con buen sentido del humor o circunspectos manifiestos, que pretenden alzar una voz crítica con respecto a estos procesos o iluminar sus múltiples sentidos. En otros casos, sin embargo, el objetivo parece agotarse en la exhibición misma, contribuyendo a aumentar artísticamente el volumen del fenómeno.

Sophie Calle es una figura emblemática de la sobre exposición autobiográfica: siempre con gran éxito de público, esta artista francesa empuja los límites de lo tolerable cuando pone en escena su propia intimidad y la ajena. El objeto que dispara sus obras puede ser el mensaje que su amante le dejó en el teléfono antes de abandonarla, o bien un video que muestra los últimos siete minutos de la agonía de su madre. "Mis obras hablan de la vida cotidiana de cualquier ser humano", dice al intentar explicar el poder

¹⁶ Ana Durán, "Exceso de realidad", en *3 Puntos*, núm. 255, 16 de mayo de 2002.

de convocatoria de sus exposiciones, "a través de mi vida, mis sufrimientos y mis fracasos, la gente ve reflejada su propia vida".¹⁷ Otro de los nombres que más resuenan en estas áreas es el de la fotógrafa Cindy Sherman, autora de obras como *Fashion* y *History Portraits*. Se trata de ensayos fotográficos en los cuales la artista aparece vistiendo ropas de estilistas famosos, por ejemplo, o simulando escenas que remiten a estereotipos femeninos o a célebres cuadros de la pintura occidental. Varias perplejidades sobrevuelan esa multiplicación de imágenes de sí misma, que por momentos indagan el estatuto inadecuado del organismo humano en un universo tan saturado de imágenes corporales, y el extrañamiento provocado por "las heridas que denuncian su condición de apariencia".¹⁸ En esa misma línea parecen inscribirse obras como *Balkan Erotic Epic: Marina Abramovic Massaging Breasts*, una instalación que captura imágenes performáticas, incluyendo un video y una serie de grandes fotografías, en las cuales la artista serbia Marina Abramovic frota sus propios senos desnudos, una y otra vez, como si estuviera en trance.

En los márgenes de los museos y los circuitos más candentes de las artes contemporáneas, sin embargo, las imágenes de personajes anónimos proliferan sin causar ese tipo de perturbaciones, o al menos sin la intención explícita de despertar cuestionamientos de ninguna índole. Una de las primeras exploradoras de este terreno fue Natacha Merritt, joven estadounidense que en el año 2000 decidió mostrar en Internet sus fotografías eróticas, en las cuales es siempre la autora y, casi siempre, también una de las protagonistas retratadas. Poco después, la fotógrafa lanzó un libro lujosamente editado, llamado *Diarios digitales*, en el cual exponía una selección de sus obras y algunas declaraciones. "No puedo separar sexo y fotografía", confesaba en el sitio que aún mantiene

¹⁷ Luisa Corradini, "Sophie Calle, en el espejo", en *ADN Cultura*, Buenos Aires, 20 de octubre de 2007.

¹⁸ Vladimir Safatle, "O que vem após a imagem de si?", en *Trópico*, San Pablo, octubre de 2007.

en la Web, "ocurren al mismo tiempo... no logro hacer una de esas actividades sin pensar en la otra".¹⁹

Son incontables los sucesores que ha tenido esta primera espectacularizadora de la propia sexualidad vía Internet, como delata la proliferación de fotografías eróticas amateurs publicadas en diversos sitios por autores que también suelen posar para las cámaras. Una escuela que ha crecido enormemente gracias a la facilidad ofrecida por las cámaras digitales, y que se ha legitimado por la popularización de los *blogs* y *fotologs* de ese tipo, cada vez más abundantes en todo el planeta. Algunos prefieren llamarlos *pornologs*, porque sus autores-narradores-protagonistas "defienden la sensualidad y el erotismo del desnudo parcial", con un inagotable elenco de muñecas en exposición.²⁰ Otra denominación para el nuevo fenómeno es *egologs*, ya que "el éxito de exhibir sus fotos les sube el ego", como sintetizó una nota reciente que comprendía varias entrevistas sobre el asunto, publicadas bajo el título: "Míralos pero no los toques".²¹ Los ejemplos son infinitos y bastante variados, siempre dentro de esa propuesta monocorde de autoexhibicionismo porno-soft: desde amas de casa y madres de familia hasta jóvenes de todos los estilos, géneros sexuales y procedencias. Algunos sitios se dedican a reunir fotografías publicadas en ese tipo de *blogs*, que muchas veces las reciben de sus propios autores-protagonistas, para mostrarlas a todas juntas en el mismo espacio siempre renovado. "Las chicas dicen que mandan las fotos para sentirse sexy, mostrar su cuerpo y aumentar su ego personal", afirma el dueño de uno de esos espacios de la Web, que recibe veinte mil visitantes por día.²²

Un pionero indiscutible de esta tendencia, sin embargo, fue el sitio *JenniCam*, montado en 1997 por la diseñadora estadounidense

¹⁹ Natacha Merritt, *Digital Diaries*, Nueva York, Taschen, 2001.

²⁰ Julián Gorodischer, "Míralos pero no los toques", en *Rolling Stone*, Buenos Aires, 24 de abril de 2007.

²¹ *Ibid.*

²² María Cecilia Tosi, "El fenómeno on line: la Red, vidriera del destape virtual", en *La Nación*, Buenos Aires, 2 de diciembre de 2007.

Jennifer Ringley, que en aquella época tenía veinte años. La joven causó cierto impacto cuando decidió instalar varias cámaras de video en los diversos ambientes de su casa, apuntando hacia todos los rincones, con el fin de que sus lentes registrasen y transmitiesen por Internet todo lo que ocurría –y sobre todo lo que no ocurría– entre esas cuatro paredes. Así, cualquiera podía espiar no sólo su cuarto propio, sino también su cocina, el baño y la sala. Las cámaras nunca se desconectaban, y la vida de Jennifer parecía transcurrir como si las lentes no existieran. El sitio permaneció on-line durante varios años, con todas sus filmadoras conectadas todo el tiempo. "Simplemente, me gusta sentirme observada", explicaba esta precursora, cuando la decisión de exhibir la propia intimidad todavía era una extravagancia que exigía explicaciones.²³ Ahora son millones los sitios de ese tipo, y también son incontables los usuarios de Internet que suelen ver dichos espectáculos de la vida privada de quien desee mostrarla.

Pero esas modalidades del autorretrato en vivo no llegan a agotar el fenómeno: sus manifestaciones son múltiples y de lo más diversas, aunque nunca abandonen la más rigurosa "intimidad". Los nuevos vientos parecen haber barrido los viejos pudores, resquicios de aquellos tiempos en los que la sexualidad de la pareja –y, sobre todo, la desnudez y la preciada honra de las señoras esposas– se resguardaba de la mirada ajena con sumo recato, protegida en la privacidad del hogar por paredes sólidas y opacas. La carrera del fotógrafo noruego Petter Hegre, por ejemplo, recién logró despegar cuando publicó un libro explícitamente titulado *Mi esposa*, plagado de fotografías eróticas en las cuales retrataba a su mujer, la islandesa Svanborg, en todos los ángulos imaginables. Algunos años más tarde, el autor se separó para casarse nuevamente, esta vez con la ucraniana Luba, de quien también publicó profusos desnudos tanto en Internet como en otros medios. Una propuesta semejante es la del libro *Ex*, del argentino Nicolás Hardy,

²³ Bárbara Fux, "Paixão e traição via webcam", en *Aqui*, Río de Janeiro, 5 de septiembre de 2000.

cuyas páginas muestran decenas de fotografías de la ex novia del autor, con y sin ropas, en una infinidad de gestos y actitudes que revelan la vida cotidiana de la ex pareja cuando aún era una pareja, en demasiados sentidos igualita a cualquier pareja. Pero el más famoso de estos matrimonios sobrepuestos quizás sea el integrado por el reconocido artista estadounidense Jeff Koons, cuya principal obra se compone de cuadros como *Eyaculación*, *Posición tres*, *Chupada*, *Jeff arriba* o *Jeff chupando a Ilona*. Se trata de una serie de fotografías en gran formato y esculturas sumamente realistas, en las cuales el autor aparece retratado en escenas de sexo explícito con su esposa, la estrella pornográfica que también supo ser diputada italiana, Ilona Staller, más conocida como Cicciolina.

Más allá de esas ventanas que se abren en las habitaciones otrora privadas de las casas para mostrar todo lo que allí ocurre y deja de ocurrir, hay también casos extremos de "autorretratos radicales". Uno de los más célebres es el de la francesa Orlan, que hace varios años viene haciéndose cirugías plásticas en su rostro para parecerse a las damas pintadas por Botticelli o a La Gioconda, entre otras performances igualmente impresionantes. Otra variante de ese "arte carnal" o "autoescultura radical" fue presentada por la artista plástica Nicola Costantino en 2004, en su muestra *Savon de corps*. Esta obra consiste en una serie de cien jabones, elaborados con dos kilos de grasa extraída del cuerpo de la autora por medio de una cirugía de lipoaspiración. La muestra incluía material gráfico que simulaba la publicidad de los productos, con fotografías cuya protagonista era la misma autora, haciendo las veces de una modelo tan desprovista de tejidos adiposos como de vestimentas. Otra argentina, la escritora y artista plástica Gabriela Lifschitz, fotografió su cuerpo desnudo tras sufrir una mastectomía debido a un cáncer de mama, y publicó los resultados en el libro *Efectos colaterales*.

Por todas partes –y con diverso grado de calidad– se extienden los dominios de esa no ficción autocentrada. O, como algunos prefieren denominarla, de una cierta autoficción. Proliferan las narrativas biográficas, la espectacularización de la intimidad y las

exploraciones artísticas de todas las aristas del yo. En un proceso que admite lazos significativos con este otro, se agrava la crisis de la literatura canónica y de los géneros de ficción tradicionales. Suele decirse que Karl Marx confesó haber aprendido más sobre la sociedad francesa de la primera mitad del siglo XIX en las novelas de Balzac que en los tratados políticos y sociológicos referidos al mismo período. Difícilmente, sin embargo, alguien diría algo equivalente sobre la literatura contemporánea. Pero los editores de la revista *Time* que eligieron a usted como la personalidad del momento, dijeron lo siguiente: "es posible aprender más acerca de cómo viven los estadounidenses con sólo observar los ambientes donde transcurren los videos exhibidos en *YouTube* –todos esos cuartos desordenados y esas salas llenas de cachivaches desparrramados– que viendo mil horas de televisión abierta".²⁴ Sin duda, se trata de un interesante desplazamiento en los códigos del realismo: de aquellas ficciones típicas del siglo XIX, hacia los videoclips caseros que se exhiben en Internet.

¿Señal de los tiempos? En todo caso, la comparación merece ser explorada. Pues sería imposible consumir una oposición más elocuente que ésta, que contrapone el popular sitio de películas amateurs del siglo XXI y un proyecto literario como la igualmente inconmensurable *Comedia humana* del siglo XIX. Imposible imaginar un contraste más exacerbado entre los modelos narrativos analizados bajo las metáforas arqueológicas de Pompeya, con respecto a los videos de *YouTube* –una enorme colección de instantáneas congeladas–, y Roma, con respecto a la obra de Balzac –un todo despedazado y potencialmente eterno, en su ambiciosa fragmentación bien hilvanada–. La diferencia no se limita al hecho fundamental de que los primeros suelen ser reales, mientras que esta última es una ficción. Además, la relación con la temporalidad y con el tipo de subjetividad que implican es muy distinta en un caso y en el otro.

²⁴ Lev Grossman, "Time's person of the year: You", en *Time*, vol. 168, núm. 26, 25 de diciembre de 2006.

Vale la pena observar de cerca algunos ejemplos prototípicos de los videos más vistos en sitios como *YouTube*, que son tan populares y tan representativos del modo de vida que hoy se impone al ritmo de la globalización, según la revista *Time*. Un día cualquiera, por ejemplo, el clip más visto del sitio puede ser una pieza de tres minutos y medio de duración cuyo título anuncia *Yo cantando "Say it right"*. La obra consiste en un primer plano de una joven sentada en un sofá, mirando a la cámara, mientras hace *playback* de una canción cuya versión original toca en el equipo de audio de la sala. Más de un millón de personas vieron el video, y varios lo han elegido como uno de sus favoritos. Cuando el clip termina, la joven arroja un beso a la cámara y, por un instante, la pantalla queda vacía. En seguida, el sitio ofrece decenas de películas semejantes, varias protagonizadas por la misma "autora narradora personaje", aunque cantando otras músicas y vistiendo otras ropas, en las diversas habitaciones de lo que parece ser su casa. A todos los han vistos decenas o centenas de miles de personas. En el sitio *Revver*, uno de los competidores de *YouTube*, entre las películas más vistas figura una denominada *Diet Coke - Mentos*. El video muestra la pequeña explosión que ocurre dentro de una botella de gaseosa cuando un hombre introduce en ella un caramelo, todo ocurre en el balcón de una casa de suburbios, con un jardín al fondo.

Las nuevas narrativas autobiográficas que ilustran estos pocos ejemplos se estructuran según la temporalidad implícita en la metáfora arqueológica de Pompeya, como píldoras de momentos presentes expuestos uno después del otro. Y denotan una estilización de sí mismo alterdirigida, es decir, un tipo de subjetividad que responde a la lógica de la visibilidad y de la exteriorización del *yo*, una autoconstrucción que utiliza recursos audiovisuales y, por lo tanto, su escenario preferencial sólo puede ser una pantalla. Por otro lado, en cada una de las páginas de la *Comedia humana* rigen las reglas de producción de subjetividades introdirigidas, así como aquella otra forma de vivenciar la temporalidad que la metáfora de Roma ejemplifica: como una inmensa ciudad en ruinas donde todos los fragmentos son vestigios de algo, donde todo

remite a otra cosa y apunta, en última instancia, hacia una totalidad con sentido.

Si aquella novela absoluta firmada por Honoré de Balzac ya era desmesurada en 1830, cuando fue ideada, ahora roza lo inconcebible la mera idea de que alguien pueda emprender semejante proeza. Como ya se dijo con respecto a la obra de Proust: no sólo su escritura, sino incluso su lectura, porque ambas tareas implican una ambición de totalidad –fija y con sentido–, lo que de modo alguno subyace en las desmesuras de *YouTube*. Cabe recordar que el descomunal compendio balzaciano fusiona todas las obras de aquel escritor increíblemente prolífico en una única e inmensa construcción ficcional que, aunque haya quedado inconclusa, llegó a ocupar dieciséis gruesos volúmenes y millares de páginas, juntando decenas de historias y poniendo más de dos mil personajes en acción. La obra de Balzac tenía objetivos tan ambiciosos como su tamaño: pretendía coagular en el papel todo un universo imaginario pero realista, basado en la observación de la realidad y usando una amplia serie de recursos de verosimilitud para delinear personajes y situaciones plausibles. Todo eso recreado en el papel gracias a un trabajo extenuante con la palabra, desarrollado no sólo en la materialidad de la escritura diaria sino también en la fértil interioridad del artista. Una obra destinada a ser devorada después, de principio a fin, por los ojos golosos de los lectores que se veían reflejados en todas esas ficciones. Inclusive por Karl Marx, justamente, que decía haber aprendido más sobre la vida real leyendo esas páginas ficticias –pero en las cuales se entreveía alguna realidad más fundamental– que en las descripciones científicas más pedestres de la realidad de la época. Como diría Benjamín: aquel territorio más explícito de la información que pronto terminaría aniquilando a la narrativa.

Por todo eso, como lo planteó Italo Calvino en los años ochenta, "las novelas largas escritas hoy tal vez sean una contradicción", ya que la dimensión del tiempo se ha perturbado y su linealidad estalló en una infinidad de astillas dispersas. Ahora "no podemos vivir ni pensar excepto en fragmentos de tiempo, cada uno de los

cuales sigue su propia trayectoria y desaparece de inmediato".²⁵ Cada uno de esos fragmentos puede ser una instantánea de Pompeya, un clip de *YouTube*, un *post* de cualquier *blog* o una imagen de un *fotolog*. Y todos esos fragmentos de vida presentificada llevan el sello de lo real, puesto que se desprenden de la realidad más epidérmica y visible de un *yo* cualquiera.

Hoy estamos todavía más lejos de aquel período en el cual la novela moderna vivenció su apogeo, cuando la ficción literaria era el espejo más fiel de la vida real. Aunque todavía prolifere un cierto "gigantismo" en la prepotencia de un nicho específico del mercado editorial, el segmento de los *best sellers* de ficción —con sus letras grandes y sus generosos espacios en blanco—, hoy ese cuadro estaría en fatal decadencia, inexorablemente condenado junto con la anticuada noción de tiempo en que se basaba. Como dijo Walter Benjamin al constatar el nacimiento de una nueva forma literaria, el relato breve o *short story*, ya en los años treinta del siglo XX: "el hombre logró abreviar hasta la narrativa".²⁶ Pocos adjetivos definirían mejor los fragmentos *posteados* en los *blogs* confesionales, en contraste con aquellas ficciones literarias decimonónicas: antes que nada y más allá de todo, son breves. Y además son reales, o al menos deben parecerlo.

Ese agotamiento de la ficción literaria, o esa alteración en su estatuto, fue metabolizado por una de las publicaciones culturales más influyentes del mundo, el *New York Times Book Review*, cuando anunció la implementación de cambios drásticos en su propuesta editorial. Las transformaciones anunciadas en 2004 tenían por objetivo ayudar a los lectores a "elegir libros en los aeropuertos". Con ese propósito altamente pragmático, el nuevo editor del tradicional suplemento literario declaró que se reseñarían "menos primeras novelas y más libros de no ficción, porque es ahí donde nacen las ideas

²⁵ David Harvey, *Condição pós-moderna*, San Pablo, Loyola, 1993 [trad. esp.: *La condición de la postmodernidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998].

²⁶ Walter Benjamin, "O narrador", en *Obras escolhidas*, vol. 1: *Magia e Técnica, Arte e Política*, San Pablo, Editorial Brasiliense, 1994, p. 206 [trad. esp.: "El narrador", en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1999].

más pertinentes".²⁷ Al divulgar la noticia, la prensa global informó que "los cambios asustaron a las editoriales, ya que éste suele darles el tono a los otros suplementos literarios del país e impulsa las ventas".²⁸ Por lo visto, aquella "realidad más fundamental" que la ficción solía develar está perdiendo cada vez más terreno, en favor de las realidades epidérmicas —y, en muchos casos, autocentradas— que se multiplican por todas partes y atraen todas las miradas.

"La ficción es como una tela de araña atada a la vida, muy levemente quizás, pero atada por las cuatro esquinas", explicaba Virginia Woolf. "A menudo la ligazón es apenas perceptible", agregaba la novelista, y planteaba que "las obras de Shakespeare, por ejemplo, parecen quedar suspendidas por sí solas". Lo hacía evocando las escasas informaciones que tenemos sobre la vida personal de ese autor de ficciones, tan pocas y tan inciertas que no llegan a perturbar nuestra relación casi directa con sus textos. "Pero cuando se estira la tela, se la engancha de costado, se la rasga al medio", entonces súbitamente recordamos que esas telas de araña "no están hechas en el aire por criaturas incorpóreas". En ese forcejear, percibimos que las ficciones literarias "son obra de humanos que sufren y están atados a cosas groseramente materiales, como la salud y el dinero y las casas en que vivimos".²⁹ De repente, esas cosas groseramente materiales que forman parte de la vida de todo artista —así como de cualquiera— pasaron a despertar más interés que las finas telas de araña construidas con su arte y su oficio. Hasta el punto de que estas últimas, las obras de ficción, se convierten en un mero pretexto para saber más sobre aquellas: las trivialidades de la vida del autor.

No deja de ser irónico que la mismísima Virginia Woolf, como ya se dijo, haya caído en esas redes. Pero ella no está sola en ese torbellino, por supuesto: su admirado poeta la acompaña en pelí-

²⁷ "NYT Book Review tem mudança drástica", en *Folha de São Paulo*, San Pablo, 14 de marzo de 2004.

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Virginia Woolf, *op. cit.*, p. 59.

culas como *Shakespeare enamorado*, de 1998. Tampoco se salvó de esas artimañas otra compatriota igualmente respetada por la novelista británica, que acaba de ser ficcionalizada en *Becoming Jane*, de 2007. "Jane Austen impregna cada palabra que escribe, lo mismo que Shakespeare", disertaba Virginia Woolf en 1928, antes de volcar su atención sobre otra autora recientemente capturada por los voraces imperativos de la transmutación en personaje audiovisual: Charlotte Brontë.³⁰

¿Cómo explicar ese desinterés por la ficción en el mundo actual, a la par de esa intensa curiosidad por la vida real y ordinaria de quien quiera que sea? En un ensayo que relata las peripecias vividas durante el proceso de búsqueda, lectura y selección de los "mejores cuentos estadounidenses" para publicar en una antología, el autor de ficciones Stephen King deploraba el espacio restringido y mal ubicado que las tiendas de libros y revistas hoy dedican a las obras de ficción. "Podríamos discutir un día entero sobre las razones por las cuales la ficción emigró de los estantes a la altura de los ojos; en efecto, mucha gente ya lo ha hecho", afirmaba King. "Podríamos horrorizarnos con el hecho de que Britney Spears esté siempre al alcance de la mano", agregaba, mientras muchos escritores talentosos quedan relegados a la oscuridad. "Podríamos hacerlo, pero no lo vamos a hacer; está casi fuera del tema, y además... duele".³¹ Una buena ilustración de ese problema late en estas observaciones de un periodista sobre los cambios ocurridos después de treinta ediciones anuales de la Feria del Libro de Buenos Aires: "Si hasta poco tiempo atrás esta mujer de treinta años pertenecía a la raza de los ratones de biblioteca, hoy se parece cada vez más a una señora de clase media que sale de compras en un *shopping*". El cronista concluye así tal afirmación: "los géneros de autoayuda, turismo, esotéricos y culinario se están expandiendo, y crece la cantidad de expositores no relaciona-

³⁰ Virginia Woolf, *op. cit.*, pp. 90 y 91

³¹ Stephen King, "What ails the short story", en *The New York Times*, Nueva York, 30 de enero de 2007.

dos con la industria editorial".³² En todo el mundo, los eventos de este tipo se vuelven festivales mediáticos y mercadológicos, concentrados en su propia exhibición, donde las obras literarias, especialmente las de ficción, pueden no ser las principales estrellas del gran negocio, mientras ciertos autores se convierten en productos más disputados que sus propios libros.

"La ficción fue perdiendo efecto sobre el lector, entre otras cosas porque la recreación del mundo que proponen las novelas queda opacada por el flujo global de información que existe hoy", intenta explicar el novelista argentino Juan Forn, autor de una saga familiar protagonizada por un personaje que lleva su mismo nombre y comparte buena parte de sus características biográficas.³³ Esas declaraciones no hacen más que confirmar la muerte del narrador diagnosticada por Walter Benjamin casi un siglo atrás, no sólo en manos de la novela, sino especialmente de este otro género fatal: la información. "Todos queremos conseguir el efecto que tenían sobre los lectores las novelas de Dickens", añade Forn en una entrevista, aun admitiendo que la ficción a la vieja usanza ya no parece más capaz de lograr aquel "efecto Scheherezade". La explicación del autor es darwinista: la literatura debe mutar para sobrevivir, porque el ambiente en el que vive ha cambiado enormemente y poco resta del clima decimonónico donde aquellos relatos florecían y fructificaban. Para intentar acercarse a esa inmersión tan absorbente que quizás se haya perdido para siempre, uno de los caminos más transitados por los escritores contemporáneos consiste en recurrir a la no ficción. Especialmente, a la vida real del "autor narrador personaje".

Además de haber abatido la eficacia de la ficción tradicional, esos torrentes de información que al mismo tiempo conforman y devastan la realidad contemporánea, también provocan una sensación

³² Fernando Halperin, "La Feria, atracción no sólo para lectores", en *La Nación*, Buenos Aires, 2 de mayo de 2004.

³³ Héctor M. Guyot, "En busca de la familia perdida", en *ADN Cultura*, Buenos Aires, 13 de octubre de 2007.

de fluidez que amenaza disolver todo en el aire. Así, asediados por la falta de autoevidencia que afecta a la realidad altamente mediatizada y espectacularizada de nuestros días, los sujetos contemporáneos sienten la presión cotidiana de la obsolescencia de todo lo que existe. Inclusive, y muy especialmente, la fragilidad del propio *yo*. Tras haberse desvanecido la noción de identidad, que ya no puede mantener la ilusión de ser fija y estable, la subjetividad contemporánea oyó rechinar casi todos los pilares que solían sostenerla. Además de haber perdido el amparo de todo un conjunto de instituciones tan sólidas como los viejos muros del hogar, el *yo* no se siente más protegido por el perdurable rastro del pasado individual ni tampoco por el ancla de una intensa vida interior. Para fortalecerse y para constatar su existencia debe, a cualquier precio, hacerse *visible*.

Así, la diferencia con respecto a lo que ocurría hace poco tiempo puede parecer sutil, pero es fundamental. Ya no se le pide más a la ficción que recurra a lo real para ganar verosimilitud y consistencia; ahora, en cambio, es ese *real* amenazado quien precisa adquirir consistencia desesperadamente. Y ocurre algo curioso: el lenguaje altamente codificado de los medios ofrece herramientas eficaces para ficcionalizar la desrealizada vida cotidiana. Lo real, entonces, recurre al glamour de algún modo irreal —aunque innegable— que emana del brillo de las pantallas, para *realizarse* plenamente en esa ficcionalización. Uno de los principales clientes de estos eficaces mecanismos de realización a través de la ficción es, justamente, el *yo* de cada uno de nosotros.

¿Qué resta, entonces, para los autores de ficción? “¿Habrá aún historias posibles, historias para escritores?”, se preguntaba ya en los años cincuenta uno de ellos, el alemán Friedrich Dürrenmatt. “Si no desea uno hablar de sí mismo, generalizar romántica o líricamente su propio *yo*”, insiste el novelista, “Se exige alma, confesiones, veracidad... pero, ¿y si el autor se niega, cada vez más tercamente, a producir eso?”.³⁴ Pues bien, la respuesta no es fácil.

³⁴ Friedrich Dürrenmatt, “El desperfecto”, en *El juez y su verdugo*, Buenos Aires, Sudamericana, 1984, pp. 141-143.

Ahora, hasta los autores de ficción recurren a esos trucos para la construcción de sí mismos, estilizándose como personajes también dentro de las ficciones que ellos propios tejen como autores. El poema “Borges y yo”, de Jorge Luis Borges, hoy se puede leer como un sagaz precursor de los muchos que vendrían después. Pero es probable que haya sido Paul Auster quien popularizó la moda del alter ego sin muchas sutilezas —o del heterónimo al revés— al insertar personajes menores aunque homónimos del autor en los enredos de sus novelas. El recurso se expandió de tal forma, que hoy sería imposible inventariarlos.

Un ejemplo es el escritor cubano Juan Pedro Gutiérrez, autor de diversos cuentos y novelas como *Trilogía sucia de La Habana*, de 1998, en los cuales el protagonista principal es siempre un alter ego ficcional del autor, llamado Pedro Juan, cuyas coincidencias con el perfil biográfico del escritor no se limitan al nombre. Sin embargo, a pesar de los matices con respecto al valor que la obra pueda detentar en cada caso, habrá que admitir que una vez realizado el gesto que en la ocasión inaugural sorprende o divierte —justamente por su capacidad de cuestionar las fronteras entre realidad y ficción, entre autor y personaje—, al repetirse hasta el hartazgo termina perdiendo eficacia. La reiteración del mismo recurso, que otrora fue efectivo, deja de serlo al desaparecer la novedad. Muchas veces, inclusive, no resta nada. Porque junto con la originalidad, se va a pique también buena parte de la potencia de ese gesto; así como tan sólo el primer mingitorio de Duchamp tiene valor artístico, mientras que sus incontables copias, homenajes y citas estarán fatalmente vaciadas de aquella fuerza crítica original. Para no mencionar, por supuesto, a la vieja aura. Es la maldición de la tiranía de lo nuevo que sigue hechizando a las diversas artes contemporáneas: de nada sirve repetir la fórmula, pues el gesto sólo valió por su originalidad histórica y no tanto por sus cualidades propiamente estéticas. Repetido, entonces, valdrá poco o nada.

Aun así, la tendencia continúa en auge. Cada vez más, los escritores parecen sucumbir a la tentación de mostrarse como perso-

najes, dentro y fuera de sus obras. Y el juego no se limita a los usos y abusos del nombre propio, que desborda de la firma del autor en la tapa para emparar la totalidad de la obra. Al convertirse en los glamorosos protagonistas de sus vidas artísticas, la sombra inflada y magnética del *yo* autorial solapa los otros rostros del escritor; tales como, por ejemplo, su extinto papel de anónimo narrador de historias. "Confieso que, últimamente, ando preocupado en descubrir al nuevo Cuenca", admite el joven escritor brasileño João Paulo Cuenca en su *blog*. "Ese es el único proyecto literario que yo tengo", agrega.³⁵ Para citar apenas otro ejemplo entre millares, viene al ruedo el caso de Adriana Lisboa, joven novelista carioca, cuyo libro *Caligrafías* motivó el siguiente comentario de quien lo reseñara: "frente a las dosis exageradas y macizas de *yo* en todos los lugares mediáticos, con los cuales el lector-espectador ya está acostumbrado, resta a la autora la timidez de la exposición subjetiva en géneros confundidos". Porque en las "pequeñas narrativas" de no ficción encuadradas en ese libro, fragmentos de memorias personales, "experiencias vividas (aunque, en cierto sentido, pobres)", o tentativas de "encontrar en la realidad puntos de fuga", la autora "escribe, de cuerpo entero, para celebrar la vida y puede ser tomada también como personaje".³⁶

Pero hay casos mucho menos tímidos o delicados de este auge de la autoficción experimental o del más prosaico "ombliguisismo" literario, tales como las obras de Lola Copacabana, *Buena Leche: diarios de una joven no tan formal*, y Clarah Averbuck, *Máquina de pinball, De las cosas olvidadas atrás del estante y Vida de gato*. Los libros de estas autoras constituyen éxitos de ventas, y todos derivan de sus *blogs* confesionales. O de aquello que la propia Averbuck denomina "presunta ficción", dado que su mayor ambición consiste en "hacer de la propia vida, arte". En esos relatos, las autoras

³⁵ Luciene Azevedo, "Blogs: a escrita de si na rede dos textos", en *Matraga*, vol. 14, núm. 21, Río de Janeiro, UERJ, julio-diciembre, 2007, p. 47.

³⁶ Sérgio de Sá, "Delicadeza de Adriana Lisboa nas narrativas curtas de *Caligrafías*", en *O Globo*, Río de Janeiro, 25 de diciembre de 2004.

son siempre las narradoras y el personaje principalísimo de las historias, que consisten en la descripción minuciosa de sus vidas cotidianas. Los textos de este tipo suelen estar insuflados por cierta estética de "realismo sucio" tan de moda hoy en día, y vienen tachonados de referencias ambiguamente —o no tanto— autobiográficas. De modo que no es ninguna sorpresa que una inevitable película se haya realizado con base en los escritos de la *bloguera* brasileña más célebre, con una actriz igualmente famosa en el papel de la "autora narradora protagonista", bajo un título bastante elocuente: *Nombre propio*.

Todo esto demuestra que las cosas han cambiado mucho a lo largo del siglo XX, especialmente en las últimas décadas. En 1900, por ejemplo, cuando el político y escritor brasileño Joaquim Nabuco publicó su libro de memorias titulado *Mi formación*, según los moldes del clásico relato autobiográfico ejemplar, los recatos y pudores de aquella época impidieron una buena recepción de la obra. Porque aunque el autor haya evitado los personalismos confesionales, según los parámetros de aquellos tiempos no era de buen tono escribir "todo un libro acerca de sí mismo". Semejante gesto podía ser visto, inclusive, como una prueba de evidente mal gusto: en la alta sociedad brasileña del siglo XIX e inicios del XX, esa "construcción de una imagen del *yo* triunfante" podía denotar una falta de decoro flagrante.³⁷ Pero eso no ocurría tan sólo en la retraída América Latina: ya fueron mencionadas las acusaciones de "excentricidad y megalomanía" que mereció el tono desafiante del *Ecce Homo* de Nietzsche, aunque no hubiera en aquel libro absolutamente nada comparable al fenómeno de exhibición de la intimidad que hoy se expande. Marcel Proust, por su lado, aludiendo a su tía abuela en un ensayo de 1905, cuenta que "ella rechazaba con horror que se colocaran condimentos en platos que no los exigían, que se tocara el piano con afectación y abuso de

³⁷ Beatriz Jaguaribe, "Autobiografia e nação: Henry Adams e Joaquim Nabuco", en Guillermo Giucci y Maurício Diaz (comps.), *Brasil-EUA*, Río de Janeiro, LeViatã, 1994, pp. 109-141.

pedales, que al recibir invitados se abandonara la perfecta naturalidad y que se hablase de uno mismo con exageración”.³⁸

Más allá de los obvios cambios en la definición de “exageración”, hoy vemos escritores que aparecen fotografiados en las tapas de sus libros, con mucho más orgullo y vanidad que falsos pudores, quizás buscando alguna provechosa acusación de excentricidad. Hay quien opte por un audaz desnudo frontal, por ejemplo, como es el caso de la novela *Técnicas de masturbación entre Batman y Robin*, del colombiano Efraín Medina Reyes, muy premiado y traducido a varios idiomas. En el extremo opuesto de estas estridentes novedades se sitúa el caso ya legendario de Maurice Blanchot. A pesar del reconocimiento conquistado a lo largo de casi cien años de vida y cuarenta libros publicados, este autor logró una proeza inaudita: atravesar casi todo el siglo xx sin haber sido fotografiado jamás. Apartado de la agitación metropolitana y mucho más esquivo aun con respecto a las vitrinas mediáticas, el crítico literario francés intentaba leer y escribir de una forma que hoy resulta de lo más exótica: pretendía que su marca autoral, su firma, su vida y su rostro pasaran desapercibidos. En vez de espectacularizar su personalidad en las pantallas y abrir las puertas de su casa para exhibir los decorados de su intimidad, como se usa tanto hoy en día, Blanchot evitaba llamar la atención sobre sí mismo. Exponía solamente sus textos, mientras se preguntaba: “¿cómo haremos para desaparecer?”. En esa atípica defensa de la discreción y la reserva señalaba los límites de las confesiones frente a todo aquello que no se puede nombrar –ni mostrar– porque habita “una región que no tolera la luz”.

Hoy en día, sin embargo, la luminosidad de los flashes tiende a encandilar todos los rincones. Otra reverberación de estos procesos tan contemporáneos se constata en una muestra de homenaje al compositor y escritor Chico Buarque, realizada en la Biblioteca Nacional de Río de Janeiro en 2005, donde se expusieron varios objetos pertenecientes al artista. Entre ellos, por ejemplo, una nota escrita por una profesora de la escuela primaria del cantante, y

³⁸ Marcel Proust, *Sobre la lectura*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2003, p. 13.

otras piezas de ese tipo. Este episodio da cuenta no sólo de la “inflación de lo exponible” ocurrida en los últimos años, para retomar la expresión de Peter Sloterdijk, sino también del fetiche de lo real que asedia con igual intensidad. Porque en este tipo de eventos lo que interesa rescatar y exponer ante el público no es tanto el valor artístico o propiamente estético de aquello que el artista hizo, y ni siquiera su relevancia de cualquier orden; lo que se destaca es el fetichismo de lo real. Cualquier cosa que se muestre, aunque sea “cualquier cosita”, sólo tiene que cumplir un requisito: ser verdadera, auténtica, realmente vivenciada por esa personalidad que ha sido misteriosamente tocada por la varita mágica del arte. O, mejor aun, de la fama y los medios de comunicación.

Como ilustra, nuevamente, Sloterdijk: si fuera posible encontrar el pincel con el cual Rafael pintó sus frescos, por ejemplo, nada impediría que los directores del museo expusieran esa herramienta junto a la obra. “Más aún, si los restos mortales de los mecenas de Rafael se hubieran conservado hasta nuestros días, momificados según las normas de la taxidermia”, continúa la provocación del filósofo alemán, “¿quién podría garantizar que no se les podría admirar en una sala contigua?”.³⁹ Aunque el sarcasmo no moleste, lo cierto es que cuanto más banales sean esos retazos de lo real que se exhiben en la sala contigua –o, con un ímpetu creciente, en el salón principal–, tanto mayor será su eficacia. “Hay una demanda cada vez más fuerte por asuntos fútiles”, se quejaba el mismo Chico Buarque en una entrevista: “cualquier cosa parece ser un tema; fulano bajó del avión en el aeropuerto... eso no es una noticia, evidentemente, pero tienen que llenar los espacios, tienen que poner la foto del artista bajando del avión”.

A su vez, en una entrevista de 1977, Clarice Lispector dijo que “la misión del escritor es hablar cada vez menos”.⁴⁰ Como

³⁹ Peter Sloterdijk, “El arte se repliega en sí mismo”, en *Observaciones filosóficas*, Valparaíso, 2007 (disponible en línea).

⁴⁰ Clarice Lispector, *Cadernos de Literatura Brasileira*, núm. 17-18, Río de Janeiro, Instituto Moreira Salles, 2004.

previsión futuroológica, la autora se equivocó rotundamente. La frase suena hoy tan anacrónica como las apuestas del crítico de arte Jan Mukařovský, que en 1944 confiaba en una futura liberación de los artistas con respecto a la "triste obligación" de cultivar sus personalidades "del mismo modo que se cuida una flor de invernadero".⁴¹ O, incluso, tan fuera de sintonía con la actualidad como la queja de Doris Lessing al rehusar las invitaciones para convertirse en un personaje cinematográfico, alegando que la vida de una escritora pasa por su cabeza. De hecho, esa misma Clarice Lispector que se consideraba "implícita" y se negaba a "ser autobiográfica" porque "con perdón de la palabra, soy un misterio para mí", también fue objeto de más de una exposición en su homenaje realizadas en museos y centros culturales en los últimos años.⁴² En una de ellas se recreaba su escritorio, con su sofá, su máquina de escribir, sus ceniceros y lapiceras, etc. Es así como los autores de ficción de hoy en día y de ayer se convierten en personajes, sea en sus propias obras literarias o en textos ajenos, o bien en el cine, en los museos y galerías, en la televisión o en el circo mediático generalizado.

En este cuadro también se inscribe el caso de la joven escritora Curtis Sittenfeld, autora de la novela *Prep*, un *best seller* sobre las desventuras de un grupo de estudiantes en una escuela de los Estados Unidos. Esa autora tuvo que defenderse en la prensa contra los actuales "imperativos de lo autobiográfico", afirmando una y otra vez que su libro es una ficción. No obstante, de nada sirvió remarcar que la novela era fruto de varios años de trabajo de composición creativa y propiamente literaria, que los personajes eran inventados y que los acontecimientos no ocurrieron de hecho en su vida, a pesar de que existen ciertas coincidencias biográficas entre la protagonista-narradora de la novela y la autora.⁴³

⁴¹ Jan Mukařovský, "La personalidad del artista", en *Escritos de estética y semiótica del arte*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977, p. 291.

⁴² Clarice Lispector, *op. cit.*

⁴³ Felicia Lee, "Although she wrote what she knew, she says she isn't what she wrote", en *The New York Times*, Nueva York, 26 de enero de 2005.

Así como en el caso del poeta en la película *Las horas*, todo lo que los medios —y los lectores?— parecen querer saber es quién es quién *en realidad*.

No hace falta sumergirse demasiado hondo en la historia de la literatura para constatar que la escritura confesional fue enérgicamente desacreditada, sobre todo a partir de las vanguardias modernistas de principios del siglo xx. Ya hace por lo menos cien años que esos géneros fueron expulsados, con cierto desdén, hacia afuera del ámbito literario. Acusada de ingenuidad, la supuesta vocación de sinceridad que envolvía al género en sus orígenes se ha menospreciado como valor estético, y llegó a erigirse como el extremo opuesto de los artificios y la imaginación que constituían el meollo de la buena literatura. De modo que el anclaje en la vida real fue despreciado con tesón por los modernismos artísticos, ya que no habría valor estético alguno en esa insistencia en tejer relaciones directas entre el autor de ficciones y sus obras.

Nadie menos que Proust fue uno de los autores que se revelaron contra las tiranías de la mimesis ligadas al biografismo. Quizás parezca extraño hoy en día, pero el autor de *En busca del tiempo perdido* se dedicó a ese asunto en sus ensayos críticos publicados bajo el título *Contra Sainte-Beuve*. Si la materia literaria emana del yo profundo del artista dedicado a crear ficciones, el novelista francés subrayaba en esos textos de 1908 que ese yo de las profundidades poco tiene que ver con su yo exterior de la sociabilidad y los datos biográficos. Por eso, forzar conexiones entre el yo narrador y el yo autor sería una banalidad sin sentido, ya que los personajes de cualquier obra literaria son inventados. Según el mismísimo Marcel Proust, por tanto, de nada sirve conocer la biografía del escritor para comprender los sentidos de su obra literaria. De nuevo, resuena la voz de Doris Lessing: la vida de un escritor pasa por su cabeza. O en el contexto en que Proust escribe: la potencia y el valor de un escritor residen en su obra, que a su vez emana del seno de su rica interioridad. Ni de su vida privada ni de su personalidad, sino de aquel espacio interior donde fermenta la creación artística o, por lo menos, donde ésta solía fermentar.

De todos modos, incluso habiendo fallecido hace casi nueve décadas, el propio Proust está muy lejos de haber permanecido a salvo de ese vampirismo mediático que hoy asedia al glamoroso *ser* artista. Son varias las películas realizadas, y que aún se realizarán, tanto sobre su vida como sobre su obra, siempre explorando los límites difusos entre ambas. Todavía más en el tono de los tiempos que corren, y aún más contrario al espíritu de su ensayo crítico antes comentado, basta con consultar los catálogos de las agencias de viajes que promueven paquetes de turismo temático proustiano en la ciudad de Cabourg, por ejemplo. Ese pueblito del litoral de Normandía sería en verdad la ficticia Balbec, donde los ficticios personajes de *A la sombra de las muchachas en flor* pasaban sus ficticias vacaciones. Algo semejante ocurre con la pequeña ciudad colombiana de Aracataca, tierra natal de Gabriel García Márquez, que se asume orgullosa como la verdadera Macondo, famoso pueblo ficticio donde viven los personajes ficticios de la novela *Cien años de soledad*.

Otro escritor, el británico John Keats, formuló una osadía que suena inaceptable en los días de hoy: "el poeta no tiene personalidad", y ésta es justamente su gloria. Casi doscientos años después de la muerte de ese autor, sin embargo, son demasiadas las ocasiones en que la personalidad aparece como lo único que el artista de hecho tiene. Pero lo que Keats pretendía con esa aseveración era otra cosa: abrir el horizonte a los artificios y las máscaras de la imaginación, prefigurando el famoso "fingidor" de Fernando Pessoa. Es decir, aquel poeta que sabe mentir tan bien, tan artísticamente bien, que finge ser real el dolor que de veras siente. Nacido en 1795 y fallecido tan sólo veintiséis años después, este poeta inglés parece un digno representante de aquel siglo XVIII pintado por Richard Sennett: un mundo que aún no había sido capturado por las tiranías de la intimidad y por los duros imperativos de la autenticidad. Perspectivas de ese tipo reconocen, entre otras cosas, que la representación de la realidad no sólo es imposible, sino que además es un proyecto mucho menos interesante que su posible recreación en la ficción. Pues únicamente en ese otro plano de la invención litera-

ria, de la imaginación artística y de la humana creación de mundos, puede emerger aquella "realidad más fundamental" mencionada por Ernst Fischer en su ensayo sobre el realismo. Esa verdad imaginaria, precisamente por ser tan bien imaginada, logra extrapolar aquella dimensión más epidérmica y pedestre de lo real. Nada más lejos, por lo tanto, de los tiempos actuales, donde toda y cualquier manifestación del arte —y, sobre todo, del *ser* artista— sólo parece interesar en la medida en que pueda demostrar que es real.

Solamente en tiempos tan peculiares como éstos en que vivimos pueden ocurrir algunos fenómenos que bordean lo increíble. Tiempos tan literalmente realistas, tan poco espirituosos en términos artísticos y tan lejanos de los fingimientos impersonales de Keats como del narrador benjaminiano y de aquel teatral siglo XVIII descrito por Sennett. Es el caso del libro *Fragmentos: memorias de una infancia 1939-1948*, firmado por Benjamin Wilkomirski. Se trata de un relato promovido como autobiográfico, donde el narrador cuenta sus experiencias de niño durante la Segunda Guerra Mundial. Celebrado por los críticos como un valioso testimonio, el libro fue traducido a doce idiomas y recibió varios premios, todos hace poco más de una década. Pero la obra fue retirada de circulación cuando se supo que el autor jamás había vivido las experiencias relatadas por el narrador y, por consiguiente, el protagonista no era el mismo que firmaba el libro sino un personaje inventado. Gravísimo error: el escritor había faltado a la verdad, en una época en la cual la autenticidad de la experiencia personal es un ingrediente primordial de la legitimidad del autor y, por ende, también de su obra.

Muy similar fue el caso de *Amor y consecuencias*, una supuesta autobiografía firmada por Margaret B. Jones, sobre la infancia de una muchacha en un barrio de Los Ángeles dominado por bandas delictivas. Este libro también fue aclamado por la crítica y llegó a vender varias decenas de miles de copias a principios de 2008. Pocos meses después, sin embargo, la editorial reveló que había sido engañada por la joven autora, quien en realidad se llamaba Margaret Seltzer y era una mujer de clase media. Entre lágrimas, tras

una denuncia, la escritora confesó que casi todo era fruto de su imaginación, y la editorial se comprometió a devolver el dinero a quienes "compraron el libro y se sintieron estafados", además de cancelar la gira prevista para promover la obra.⁴⁴ Dos años antes, el escritor James Frey suscitó un escándalo comparable al admitir que había inventado partes importantes de su testimonio titulado *Un millón de pedacitos*, sobre las experiencias de un adicto a las drogas y al alcohol, el libro de no ficción más vendido en los Estados Unidos en 2005. Cada vez más, por lo visto, tanto en los territorios de la ficción como en los dudosos campos de la no ficción, se exige veracidad. De preferencia, se requieren coincidencias sabrosas entre el autor, el narrador y el personaje de la historia relatada.

Igualmente ilustrativo puede resultar lo que sucedió, en los años noventa, con otro libro de ese tipo ya mencionado: *Me llamo Rigoberta Menchú*, uno de los grandes clásicos de la literatura testimonial de la segunda mitad del siglo xx. Publicado a principios de los años ochenta con bastante repercusión internacional, el libro surgió de una serie de entrevistas concedidas por una india maya quiché a la investigadora Elizabeth Burgos. En la tapa, el nombre de la entrevistada no figuraba solamente en el título del libro, sino que también compartía la firma junto a la entrevistadora. En 1983, la coautora, narradora y protagonista de ese conmovedor relato ganó el Premio Nobel de la Paz, en gran parte debido a la fama obtenida por su autobiografía. Al finalizar la década del noventa, sin embargo, un antropólogo estadounidense denunció que "buena parte de lo que cuenta esa obra fue inventado, tergiversado o exagerado". La revelación causó cierto alboroto, sobre todo cuando el diario *The New York Times* publicó un artículo titulado "Una Premio Nobel encuentra su historia transformada", que confirmaba las acusaciones de falsedad contra la guatemalteca. De todos modos, el premio no se le retiró, tal vez porque los testimonios supuestamente vivenciados por Menchú se consideraron

⁴⁴ Emily Chasan, "Biografía de garota que cresceu com gangues é falsa, diz editora", en *Reuters*, 5 de marzo de 2008.

plausibles y eso ya resultó suficiente; o quizás porque su transformación en libro los convirtió en acción política y social, más allá de su estricta veracidad y aunque la obra no obedeciera fielmente a las áridas premisas de la información verificable.

Pero no se trata solamente de esa exigencia de superposición exacta entre las figuras del autor, del narrador y del personaje, que hoy impera y da cuerpo a los fenómenos aquí contemplados. Por un lado, los escritores reales de la actualidad son tratados como personajes de ficción, no sólo en los escenarios realistas de los medios, sino inclusive en su propia literatura. Procesos semejantes ocurren con artistas de otras áreas. Por otro lado, de forma parecida –o exactamente opuesta, pero complementaria– hoy son resucitados en productos de la industria cultural –tales como biografías, novelas y películas– diversos artistas modernos, famosos e igualmente reales. De esa curiosa forma, varios autores ya muertos y consagrados por el canon se vuelven simulacros ficcionales de sí mismos y, de alguna manera, se diría que resucitan en las pantallas mediáticas. Así, personificadas por estrellas de Hollywood, figuras extraordinarias como Virginia Woolf, Molière, Sylvia Plath u Oscar Wilde ceden sus vidas realmente vividas para que la industria del espectáculo las vampirice, devorándolas con su sed insaciable de vitalidad real.

Al mismo tiempo que se convierten en personajes –de película o no–, estos artistas se transforman en mercaderías. No obstante, en ese movimiento que los espectaculariza y los ficcionaliza, paradójicamente, también parecen volverse más reales. Porque al transformarse en personajes, el brillo de la pantalla los contagia y entonces se realizan de otra forma: ganan una rara consistencia, que proviene de esa irrealidad hiperreal de la legitimación audiovisual. Pasan a habitar el imaginario espectacular y, de ese modo, parecen volverse curiosamente más reales que la realidad. Pues así se convierten en marcas registradas, se vuelven mercancías subjetivas. O, con mayor precisión, transmutan en aquello que se ha dado en llamar celebridades: pura personalidad visible, en exposición y venta en los escaparates mediáticos.