

ELISEO VERÓN

Cuerpo y Metacuerpo en Democracia Audiovisual

Après, París, 293-294, abril-mayo 1987, p. 32-35

CUERPO / IMAGINARIO / VIDEOPOLITICA / DEMOCRACIA

Yo, por ejemplo, soy tímido.

En todo caso es la hipótesis que siempre he elaborado sobre mí mismo, desde mi infancia. Puedo decir entonces que soy tímido porque lo creo y que, como la hipótesis me aparece cada vez que entro en un lugar público donde me siento observado, desencadena toda una serie de actitudes y de gestos que, a mis ojos, la confirman. Pero como yo ya lo sé de antemano, la experiencia y la técnica propias de cualquiera que esté acostumbrado a hablar en público (cursos, congresos, seminarios...) me permiten emitir inmediatamente señales destinadas a sugerir a aquéllos que me observan que los signos que han podido, durante una fracción de segundo, tomar como indicios de timidez, traducen en realidad la actitud de alguien que está perfectamente seguro de sí mismo pero que no quiere hacer ostentación: una cierta modestia, en síntesis, que pertenece a la discreción y no al miedo a l'égard de los otros. En estas condiciones, me gusta entonces, claro está, que se fijen en mí. Como reflexión, llego a la conclusión que todos los otros aspectos de mi estrategia interpersonal obedecen a los mismos principios. Evito vestirme de una manera llamativa, pero detesto igualmente la invisibilidad de una conformidad absoluta con las normas de mi medio. Enseñando, busco no tener el aspecto de un profesor, pero busco igualmente no tener el aspecto de alguien que busca no tener el aspecto de ser lo que es. El no-conformismo pregonado me parece tan grotesco como el conformismo. Me hace falta una suerte de distancia media. una diferencia casi imperceptible. Considero toda exhibición como suficientemente distinguida como para que no se vea.

La presentación de uno mismo

El gran sociólogo norteamericano Erving Goffman es quien mejor ha estudiado esta problemática de la presentación de uno mismo (2) . La misma concierne a un nivel de funcionamiento significativo en el cual se “toma” a cada uno de nosotros. Emitimos permanentemente, y con mayor frecuencia de forma automática, los indicios con los cuales aquéllos que nos observan construirán nuestra imagen. Por otra parte, la lectura de los indicios que nos llegan y que nos sirven para formarnos una imagen de los demás, es una práctica a la cual cada uno de nosotros se libra, en la mayoría de las situaciones de la vida cotidiana, de una manera inconsciente. El término indicio es aquí técnico: la presentación de uno mismo se construye a través de lo que Charles Sanders Peirce, fundador de la semiótica, denominaba la dimensión del indicio.(3)

En la forma en que un amigo tiene de caminar por la calle, yo reconozco el mismo optimismo despreocupado con el cual él aborda los problemas conceptuales con los que tropieza en su profesión. Y un psiquiatra experimentado puede distinguir, por la postura y lo gestual utilizados para encender un cigarrillo, la neurosis obsesiva de una fobia. Yo haría mal al explicar las razones de la coherencia que yo presiento entre lo gestual y el carácter de mi amigo, tales como yo creo conocerlo. Y el psiquiatra que ha logrado hacer un buen diagnóstico por medio de la observación solamente, sin contar con las palabras, de la representación del cuerpo de su paciente, se verá en dificultades para explicar exactamente como logró hacerlo.

Existe un oficio que se caracteriza por un gran dominio de la presentación de uno mismo: el actor. Pero incluso en el caso de los más grandes comediantes, este dominio radica en la experiencia y en la intuición más que en un saber explícito.

No hay razones para pensar que los hombres políticos poseen más talento que los buenos actores. Y sin embargo, es dentro de esta superficie significativa que es el cuerpo socializado que tal vez todo se juegue para ellos. En nuestras sociedades audiovisuales avanzadas, la mediatización ha colocado delante del

escenario, por primera vez en la historia, los mecanismos de la dimensión de los indicios donde se estructura la presentación de uno mismo: estos mecanismos que toman su forma en el amanecer de la constitución del sujeto social, aun antes de la adquisición del lenguaje: en el inter-cuerpo del niño con su madre.

Una elección presidencial es de alguna manera instalar un dispositivo donde algunos cuerpos se dejan ver, y donde millones de personas se ponen a practicar, más o menos inconscientemente, a lo largo de días y semanas, la lectura de los indicios de la presentación de uno mismo.

La dignidad presidencial

Coluche en 1981. Haciendo una mueca en la tapa de muchos periódicos. Posando desnudo sobre el escenario del teatro del Gimnasio. Mirando una joven que se encuentra a su lado, desnuda, con el gorro frigio de la República y la punta de los senos pintados azul, blanco, rojo en la tapa de la revista LUI. Coluche el payaso, candidato a la presidencia de la República, invariablemente vestido con el bando tricolor, símbolo de los servidores del Estado.

Coluche ha puesto en escena el anticuerpo presidencial. El ha recordado, por una parte, que todo cuerpo socializado y a ese título, el cuerpo presidencial más que cualquier otro, está construido sobre prohibiciones, se construye por la anulación de actos, por neutralización de recorridos, por censura de gestos y de posturas; por sustracción, en resumen, no por adición.

Coluche no ha hecho sino activar todo lo que hay que eliminar del cuerpo socializado cualquiera para hacer de él un cuerpo presidencial. Si el árbol presidencial es digno, es porque ha sido tallado: la indignidad está al alcance de todos, en realidad, esta imagen de un cuerpo construido por sustracción contiene el imaginario popular y viene de tanto en tanto en ayuda de humoristas a guisa de inspiración; el presidente, de todas maneras, debe defecar como todos, dibujémoslo entonces cuando hace caca.

Pero eso no es todo. Ya que resulta claro que el cuerpo del ciudadano no está en oposición al cuerpo presidencial. La imagen del cuerpo presidencial tiene, pues, un “plus” con respecto a la imagen del cuerpo del ciudadano, pero mi cuerpo de ciudadano no es un anticuerpo presidencial. Para producir lo contrario del cuerpo presidencial, no es suficiente producir una presentación de uno mismo que indique que uno es tonto, indigno u obsceno. Hay que poner en escena la tontería, la indignidad o la obscenidad: dicho de otra forma, hay que cambiar de nivel. Para producir el anti-cuerpo presidencial, hay que ser un payaso. Luego, esto indica tal vez que, de una forma simétrica e inversa, el mismo principio vale para el cuerpo del presidente: éste sería, al igual que el cuerpo del payaso, un cuerpo de segundo grado. Parentesco secreto (por inversión) entre el payaso y el presidente.

La diferencia entre el cuerpo común del ciudadano y el cuerpo del presidente no sería, entonces, puramente cuantitativa: construir un cuerpo presidencial no consistiría en ser más digno, más inteligente o más púdico que el ciudadano: sería, paradójicamente, mostrar, en algún lugar, que se pone en escena la dignidad, la inteligencia o el pudor; el cuerpo presidencial como cuerpo anti-payaso .

Tema de enunciación: el cuerpo del presidente sería un meta-cuerpo.

Tal vez ya se ha olvidado el profundo malestar que produjo en 1981 la candidatura presidencial de Coluche, tanto en el seno de la clase política como entre los medios de comunicación. Es un episodio, dicho sea al pasar, respecto del cual no se pronunciaron muchos de los que, después de la muerte de Coluche, lo convirtieron en un héroe nacional.

Los dirigentes de la izquierda y de la derecha, todos partidos políticos confundidos, habían unánimemente gritado por el escándalo. Por medio de métodos que se asemejaban extrañamente a la práctica de la desconfianza paranoica de Minute, el semanario l'Express había publicado un largo

documento destinado a revelar al público el “rostro oculto” de Coluche, a través de episodios dudosos de su vida privada, y tratando de mostrar que su discurso era un discurso de extrema derecha, idéntico al del antiguo diputado Poujade. Felix Guattari, a la cabeza de un grupo de intelectuales, trató de recuperarlo, explicando en el *Nouvel Observateur* que “ a lo que apunta nuestro apoyo a Coluche, es ante todo la función presidencial. Ella encarna, hoy en día, a nuestros ojos, la peor de las amenazas contra las instituciones democráticas en Francia”. Y continuaba escribiendo: “...la gente no está contenta... Cada uno ha puesto de lo suyo en los ministerios, en las prefecturas, la dirigencia de los partidos, los periódicos, la televisión. Se comenzó con los sarcasmos, los insultos; se continuó con la intimidación, las consignas de censura; ahora están las amenazas de muerte”.

A propósito de Coluche, Charles Fiterman se había puesto a su vez a hablar de “mierda”. Era, sin duda, una forma de responder al slogan de la campaña de Coluche: “Todos juntos para metérselos en el culo!” Entre la boca y el culo (es decir, entre la palabra y la mierda) existe sin duda también un parentesco secreto pero fundido: estructurado por la oposición entre lo “alto” y lo “bajo”. Si el diablo está condenado a la mierda, es porque Dios es el Verbo. Ahora bien, el saltimbanqui había hecho lo que hacen todos los saltimbanquis: una pirueta. Se había puesto cabeza abajo, lo que implica una inversión de los términos y las funciones. Es entonces que la mierda había comenzado a pronunciarse.

¿Cuál es, entonces, la relación entre la función presidencial, los excrementos y la paranoia? ¿Cuál es el vínculo entre el cuerpo del presidente y su función para que, desde que alguien lo toca, se vean aparecer efectos paranoicos?

Imagen de los candidatos, imagen del Presidente

Cuando, por el encuentro simple de algunos significantes, él ofrece a millones de personas el sentido de una situación, el discurso de un medio de comunicación puede repentinamente convertirse en síntoma o profecía

inesperada. Esto ocurrió en la tapa del semanario l'Express aparecido el 5 de mayo de 1981.

Alrededor de un mes antes, este semanario había publicado sucesivamente en tapa, las imágenes de los dos principales candidatos: la de Valéry Giscard d'Estaing el 28-3-81, la de Francois Mitterrand el 4-4-81. Bastó poner estas dos tapas una al lado de la otra para constatar que todos los códigos fotográficos habían sido puestos al servicio de un solo fin: poner en evidencia la imposibilidad de comparar un verdadero presidente con un simple candidato. Giscard d'Estaing se había vuelto ligeramente hacia su derecha para mirar el aparato fotográfico; éste había sido colocado exactamente a la altura de su mirada y la cabeza del presidente estaba perfectamente vertical. En realidad, la imagen era idéntica (la sonrisa vaga además) a las de los afiches de la campaña del presidente. Si la imagen del candidato socialista, por el contrario, hubiera sido obtenida por cinco francos en un "Photomaton" (cabina que consta de una cámara automática para sacar fotos insertando las monedas en una ranura, luego de cinco minutos aparece una tira con las fotos - Nota del traductor), no habría sido muy diferente de la publicada por l'Express: tomada de frente, con la cámara colocada ligeramente más baja que la cabeza, lo que hacía resaltar las mandíbulas.

Pero muchas cosas habían sucedido desde entonces, y el 5 de mayo l'Express publica, en tapa, las imágenes de los dos mismos hombres, esta vez juntos, con un gran título: "La gran elección". El presidente Giscard d'Estaing es más viejo, el rostro arrugado, las manos arrugadas, el cuello con pliegues, encogido en un viejo sillón, sentado delante de un aparato de televisión donde aparece, delante de muchos micrófonos, brillante y lleno de bríos, más joven que él, su adversario. El mensaje es en proporción más claro que lo que el anunciador de esta imagen ha deseado ahí inscribir explícitamente su intención: el hombre viejo está dibujado, el otro, gracias a la superpo-sición de montaje, mostrado en fotografía. El hombre viejo no está más en el Elysée, está en una pequeña pieza que debe ser particularmente exigua, ya que está obligado a poner la televisión a color sobre la mesa de la cocina, o del comedor. No se ven sus ojos, escondidos por los anteojos, pero se diría que ya no mira la televisión. Se

entiende: al encender el aparato, se encontró con la sorpresa de encontrarlo al otro en su lugar. Entonces, ha bajado su mirada, perdido en los recuerdos del tiempo en el que la pequeña pantalla era para él un espejo, su espejo. Incluso sus pequeñas manías, que no hacían mal a nadie, fueron expulsadas de la televisión: el ramo de flores está ahora sobre la mesa, no está más en la pantalla.

Contemple, contemple cómo se amarillenta la pantalla. Basta no estar más allí para acusar, repentinamente, el peso del tiempo que pasa. La gente continuaba hablando de la elección, de la gran elección. Pero entre un cuerpo que cada vez más cobraba brillo y un cuerpo que se pudría lentamente, ya no cabían más dudas.

Esta tapa, ustedes sin duda la recuerdan, había provocado una grave crisis en el seno de l'Express. Juzgado formalmente responsable, Olivier Told, redactor en jefe, es despedido. Por solidaridad, Jean François Revel, director del semanario, renuncia a la mañana siguiente, seguido por el escritor y periodista Max Gallo. A continuación, Olivier Told cuenta que esta tapa era el resultado de una serie de errores, los retoques deseados no habían sido efectuados como había sido previsto. El azar, en síntesis. Y Jean François Revel (citado por el Nouvel Observateur del 18-5-81) explica: "Esta tapa no traducían una toma de posición. Hacía una constatación objetiva de la situación".

Porque ha hecho su trabajo, producir lo real, un periodista es echado de su puesto. Su director, por solidaridad, renuncia. Y uno y otro no han encontrado nada mejor que explicarnos que, al producir una imagen, no habían querido decir nada.

Para librarse de la mala semiología de sus periodistas, James Goldsmith, el propietario de l'Express, había tenido por el contrario palabras simples. Había dicho (según Le Matin del 14-5-81): "No están ahí para joderme, y este diario no se hará en la mierda". Frente a la putrefacción del cuerpo presidencial, el propietario de l'Express había reaccionado como si él fuese Coluche.

El 11 de mayo de 1981, Le Point publica en tapa la imagen de François Mitterrand, bajo la leyenda: “El Presidente”. Con un 51,5% de los votos, el candidato socialista había logrado finalmente la verticalidad y esta toma ligeramente lateral que hacen los presidentes. Se trata, otra vez más, de un dibujo y no de una foto: sólo el dibujo es capaz de significar, en el caso, una diferencia entre la representación y la “persona real” que aparecerá, a la consciencia social como el significante de una transmutación. En esta imagen de Point descubrimos, sorprendidos, sus ojos verdes, de un verde profundo. Su rostro está cubierto por una suerte de luz. Es hermoso. Brilla, literalmente.

Simbólico y función presidencial

En la democracia audiovisual, tal como la conocemos, la mirada de los periodistas juega un rol fundamental. Pero es una mirada que no puede confesarse como tal, y que produce una puesta en escena que no se desea. En dos registros diferentes, la legitimidad de los periodistas y la de los hombres políticos se construye en primer grado, por ocultación de la enunciación: la palabra de unos se justifica por lo “real”, del cual ella es el mejor reflejo posible; la palabra de los demás por la sinceridad que anima la prefiguración de lo “real” que se nos propone obtener. Unos y otros se posicionan frente a un real que es para cada uno, lo único posible. Lo que quiere decir que unos y otros funcionan en la creencia.

Se entiende la importancia crucial de los ciudadanos, es decir, del voto. El voto produce lo “real” produciendo un corte en una situación que sería, sin el mismo, un enfrentamiento de los imaginarios. Resulta fundamental no olvidar lo arbitrario de esta intervención cuantitativa de la regla electoral, ya que es con esta condición y sólo con esta condición que se puede asegurar que el lugar de la Ley quede vacío. A pesar del hecho de que la “mayoría” ha ganado, el sistema se dedica, imperturbable, a producir diferencias. Que el lugar de la Ley permanezca vacío quiere decir que no hay, que no podría haber creencia susceptible de reemplazarla; que la Nación no tenga, que ella no sabría tener lo real en sí misma (es decir para todos). La única creencia común no es

deseable.

La misión (imposible) del presidente es encarnar lo imaginario de este vacío. Este imaginario no puede construirse sino en la distancia, es por eso que el cuerpo del presidente es un meta-cuerpo. El “estado de gracia” es ese momento, excepcional, en el cual una proporción considerable de los ciudadanos que no han votado por el presidente ponen su creencia en suspenso, mientras que los que han votado por él tampoco han comprendido que un presidente no funciona en la creencia sino en la distancia. Aproximadamente a mitad de camino entre la elección pasada y la que viene, ahí donde cae más bajo en las encuestas de popularidad, es paradójicamente el momento en el cual el presidente se encuentra más cerca de la verdad de su función: los que no habían votado por él regresan a sus creencias, y los que habían votado por él, en parte, han retirado las suyas. El “estado de gracia” toca siempre a una proporción de los ciudadanos más amplia que la que ha otorgado sus votos al presidente; en el “estado de gracia”, este último se reencuentra con un apoyo más restringido que el que había tenido en el momento de la elección. Este sobre- movimiento de báscula, que le permite ir más allá de la creencia, en un caso, y que lo transporta sin lograr la creencia, en el otro, expresa bien la contradicción inscrita en su función. La confianza opera en el terreno de la creencia, que es por ejemplo el del periódico televisado, es decir, en primer grado; pero, ¿cómo ubicarse dentro de la distancia sin generar desconfianza?

El pasaje del candidato a presidente es efectivamente una transmutación radical de registro significante: se pasa del régimen de la creencia al régimen de la distancia. Y la tarea es tan difícil antes como después. Antes, funcionando todo por la creencia, se trata de que el candidato esboce lo verosímil de la distancia; después, al tener que operar desde la distancia, se busca preservar la confianza.

Dentro de este cuadro es necesario evaluar la importancia de la mediatización y del pasaje a la democracia audiovisual. La televisión es el medio de comunicación del contacto, ella logra la mediatización del cuerpo significante

(5). Esto nos permite comprender a la vez la relación secreta entre estos dos personajes que practican la distancia, el presidente y el payaso, y el carácter crucial que todo presidente atribuye (no sin razón) a la televisión. Pero para él, el modelo no puede ser el periodista, cómodamente instalado en el primer grado de la creencia, sino el comediante, ese profesional del contacto en la distancia.

La época de Mitterrand se abrió por medio de una apoteosis televisiva en directo: la toma de funciones del nuevo presidente, pasando por el recorrido por los Champs Elysees, hasta la ceremonia del Panteón. En esta última, que dio mucho que hablar, su productor, Serge Moati, ha manifestado: “Hay que tener cuidado. Pero es verdad que había una puesta en escena, y eso da miedo... El hecho que sea puesta en escena, que esta puesta sirva a lo que se quería contar ese día, es terrorífico” (6)

En estos momentos, los periodistas quieren ser espejos, los hombres políticos se escandalizan cuando un payaso parece hacerles el juego, y la prueba de la puesta engendra terror. Y sin embargo, este terror nos interroga. Se trata de saber si la democracia audiovisual será capaz de reconocer en lo que se ha convertido: se cree aún sistema económico, mientras que ya es, al decir de Gregory Bateson, “ecología del espíritu(7): el dispositivo menos malo conocido para regular la manera en que las ideas actúan las unas sobre las otras”.