

PAULA SIBILIA: "El cuerpo es la nueva utopía".

Publicado en: [Perfil del Consumidor](#)

En sintonía con la línea de su investigación anterior –la intimidad ofrecida como espectáculo–, la antropóloga y docente argentina pone el foco ahora en el cuerpo y las nuevas maneras de mostrarlo.

Por: Horacio Bilbao

Fuente: [CLARIN.COM](#)

DOMINACION FACEBOOK. “Lo que nos pasa es fruto de un proceso histórico, no es culpa de Bill Gates”, dice Sibilía.

Los fenómenos sociales asociados a la evolución tecnológica (o viceversa) son el eje de las investigaciones de Paula Sibilía. Después del esclarecedor ensayo *La intimidad como espectáculo*, Sibilía apunta los cañones a otro “furor” del siglo XXI, el culto al cuerpo. Y escribe sobre ello: “La idea es contestar a la pregunta qué cuerpo es éste”. Su nuevo objeto de análisis le confirma además todas las sentencias sobre la generación de Internet. “Aunque no tengan nada para decir, muchos jóvenes se construyen a sí mismos como si fueran una celebridad”, sugiere.

¿Es una exageración darle tanta importancia a estos temas?

No hay duda de que son recortes, no todos los adolescentes son así, las experiencias subjetivas siguen siendo muy ricas y complejas. Pero es bueno pensar en esto, aunque sea un reduccionismo, para desnaturalizarlo. Lo que nos pasa es fruto de un proceso histórico, no es culpa de Bill Gates. Si YouTube o Facebook tienen tanto éxito, es por causa de un proceso histórico. Por eso surgieron estos chicos capaces de inventar esas herramientas, son útiles a la sociedad.

¿Útiles por qué?

Útiles porque están inventando nuevas cosas todo el tiempo. Ya hace falta un nuevo Facebook o un nuevo MySpace. Y no hablo de titiriteros ni le echo toda la culpa a los medios, en realidad todo se ha transformado en un gran medio. Foucault y Deleuze nos mostraron cómo funcionan las redes de dominación en la sociedad contemporánea. Funcionan mejor cuando no existe la obligación a hacer ciertas cosas. Esta intimación a mostrarse a uno mismo como un espectáculo o parecer joven, flaco y atractivo no es obligatoria. Nadie ata a un chico para que juegue con la consola 10 horas por día. Es una obligación sutil y mucho más eficaz. Queremos ser de determinada forma, estamos de acuerdo. Esto no funcionaría dentro de otro tipo de sociedad.

Aparece otro factor, el del dominio tecnológico como elemento de disociación generacional. ¿Por qué?

La tecnología avanzó muy rápido. Y así de rápido la web 2.0, los celulares e Internet se transformaron en herramientas imprescindibles para muchísima gente, sobre todo para los jóvenes. Sus abuelos, sus profesores y hasta sus padres encuentran una barrera allí, porque no saben manejar algo que es fundamental para la vida de estos chicos. ¿Cómo pueden ser adultos y ejemplares sin saber lo que es Facebook? En este cambio social y cultural, a diferencia de otros, hay una particularidad: la crisis del valor de la experiencia.

¿Cómo impacta esto sobre nuestra organización socio política?

La relación es directa. Tanto en la espectacularización de la intimidad como en el culto al cuerpo, dos temas muy relacionados, son ideales a los que cierta franja de la población aspira. Y son cada vez más los sectores de la población que aspiran a esta nueva utopía. Paradójicamente hemos descartado otros ideales y utopías por considerarlos inviables o ingenuos y llegamos a esto, una nueva utopía que hasta parece menos discutible.

¿Es el triunfo de una nueva fase del individualismo?

El individualismo del siglo XXI supone una exacerbación de todo. El sujeto tiende a aislarse. Hay una crisis de los proyectos colectivos. Desde la familia y los amigos hasta la política. La novedad

sería una suerte de encapsulamiento progresivo y su contracara, la soledad. Cada uno se administra a sí mismo como una empresa, como una marca y entonces se vuelve cada vez más necesaria la mirada del otro para poder ser alguien. Necesitamos que nos vean. No tener alguien que nos confirme quienes somos, es un problema.

De ahí el éxito de las redes sociales...

Los blogs y las redes sociales funcionan como un mercado de la observación del otro y de redistribución de retribuciones. Cuando a uno lo ven, uno tiene que ver; cuando nos dejan un mensaje o un comentario, tendemos a hacer lo mismo. Aunque ese comentario sea un qué lindo que estás en la foto.

La banalización de la argumentación, y de la política...

Tiene que ver con la crisis de la palabra. Que fue empujada por los medios audiovisuales desde mediados del siglo pasado. Primero el cine, después la televisión con mucha más influencia y ahora los medios interactivos. Y en la política resulta más patético, porque ese era el lugar del discurso, de la discusión de ideas con argumentos. Si pensamos que un debate político o una campaña se convirtieron en un espectáculo con guión armados por equipos de marketing y de publicidad...

Los chicos multitarea, ¿hacen más preocupante el fenómeno?

Los chicos se han vuelto súbitamente desatentos e hiperactivos, y no me parece un problema siquiátrico. Es una respuesta a un mundo hiperactivo de una cultura que les pide eso a los niños y a los adultos. Nos exigen que seamos así para sobrevivir, de lo contrario no seríamos útiles. Este mundo requiere que seamos así. Nos entrenó la televisión, Internet y el mercado de trabajo. Y la misma escuela. Ese tipo de entrenamiento en la hiperactividad y la desatención está generando otras cosas. Los formatos audiovisuales e interactivos frente al pensamiento crítico, que requiere otros tiempos.

¿Vamos hacia sociedades más pobres, menos espirituales?

Es lamentable que estemos perdiendo el arte de la palabra. Pero no todo está perdido, porque la palabra está ahí, los libros están ahí. Nunca tuvimos tantas herramientas a nuestra disposición, también Internet es una herramienta de palabras que sirve para debatir ideas. Pero el vocabulario se empobreció y sería una gran pérdida si lo dejamos morir. A la par, lo que ganamos es enorme. Libertades, herramientas, medios para contar. Sería bueno tener todo eso sin perder la palabra.

En relación a la cosa pública, ¿no es paradójico que con tantas herramientas se haga tan poco?

Lo que sucede hoy en día con este desprecio por la política como acción sobre el mundo y su asociación con lo corrupto y mentiroso, no es nuevo. Desde el siglo XIX hay toda una suerte de inflación de la intimidad. Fuimos estigmatizando lo público y restándole valor. Fuimos corrompiendo ese espacio. Algo pasó para que la intimidad se haya vuelto publicable, para que se pueda y se deba mostrar. Hacemos pública nuestra intimidad pero no vamos a cambiar el mundo. Y cada vez más el espacio público se ve como un lugar peligroso. Alarmas, autos blindados, countries, seguridad... se ve al otro como un enemigo. Y sin embargo las nuevas tecnologías permiten participar, operar en un espacio público y hay toda una retórica de la participación.

¿Sólo retórica?

La participación por ahora significa mostrarse y exhibirse, sin pensar en transformar el espacio público. Vale aquí el ejemplo del Che, su cara y su imagen, su estilo son una celebridad, y todo esto opaca su acción política. En la Argentina tal vez no tanto, pero mis alumnos en Brasil lo asocian con Bob Marley, con la marihuana. Un ícono que tiene que ver con la juventud rebelde, pero que no deja de ser un espectáculo que relega a su acción política.