



ÁGORA VACÍA. CRÍTICA A LA POSIBILIDAD DE UNA FENOMENOLOGÍA DEL ESPACIO PÚBLICO DESDE LA DIFFÉRANCE DERRIDIANA. EL PERFIL DE LOS SOCIAL MEDIA

Alexander Masoliver Aguirre¹

Universidad Alberto Hurtado, Chile

Resumen: El presente artículo pretende demostrar las dificultades que tiene una potencial fenomenología del espacio público iluminando el fenómeno de los *social media*, específicamente la necesidad del perfil para su funcionamiento. Se propone recurrir al marco conceptual de Jacques Derrida, crítico de la “metafísica de la presencia”, para lograr este objetivo. La fenomenología del espacio público –en especial la que proviene del pensamiento arendtiano– depende de la vida del ciudadano, de su intención plena a sí y de su confinamiento y contigüidad territorial (*bios, telos y polis*, respectivamente). El perfil de los *social media* subvierte esta tríada que se asume axiomáticamente como constitutiva del espacio público.

Descriptor: Fenomenología del espacio público · Arendt · Derrida · *Différance* · Social media

Abstract: The following paper aims to develop the shortcomings of a prospective phenomenology of public space highlighting the phenomenon of social media and its necessity of the profile. In order to attain this objective, it propose appeal to conceptual framework of Jacques Derrida, a philosopher who attacks “metaphysics of presence”. The phenomenology of public space –specially the one that comes from Arendtian thought– relies on the life of citizen, her intention present to herself, and her territorial enclosure and contiguity (*bios, telos, and polis*, respectively). The social media profile overthrows this triad that is axiomatically assumed as constitutive of the public space.

Keywords: Phenomenology of public space · Arendt · Derrida · *Différance* · Social media

Enviado: 09/05/2019. Aceptado: 12/06/2019.

INTRODUCCIÓN

La presente indagación tiene por objetivo demostrar que una fenomenología del espacio público es problemática cuando se entiende el sujeto como llanamente

¹ E-mail: amasoliveraguirre@gmail.com

presente ante otros.² Podemos dudar de la presencia si observamos que está siempre diferida por distintos elementos que están puestos entre el aparecido ante otros y los espectadores de tal aparecido. Estos elementos *diferantes*³ –esto es, que difieren temporalmente y evidencian diferencias– condicionarán la presentación del sujeto frente a otros impidiendo la plena “aparición” de la “esencia” del sujeto. El sujeto político no aparece diáfano ante otros en la forma de la “acción” y el “discurso”. Esta hipótesis contraviene el fundamento de cualquier fenomenología del espacio público, en especial la de Hannah Arendt. Igualmente, una fenomenología del espacio público asume la necesidad de un confinamiento territorial (la polis) que propicie esta aparición pretendidamente presente entre el aparecido y los espectadores.

La misma apelación a estos factores –esencia, acción, diálogo, ciudad, et- cetera– podemos resumirla en la manifestación de la tríada *bios, telos y polis*. Tras una fenomenología del espacio público, se tienen como axiomas la idea de un sujeto *viviente y conscientemente viviente*, un sujeto con una *finalidad* específica y una *intención* claramente presente a sí al momento de presentarse ante otros; y un sujeto que está presente junto con otros en una *situación territorial específica confinada*, como decíamos, intramuros, como salvaguarda de la acción pública.

Se pretende demostrar en esta indagación que estos axiomas se ven conmovidos cuando vemos fenómenos contemporáneos relacionados con el espacio público, como es lo que se ha denominado *networked publics*, esto es, “un conjunto vinculado entre sí de desarrollos sociales, culturales y tecnológicos que han acompañado el creciente compromiso con los medios digitalmente en red” (Ito, 2008, p. 2). Este conjunto se despliega públicamente en la forma de manifestaciones públicas convocadas por los *social media* (eventos de *Facebook*, perfiles de movimientos sociales en *Instagram*, propaganda en *Twitter*, etc.), debates en las mismas plataformas mediante comentarios, compartición de imágenes, contenido, *memes*, vínculos a videos alojados en la plataforma *YouTube*, etc. Todo este entramado de actividades instala en el espacio público, entendido básicamente como algo “físico”, una serie de situaciones que podrían considerarse “políticas”, no obstante, desancladas de las clásicas dimensiones de *bios, telos y polis*.

A continuación, pondré a prueba esta hipótesis usando como referencia el pensamiento de Hannah Arendt, pensadora heredera de la fenomenología, cuya filosofía rescata esta tradición y la pone en movimiento en el fenómeno de lo público.

² Este artículo desarrolla un excursus trabajado en mi tesis titulada «Los ojos del mundo: Indagación sobre el concepto de espacio público y su relación con los medios de comunicación en la filosofía de Jacques Derrida a partir del problema de los *social media*», cuya preparación se enmarcó en el Proyecto FONDECYT Regular 1180320, dirigido por el Prof. Dr. Juan Manuel Garrido W.

³ Usamos aquí la palabra *diferante* como traducción de la palabra *différent*, que es el neologismo que Jacques Derrida utiliza para definir lo que más adelante formularemos.



ARENDT COMO FENOMENÓLOGA DEL ESPACIO PÚBLICO

De todos los herederos de la fenomenología de su época, Arendt es una de las que más claramente se refirió al espacio público como tema. Su biografía Elisabeth Young-Bruehl describe su formación como “fenomenológica”, concentrada en la figura de Martin Heidegger (1993, pp. 79-80).

Hannah Arendt practicó una especie de fenomenología. (...) Existen tres términos en el examen fenomenológico de Hannah Arendt en *La condición humana*: la autora habla de las condiciones de la existencia humana, de las actividades humanas y de los espacios en que tienen lugar las actividades. Las condiciones de la existencia humana son: la vida misma, la natalidad y la mortalidad, la pluralidad, la mundanidad y la tierra (1993, p. 406).

No es la única que pone a Arendt en la constelación de esta escuela. El fenomenólogo de lo político Jacques Taminiaux asegura que *La condición humana* –texto central en nuestro análisis– es una “fenomenología de la *vita activa*” (2000, pp. 165, 173), aduciendo a la preocupación por el aparecer de la acción de los otros en el espacio público y el aparecer individual ante otros, todo esto pensado como *experiencia*. Bernauer (1987), pp. 3-4, a partir del concepto de *amor mundi*, da con la idea de que lo hecho por Arendt es una *fenomenología del estar-en-el-mundo* y, por extensión, del estar-con-otros: una fenomenología comprometida con la vida pública como proceso de satisfacción de la vida humana. Bajohr (2011), p. 82, asegura que, si bien Arendt es una autora que nunca se consideró pertenecer a una escuela como la de la fenomenología, “hay algo que, como enfoque fundamental, pone sin duda a Arendt cerca [de esta escuela]: la primacía de la apariencia [o de la aparición: *Erscheinung*]”. En efecto, la apariencia como única forma de acceso al fenómeno público parece central en toda *La condición humana*. Y Loidolt (2018), pp. 52-53, asegura encontrar en el pensamiento arendtiano una *fenomenología de la pluralidad*. Esta aparece a partir de –si lo vemos desde la distinción finkiana entre conceptos temáticos y operativos (Fink, 1968)– una tematización del problema de lo político a partir de conceptos como “aparición”, “mundo”, “lo público”, etc. La metodología queda oculta, impidiendo, según Loidolt, que se vea la cualidad fenomenológica del pensamiento de Arendt.

¿En qué consistiría, por lo tanto, la fenomenología arendtiana? En su apelación a la experiencia del aparecer de la *pluralidad*: esa condición que nos hace iguales y, al mismo tiempo, distintos. Y esta condición aparece a su vez a través de la *acción*, como manifestación del otro en la comunidad de humanos que viven contiguamente. Pluralidad es otra palabra para intersubjetividad:

En el concepto de acción quedan subrayados tres rasgos: el hecho de la pluralidad humana (...), la naturaleza simbólica de las relaciones humanas y el hecho de la na-

talidad en tanto que opuesto a la mortalidad. Con otras palabras, la intersubjetividad, el lenguaje y la voluntad libre del agente (Cruz, 2016, p. VIII).

La fenomenología arendtiana es una fenomenología de la acción de los otros en comunidad. La pregunta que ella se hace es cómo aparece el cubil en el que son acogidas las acciones de los seres plurales que son los seres humanos que deciden vivir juntos. Es en este horizonte en el que nos moveremos para comprender si es posible una fenomenología del espacio público.

Así, dice Arendt (2016), p. 22: “esta pluralidad es específicamente *la* condición –no solo la *conditio sine qua non*, sino la *conditio per quam*– de toda vida política”. De ahí que la *narratividad*, la posibilidad de contarse a sí mismo y a otros su historia, adquiere una preeminencia fundamental (cf. Kristeva, 2001; Speight, 2011; Vasterling, 2007; Velleman, 2003). En este proceso se halla la posibilidad de distinguirse de otros –lo que Arendt denominará *acción*– y, al mismo tiempo, de aparecer ante sí como igual a los demás en el *discurso*. La relación es directa y explícita en su pensamiento: “acción y discurso (...) son las dos actividades cuyo resultado final *siempre será una historia* con bastante coherencia para contarla” (Arendt, 2016, p. 111, énfasis mío).

Hablamos de *narratividad* porque nos dará la posibilidad de entrar al problema del perfil de redes sociales: aquella experiencia por la que tenemos que pasar cada vez que queremos pertenecer a una comunidad determinada.

Antes de esto, caracterizaré muy brevemente esta fenomenología del espacio público que podría hallarse en Arendt:

1. El aparecer de los seres humanos en el mundo es aporética: como ya se ha dicho, iguales y distintos al mismo tiempo. Esto hace que el reino de la aparición acabe teniendo una preeminencia en su pensamiento. No es precisamente nuestra condición de iguales lo que nos hace políticamente aptos, sino que nuestro aparecer heroico, glorioso y distintivo ante otros. Si “El espacio de aparición cobra existencia siempre que los hombres se agrupan por el discurso y la acción” (Arendt, 2016, p. 222), entonces no tenemos acceso, por mor de nuestra propia y única voluntad, a una eidética del espacio público, sino únicamente a las condiciones estructurales de la aparición del conciudadano.

2. Como bien apunta Loidolt (2018, p. 52), este espacio público no es una condición de posibilidad para la existencia humana: es contingente y solo aparece *sui generis* en el encuentro entre los plurales. Arendt lo dice claramente: “Este espacio no siempre existe” (Arendt, 2016, p. 221). En su análisis de la tiranía, Arendt asegura que es posible incluso que las artes y otras disciplinas expresivas se desarrollen “si el gobernante es lo bastante ‘benévolo’ para dejar a sus súbditos solos en su aislamiento” (Arendt, 2016, p. 226). Las artes, los oficios y cosas por el estilo



efectivamente pueden realizarse en soledad. Mas la expresión misma de lo que ella llama «esencia» del humano debe darse necesariamente en un contexto de comunidad, con los otros, en un espacio público que aparece solo en el *Zwischen*, el *interesse*, el “entre” entre un humano y otro. Ese “entre” tiene dos niveles. Uno es el que llama “objetivo”:

los asuntos del mundo de cosas en que se mueven los hombres, que físicamente se halla entre ellos y del cual surgen los específicos, objetivos y mundanos intereses humanos. (...) la mayoría de las palabras y actos *se refieren* a alguna objetiva realidad mundana (Arendt, 2016, p. 206).

El segundo nivel es un “entre” “formado por hechos y palabras y cuyo origen lo debe de manera exclusiva a que los hombres actúan y hablan unos *para* otros”. Arendt lo llama subjetivo y, al parecer, domina cierta simbolicidad que ella denomina “intangible” (Arendt, 2016, p. 207).

3. El espacio público parece circundado por las murallas de la polis en tanto que dentro de ella es donde los humanos pueden manifestarse ante otros con actos y palabras. La vida misma de cada individuo solo puede ser recordada siendo inscrita en la polis: “la esencia humana (...) nace cuando la vida parte, no dejando tras de sí más que una historia” (Arendt, 2016, p. 216). Su fundación obedece a que resulta ser una “solución” para evitar que las historias expresadas oralmente pudieran disolverse en el paso del tiempo. En la polis se comparten palabras y actos, se amplían fuertemente las posibilidades de que se alcance la gloria ante otros para no ser olvidados; se pueden “multiplicar las oportunidades para que el individuo se distinga, para que muestre con hechos y palabras quién es en su única distinción” (Arendt, 2016, p. 219). Por lo tanto, la aparición del fenómeno del espacio público no es físicamente asible, aunque sin duda puede apprehenderse como el resultado de elementos físicos disponibles a la percepción (actos, historias, palabras, cosas compartidas, las murallas de la ciudad, el carné de ciudadano, etc.): todas ellas dadas en escorzos, lo cual suscitan diversas interpretaciones que darán forma al debate público sobre lo que es el mundo.

EL “NETWORKED PUBLICS” Y EL PERFIL DE LOS “SOCIAL MEDIA” COMO PROBLEMAS FILOSÓFICO-POLÍTICOS

La promesa de esta breve investigación es demostrar que esta fenomenología es muy difícil, si no imposible, de alcanzar. Hay una propensión a considerar la presencia plena de los otros, de las cosas que están en el mundo y de uno mismo como condiciones incontestables para el aparecer del espacio público. La idea de

esto es que hay sujetos vivientes, con intenciones transparentes a sí mismos y en una determinación territorial específica. Esta tríada entre *bios*, *telos* y *polis* no se presenta cuando vemos el fenómeno del *networked publics*.

Networked publics es una forma de llamar al público que consume o a la audiencia que es espectadora de una transmisión en una comunidad reticular. La palabra clave es “networked”. El público está “en red”, irrigado en su interior por canales prácticamente ubicuos –lo que se ha de llamar *ubiquitous computing* (Poslad, 2009, p. 2) o *pervasive computing* (Hansmann, Merk, Nicklous, & Stober, 2001, p. 14)– que dotan de un carácter de incertidumbre a los resultados públicos que la creación de contenidos al interior de las redes sociales puede alcanzar, por lo que se da una especie de compromiso del público para con el contenido: compromiso que se manifiesta en actividad pública (Ito, 2008, pp. 2-3). De hecho, esta tecnología ha hecho que el concepto de lugar tenga una expresión más importante de lo que se suponía que tendría. Los futuristas solían decir que viviríamos un mundo virtual en tres dimensiones que anularía la experiencia física. Hoy en día vemos lo contrario: el *ubiquitous computing* une fuerzas con la georreferencialidad de la *Web* contemporánea, amén del carácter de asistente que se les ha otorgado a los aparatos móviles (Sadin, 2013; Varnelis & Friedberg, 2008).

El lugar se transforma en un lugar de reunión que *valida y estabiliza* la acción que los individuos realizan a nivel digital. De hecho, Fujimoto (2005), p. 100, al analizar el fenómeno del *keitai*,⁴ asegura que, si lo vemos desde una perspectiva dialéctica, la ubicuidad de los móviles y las redes sociales solo produce un interés mayor de parte de los sujetos de “establecer su propio territorio espiritual ‘aquí mismo’”. Así, se presenta el teléfono celular como una “máquina de territorio”, que *produce* un lugar, en lugar de volver ‘no lugares’ a los lugares (Augé, 2017). Hasta aquí, parece que Arendt tiene razón. El problema surge cuando nos aproximamos a quiénes son los que están participando en la discusión “pública” a nivel digital.

Para entender este problema, tenemos que ver la relación entre sujeto digital y sujeto físico. Una de las primeras en trabajar este problema es danah boyd (sic, con minúsculas). Al definir el concepto de *social network* (forma más conocida de los *social media*) que, a su juicio, es basal para comprender al *networked publics*, dice que son

sitios (...) basados en perfiles [*profiles*], una forma de página de inicio [*home page*] individual (o, menos frecuentemente, grupal [este aparentemente inocente paréntesis ya supone una serie de problemas que derrumbarán esta fenomenología del espacio público]), que ofrece una descripción de cada miembro. Además de texto, imágenes y video creados por el miembro, el sitio de perfil de la red social también contiene comentarios de otros miembros y una lista pública de las personas que uno

⁴ Palabra japonesa, apócope de *keitai denwa*, literalmente: “teléfono portátil”.



identifica como amigos en la red. (...) Los perfiles son construidos llenando un formulario en el sitio. Aunque el formulario fue diseñado para controlar la disposición del contenido, *MySpace* [de este sitio seminal está hablando la autora] accidentalmente dejó abierto un resquicio [*loophole*] tecnológico y sus formularios aceptaron (y luego reprodujeron) códigos HTML y CSS [códigos que coordinan las variables visuales de una página web]. Aprovechando ese resquicio, los participantes pueden modificar el aspecto de sus perfiles. Copiando y pegando código de otros sitios web, los jóvenes cambian sus fondos de pantalla, agregan video e imágenes, cambian el color de su texto y, de esta manera, cambian sus perfiles a una explosión de caos animado que asemeja la estereotípica habitación de un adolescente. El perfil por defecto es públicamente accesible a todos, pero la mayoría de los sitios de redes sociales tienen características de privacidad que permiten a los participantes restringir para quiénes pueden ser vistos (boyd, 2008, p. 123).

En esta definición se juega mi propuesta: el servicio de *social media* depende de la *perfilidad*, esto es, de la disposición de la propia subjetividad en la forma del perfil – del mundo al que se ingresa a partir de la acción de hacer *login*– que es una curación de información: en una situación en que el individuo se ve tan expuesto a flujos de información que puede, por su cuenta, procesar y compartir de manera atomizada o generalizada, este se dispone a filtrar, anotar, y poner sobre sí esa información de manera parcial para manifestar *quién desea ser* en el espacio digital:

en el ambiente de información digital, los procesos de curación también son desarrollados por actores tales como amigos y contactos sociales, algoritmos computacionales y usuarios individuales de medios. (...) los individuos están en el centro de redes de información personal incrustadas en múltiples e intersecantes flujos de contenido curados por distintos actores en distintas proporciones (Thorson & Wells, 2016, p. 310).

Los *social media* se han vuelto plataformas para que los usuarios, mediante sus perfiles, almacenen confiablemente información que ellos han creado o que ellos han interpretado a partir de sus filtros para crear nuevos flujos curados de información (Zhao & Lindley, 2014). ¿Quién acaso no ha borrado las fotos de su exnovia de *Facebook* en cuanto ha terminado la relación? ¿Quién acaso no elige el mejor ángulo para tomarse una *selfie*? ¿Quién acaso no ha pensado dos o tres veces antes de compartir tal o cual noticia pensando en si es coherente con su propio perfil? Se establece así una práctica documental, una praxis narrativa en el uso de las redes sociales (Erickson, 2010) que hace que la presencia a sí de la propia autobiografía no sea tan nítida como lo asumen quienes creen que pudiera ser posible una fenomenología del espacio público. Y esto, además, se hace más complejo si se asocia a una “cultura de la convergencia”, esto es, el solapamiento de diversos tipos de medios de comunicación e iniciativas sociales (empresas, ONG, Estados, individuos, etc.), amén de diversas prácticas comunicativas en una rapsodia más o menos nítida que

caracterizaría el sistema medial contemporáneo (Jenkins, 2006, pp. 2-3). Esto quiere decir que no se trata solamente de que reunamos información en nuestros perfiles, sino que además la información en cuestión tiene diversa naturaleza, se ha compuesto de maneras variadas y sus interpretaciones no tienen un formato estandarizado, lo cual hace muy difícil entender cómo, cuándo y por qué un contenido se vuelve importante, o, más claramente, cómo, cuándo y por qué un contenido *aparece* ante nosotros.

Lo anterior supone que, en lo individual, en la exposición del individuo ante los otros —asunto que le preocupaba a Arendt, como vimos—, se combinan características tanto del mundo “real” como del “digital”, desdibujándose, de esta manera, la supuesta división entre lo digital y lo físico.

para construir una esfera social que otorgue autonomía y fluidez a las formas mediante las cuales la socialidad es administrada. Un modelo de socialidad en red [*networked sociality*] emerge de los espacios en línea, las características arquitecturales de las cuales se da forma a la actividad humana, sugiriendo posibilidades para la interacción (Papacharissi, 2011, p. 306),

Es evidente ahora el problema que esto suscita para lo político. Cuando un grupo de individuos se organiza para manifestarse en el espacio público, ¿quién es el organizador de esto: el sujeto “real” o el perfil?

Estimo que es el perfil el que moviliza porque ese sujeto “real” es, en definitiva, un perfil, aun en lo público “físico”. Un ejemplo: un grupo de mujeres se moviliza mediante *Facebook* para organizar una actividad pública. El motivo es un testimonio de abuso hacia una de ellas propagado por el mismo servicio de redes sociales. El testimonio es una forma de lo que los especialistas en activismo digital denominan *digital storytelling*. Este proceso es una narración de una situación privada que ha de hacerse pública para educar y movilizar a la ciudadanía mediante la visibilización de un fenómeno que se consideraba oculto o privado (Vivienne, 2016, pp. 132-133). La narración es una colección de elementos públicos que se unen en un relato coherente, de manera similar a lo que presentaba anteriormente como narratividad en el pensamiento arendtiano. El asunto es que hay una gran cantidad de elementos que quedan privados. El narrador decide qué publicar y qué dejar en lo privado como una condición necesaria para proteger su intimidad pública, advirtiendo que sus familiares o amigos pudieran leer eso y ser estigmatizados. Imaginemos, por ejemplo, la lamentable situación de un enfermo de VIH que no quiere manifestar que tiene la enfermedad porque pudiera perder su empleo. De esta forma, si seguimos el marco arendtiano, la esfera pública parece generada no por una expresión prístina de la propia historia (que, por lo demás, es narrada por la misma persona y no por otro —el narrador homérico—, como cree Arendt [2016, pp. 216-217]), la



cual se acaba con la muerte del agente. Al contrario, la historia del sujeto está constituyéndose constantemente. Además, está siendo administrada por el mismo actor, en tanto que este puede ocultar elementos porque “los *storytellers imaginan* la respuesta de las audiencias” (Vivienne, 2016, p. 7; también S. Smith & Watson, 2014, p. 71). De esta manera, incluso en el mundo “físico”, operan estrategias narrativas que parecen propias del mundo “digital”.

Se llega de esta manera a la idea principal de este artículo. El perfil parece ser un medio que significa al sujeto. Este sujeto no aparece en la esfera pública en cuanto tal, sino que aplica sobre sí la misma narración que lo expone de determinada manera más o menos diseñada por él mismo. Esto abre un diferimiento ineluctable entre el sujeto y la sociedad misma que lo rodea. Este diferimiento se basaría en que, tal como decíamos antes, aunque ahora lo apuntamos más sofisticadamente, “las vidas presentadas son a menudo *interactivas*: son co-construidas. Están vinculadas a los otros: familia, amigos, empleados, causas y afiliaciones” (S. Smith & Watson, 2014, p. 71). Esta idea no es sino una continuación de la tradición sociológica que Erving Goffman desarrolló a partir de su texto de 1959 *The Presentation of Self in Everyday Life* (2007, especialmente la introducción), quien es uno de los primeros aportadores al aterrizaje de la fenomenología en la sociología contemporánea⁵: se trataría de que los individuos se presentan ante otros no puramente entre sí, sino a partir de cierta *información* que se va administrando.

El concepto de “información” abre a la posibilidad de comprender la situación de aparecer ante otros (asunto que es vital para la fenomenología arendtiana) como un asunto que depende de la escritura, la inscripción, la huella y, en consecuencia, la *différance* como retraso, diferencia, diferimiento, espera, no presencia a sí, etcétera.

LA DIFFÉRENCE Y LA INACCESIBILIDAD DEL FENÓMENO DEL ESPACIO PÚBLICO

Se ha dicho entonces lo siguiente hasta el momento: 1) que el pensamiento arendtiano efectivamente tiene cierta pretensión fenomenológica, lo cual está sostenido no solo por sus teóricos, sino por un interés en la experiencia y el aparecer de los otros en lo público, teniendo al margen presupuestos teóricos en una especie de retraimiento *epojético*; 2) que el pensamiento arendtiano, por lo demás, pone al centro de la presentación ante los otros la narración de sus propias vidas: acción y discurso –actos y palabras, en concreto– son los motores de esta narración, la cual es siempre narrada por otros, donde la polis es el ambiente diseñado por los humanos

⁵ Para una observación sobre el rol de la fenomenología en el pensamiento de Goffman, véase Lanigan (1988). También G. W. H. Smith (2005).

para inscribir estas narraciones y apareceres; 3) que ante un *networked publics* la interacción se hace mediante el perfil, que es un conjunto de datos o contenido que se intersecta en el nombre del sujeto digital en la forma de la curaduría; 4) que la narratividad arendtiana tiene elementos en común con la idea de perfil como *digital storytelling*; y 5) que la presentación ante otros siempre se da mediante información y nunca como un todo presente a sí, sino que a partir de cierta administración de las características que hacemos visibles ante otros.

¿Es posible una fenomenología del espacio público –al menos de procedencia arendtiana– a partir de esto? Si entendemos la fenomenología latamente como el estudio del aparecer del fenómeno y el “volver a las cosas mismas”, al menos tenemos que poner una advertencia: no hay forma de ir a la cosa misma cuando se trata de lo público. La experiencia de lo público (y cualquier otra, por lo demás) se constituye siempre afectada por una *différance* (Derrida, 1967b, pp. 75-77, 92; 1967a, pp. 38, 88, 92-95, 103-104; 1972b, pp. 16-24, 38-41, 54-55; 1972a, pp. 1-29) que difiere y diferencia la propia subjetividad de la del resto, impidiendo tener certeza absoluta de qué sujeto se tiene en frente. Lo público, estudiado fenomenológicamente, siempre tendrá un velo de confusión sobre quiénes son sus protagonistas.

Para definir lo que entenderemos por *différance*, usaré una definición sucinta, pero clarísima de Hubertus Busche:

Ese signo, «*différance*», no es «ni palabra ni término» (...), sino que significa «el misterio mismo». Es un neologismo de Derrida. Es homófono respecto a la palabra francesa para diferencia (*différence*), pero terminado en «-ance». Según la ambigüedad del verbo «*différer*», «*différance*» significaría tanto diferir y posponer como diferenciar y distinguirse. (...) naturalmente la conciencia histórico-crítica de Derrida no tolera la infantil pregunta: ¿Qué es la «*différance*»? ¿A quién o a qué se diferencia o difiere? (...) Derrida escribe «*différance*» con *a* para expresar, similar al francés «*mouvance*» o «*resonance*», su carácter medial entre activo y pasivo (Busche, 1987, pp. 254-255).

Différance es un disparador de la reflexión sobre la «presencia» de la escritura en el habla, pero también de la imposibilidad de alcanzar una presencia plena de lo ideal, al margen de lo fáctico, técnico o material. Por lo demás, “(...) [S]i la *différance* es (...) lo que vuelve posible la presentación del siendo-presente, no se presenta jamás como tal. No se dona jamás en el presente. A ninguna persona” (Derrida, 1972a, p. 6, la tachadura es del original). “(...) la *différance* hace posible la oposición de la presencia y de la ausencia. Sin la posibilidad de la *différance*, el deseo de la presencia como tal no encontraría su respiración” (Derrida, 1967a, p. 206). Esta noción obliga a confundir a quien la toma en cuenta para introducir una temporización –mas también una diferencia– en el seno del oírse hablar. La indeterminación fónica entre la *e* y la *a* de esta palabra francesa funciona como juego performativo para



tener un espacio de reflexión: un rodeo, un espacio para hacer presente la diferencia, que solo puede ser fácticamente explicitada:

Diferir es, en este sentido, *temporizar*. Es recurrir, consciente o inconscientemente, a la mediación temporal y temporizadora de un *rodeo* que suspende el logro o cumplimiento del “deseo” o de la “voluntad”, efectuándolo también en un modo que anula o tempera el efecto (Derrida, 1972, p. 8, los énfasis son míos).

Es el espacio finalmente el que se hace «visible», o, mejor dicho, «advertible» cuando se detiene el tiempo un momento a reflexionar si esa palabra se escribe con *e* o con *a*. Del mismo modo, el perfil en los *social media* opera como un retardador, un operador diferente. En definitiva –si uno se aboca especialmente a la aplicación de estas ideas en lo que a la relación con la imagen se refiere (recordemos que el perfil es una curación de contenido, dentro del cual se halla, cómo no, imágenes)– de lo que se trata es de la operación de un espaciamiento. En ese espacio conformado, se desarrolla el cuerpo, que aparece como imagen y, desde ahí, se interpreta y da qué hablar al intérprete. El cuerpo, visto desde la perspectiva de la *différance*, aparece como *no presencia*. Dicho de otra forma, el cuerpo es una brecha o se constituye en una brecha entre el espectador y la cosa que se observa. El cuerpo se erige como una experiencia de “marcos”, o sea, de contextos. Y esta experiencia es producida por algo que no es el mismo cuerpo, sino las huellas que las imágenes dejan traslucir: “(...) lo que yo llamaría el cuerpo (...) no es una presencia. El cuerpo es, cómo decirlo, una experiencia en el sentido de la palabra más móvil [*voyageur*]. Es una experiencia de contexto, de disociación, de dislocaciones” (Derrida, Wills, & Brunette, 1994, p. 15). Ese espaciamiento que denominamos cuerpo es justamente la condición de la experiencia, no un impedimento para esta, como Terada, a partir de *La voix et le phénomène*, desarrolla:

Derrida observa que esta exclusión del dirigirse a sí mismo al interior produce una consecuencia extraña: hablarse a sí mismo de esta manera es evidentemente menos inmediato que hablar hacia afuera. Incluso el discurso hacia otra persona es más transparente que el dirigirse hacia el interior (...). Cuando hablo a alguien más reduzco la distancia entre nosotros, al menos en el final. Cuando me hablo a mí mismo, tomo el camino del rodeo, puesto que no debería necesitar dirigirme a mí mismo. (...) Si, para Husserl, la autoafección es el no-espacio imperceptible entre las experiencias de primer y segundo orden, para Derrida, no es la base transparente para la transparencia, sino la experiencia misma (Terada, 1999, p. 204).

En consecuencia, desde una perspectiva derridiana, es la no presencia a sí la que provoca la experiencia. En la relación con el otro, el aparecer del fenómeno público sería siempre mediado por un diferimiento que se manifiesta en el cuerpo, en la imagen, en el símbolo, etcétera. El perfil es uno de esos diferimientos, que, por

lo demás, dado al crecimiento de la conciencia que tenemos en la existencia de un *networked publics*, hace más evidente que el llegar a la «cosa misma» del espacio público es una labor imposable.

Concretamente, el perfil es más que una persona haciendo *login*. Cuando nos enfrentamos a un perfil en los *social media*, nos enfrentamos a la pregunta sobre quién se halla tras esa fotografía, ese sobrenombre o ese contenido subido. Indefectiblemente somos exégetas del aparecer del otro en el perfil: ¿Tendrá la edad que dice tener? ¿Estudiará en el lugar donde dice estudiar?

Si se piensa en un servicio de redes sociales específico, como *Tinder*, veremos que existe ahí siempre la sospecha: la persona que estoy mirando, a la cual puedo o no dar *like*, ¿será o no quien dice ser? ¿Será ese su nombre? ¿Qué tan verdadera será su biografía? ¿Qué oculta tras una foto que está diseñada cual tiro de cámara en un reportaje televisivo? Independientemente de todo lo anterior, ¿cómo es que la centralidad de las imágenes, como ícono que resume al “individuo” detrás es una *condición necesaria* para que se dé esta *swipe logic* (es decir, la acción de deslizar el dedo para hacer *like* o *dislike* a un perfil) (David & Cambre, 2016, pp. 5-8)? Dicho de otra manera, ¿cómo es que, si la acción se da a partir del perfil, tenemos certezas de que los sujetos no están adaptando su comportamiento a la perfilidad, en lugar de comportarse genuinamente como supone Arendt? ¿Hasta qué punto podemos asegurar que el sujeto se revela en la acción y no al revés: que la acción es una manifestación de las fórmulas que la configuración del “sujeto” deja disponibles?

Pues bien, la intromisión de la *différance* nos otorga la posibilidad de observar la fenomenología del espacio público como algo que siempre ha de estar diferido por la narratividad del sujeto que la misma Arendt pone en el centro de su filosofía y que se manifiesta por el perfil de los *social media* de la misma manera que la narración de las gestas de la propia vida en la polis que Arendt añoraba. Es decir, la *différance* nos advierte la inaccesibilidad del fenómeno político del espacio público, impidiendo su fenomenología.

¿Cómo es que el sujeto que crea en pluralidad —a juicio de Arendt— el espacio público en realidad parece cuestionado por el perfil? Se ha resumido en esta tríada: *bios*, *telos*, *polis*. A continuación, presentaré las debilidades de la fenomenología arendtiana en función de estos tres conceptos propuestos, para resumir la propuesta de esta indagación.

1. Los miembros de las comunidades políticas reticulares claramente pueden ser representantes de figuras sin vida: agrupaciones colectivas, empresas, organismos gubernamentales, ONG, etcétera. Todos ellos tienen acción pública retial, pueden incluso manifestar una acción (palabras y actos), pero no están dotados de una vida humana en cuanto tal. ¿Qué sucede con los perfiles de usuarios que no corresponden a “personas reales”? ¿Qué sucede cuando una empresa, un sello, una



marca registrada, una organización no gubernamental, alguna repartición pública, etcétera organizan una actividad y convocan y la convocatoria es exitosa, y luego hace *upload* de las fotografías de ese evento, y más aún responde a los comentarios que los usuarios inocentemente su comunidad de seguidores le hacen? ¿Hay acción ahí? ¿Hay una historia narrada? ¿Qué son las fotografías sino eso? El perfil va más allá de la lógica de la *bios*. No hay vida garantizada tras el perfil. Podría ser un ser sin vida, un verdadero espectro, aquel que está compartiendo de vez en cuando contenido en una plataforma de *social media*.

2. Como ya se ha mencionado, la revelación del sujeto en la acción obliga a depender de la escritura. La narratividad arendtiana es la dificultad más grande de su fenomenología. Esta se abre a una lógica en la que el sujeto no es capaz de conocerse a sí mismo plenamente y, por lo tanto, no puede dar con su intención en la esfera pública de manera plena a sí. Aquí el perfil, si bien aparece como algo diseñado curatorialmente, como hemos dicho, no puede controlar lo que causa en los espectadores, haciendo aparecer elementos de sí que, entrelíneas, pudiesen exponerlo. Dicho de otra forma, el perfil puede mostrar aspectos que su administrador puede no tener presente. Por ejemplo, los ángulos de cámara de las fotografías de perfil pueden apuntar a lugares que indican dónde ha estado o qué ha comido, etcétera. El fenómeno del *stalking*, esto es, acosar por medios digitales, demuestra que la información que el perfil entrega es mucho más que aquello que su administrador cree mostrar. La intención del perfil, por lo tanto, *es excedida* por la *performance* y efectos de este. El *telos* del sujeto que se muestra en el perfil no es presente a sí, sino que siempre se da en un ejercicio de interpretación de los otros que impide asegurar que la intención es clara.

3. De la misma manera, el perfil pone en cuestión cierta dependencia física que se manifiesta arquetípicamente en la figura de la *polis*. La contigüidad es un elemento que parece fundamental a la hora de concebir que pueda un sujeto encontrarse con otro y saberse igual y distinto. La *polis* es la concreción fáctica de ese encuentro humano. Arendt hace una relación muy clara: si hay contigüidad hay atestiguamiento; si hay atestiguamiento, hay posibilidad de gloria. El problema es que las comunidades políticas pueden alcanzar peso específico y sus miembros pueden alcanzar una gloria particular a partir de sus *performances* sin necesidad de la contigüidad: al menos eso es lo que sucede con el perfil. Imaginemos la existencia de los denominados *influencers*, esto es, perfiles supuestamente personales –nada nos asegura que no haya un *staff* completo de individuos tras la cara que representa al perfil– cuyo «trabajo» es el de presentarse en los *social media* y hacer promoción de marcas comerciales a través de ellos. El *influencer* tiene como condición de posibilidad su *inaccesibilidad*, su no contigüidad. Es la distancia la que hace necesario

el medio de exposición que son los *social media*. De otra forma, no habría necesidad de exponerse de esa manera. Igualmente, la idea del *influencer* es llegar cada vez a más gente (de esta forma, puede obtener mejores beneficios de las marcas comerciales que representa). En una situación de necesaria contigüidad no podría haber *influencers* porque no podrían llegar a tanta gente. No se puede ser contiguo a tantas personas. Los *social media*, a través de su perfil, muestran que la *polis* no es una necesidad para la configuración de un espacio público. Al contrario, parece ser cada vez algo menos probable, dada la exaltación de la imagen y la espectacularidad al momento de expresar un mensaje tendiente a convencer la ciudadanía (o audiencia).

Además –con el objetivo de resumir esta propuesta– si Arendt cree que el espacio público se crea a partir del encuentro de entre los “hombres” –iguales y diferentes al mismo tiempo–, estaría obligada igualmente a creer que este encuentro está mediado por una escritura que siempre difiere el aparecer del espacio público. Este espaciamento, al igual que la composición del cuerpo, es la posibilidad misma de un espacio público. Sin embargo, a su vez, es la apertura a la posibilidad de ser anulado completamente por la siempre existente potencialidad de restarse de él, de ocultarlo todo, lanzando bengalas que distraigan la atención sobre quién se tiene en frente: el manto de incerteza que aparece cuando se reflexiona en el perfil puede ser una forma de aparecer y, a la vez, restarse de lo público, asunto que Arendt jamás pudo prever en su propuesta.

La preocupación ética en las sociedades democráticas contemporáneas aparece ahora mismo ante nuestros ojos: puede ser que efectivamente nos encontremos en un espacio, mas este puede no ser –al menos en el sentido en que lo propugna Arendt y su fenomenología– público porque, en su fundamento, si el aparecer del individuo depende de la narratividad o la curatorialidad de contenidos condensados en un perfil, puede ser que no haya nadie “real” en él. Un ágora vacía: ese es el resultado de la inaccesibilidad del espacio público.

BIBLIOGRAFÍA

Arendt, H. (2016). *La condición humana* (R. Gil Novales, trad.). Buenos Aires: Paidós.

Augé, M. (2017). *Los no lugares. Espacios del anonimato: una antropología de la sobremodernidad* (M. Mizraji, trad.). Barcelona: Gedisa.

Bajohr, H. (2011). *Dimensionen der Öffentlichkeit: Politik und Erkenntnis bei Hannah Arendt*. Berlin: Lukas Verlag.



Bernauer, S. J., J. (1987). The Faith of Hannah Arendt: Amor Mundi and its Critique — Assimilation of Religious Experience. En J. Bernauer, S. J. (Ed.), *Amor Mundi: Explorations in the Faith and Thought of Hannah Arendt* (pp. 1-28). Dordrecht: Springer Netherlands.

Boyd, Danah. (2008). “Why Youth Hearth Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”. En D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 119-142). Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Busche, H. (1987). “Logozentrismus und différance: Versuch über Jacques Derrida”. *Zeitschrift für philosophische Forschung*, 41, 2, pp. 245-261.

Cruz, M. (2016). “Introducción. Hannah Arendt, pensadora del siglo”. En H. Arendt, *La condición humana*, pp. I-XVII. Buenos Aires: Paidós.

David, G., & Cambre, C. (2016). “Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic”. *Social Media + Society*, 2 (2), pp. 1-11.

Derrida, J. (1967a). *De la grammatologie*. París: Éditions de Minuit.

Derrida, J. (1967b). *La voix et le phénomène: introduction au problème du signe dans la phénoménologie de Husserl*. París: Presses Universitaires de France.

Derrida, J. (1972a). *Marges –de la philosophie*. París: Les Éditions de Minuit.

Derrida, J. (1972b). *Positions: entretiens avec Henri Ronse, Julia Kristeva, Jean-Louis Houdebine, Guy Scarpetta*. París: Les Éditions de Minuit.

Derrida, J., Wills, D., & Brunette, P. (1994). The Spatial Arts: An Interview with Jacques Derrida. *Deconstruction and the Visual Arts: Art, Media, Architecture*, pp. 9-32. P. Brunette & D. Wills (Eds.): Cambridge University Press.

Erickson, I. (2010). “Documentary With Ephemeral Media: Curation Practices in Online Social Spaces”. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30, 6, pp. 387-397.

Fink, E. (1968). “Los conceptos operatorios en la fenomenología de Husserl”. En: *Husserl: Tercer Coloquio Filosófico de Royaumont*, pp. 192-205, A. Podetti (Trad.), Buenos Aires: Paidós.

Fujimoto, K. (2005). “The Third-Stage Paradigm: Territory Machines from the Girls’ Pager Revolution to Mobile Aesthetics”. En: *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, pp. 77-101. M. Ito, D. Okabe, & M. Matsuda (Eds.), Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Goffman, E. (2007). *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (H. B. Torres Perrén & F. Setaro, trads.). Buenos Aires: Amorrortu.

Hansmann, U., Merk, L., Nicklous, M. S., & Stober, T. (2001). *Pervasive Computing Handbook*. Berlin/Heidelberg: Springer.

Ito, M. (2008). “Introduction”. En: *Networked Publics*, pp. 1-14. K. Varnelis (Ed.), Cambridge, Massachusetts/Londres: The MIT Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press.

Kristeva, J. (2001). *Hannah Arendt: Life is a Narrative* (F. Collins, trad.). Toronto: University of Toronto Press.

- Lanigan, R. L. (1988). "Is Erving Goffman a phenomenologist?" *Critical Studies in Mass Communication*, 5, 4, pp. 335-345.
- Loidolt, S. (2018). *Phenomenology of Plurality: Hannah Arendt on Political Intersubjectivity*. Nueva York/Londres: Routledge.
- Masoliver Aguirre, J. A. (2019). *Los ojos del mundo: Indagación sobre el concepto de espacio público y su relación con los medios de comunicación en la filosofía de Jacques Derrida a partir del problema de los «social media»* (Tesis para optar al grado de Magister en Filosofía). Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile.
- Papacharissi, Z. (2011). "Conclusion: A Networked Self". En: *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, pp. 304-318. Z. Papacharissi (Ed.), Nueva York: Routledge.
- Poslad, S. (2009). *Ubiquitous Computing: Smart Devices, Environments and Interactions*. Chichester, Reino Unido: Wiley.
- Sadin, É. (2013). *L'humanité augmentée: l'administration numérique du monde*. Montreuil: Éditions L'Échappée.
- Smith, G. W. H. (2005). "Enacted Others: Specifying Goffman's Phenomenological Omissions and Sociological Accomplishments". *Human Studies*, 28, 4, pp. 397-415.
- Smith, S., & Watson, J. (2014). "Virtually Me: A Toolbox about Online Self-Presentation". En: *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, pp. 70-95. A. Poletti & J. Rak (Eds.). Madison: The University of Wisconsin Press.
- Speight, A. (2011). "Arendt on Narrative Theory and Practice". *College Literature*, 38, 1, pp. 115-130.
- Taminiaux, J. (2000). "Athens and Rome". En: *The Cambridge Companion to Hannah Arendt*, pp. 165-177. D. Villa (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Terada, R. (1999). "Imaginary Seductions: Derrida and Emotion Theory". *Comparative Literature*, 51, 3, pp. 193-216.
- Thorson, K., & Wells, C. (2016). "Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age: Curated Flows". *Communication Theory*, 26, 3, pp. 309-328.
- Varnelis, K., & Friedberg, A. (2008). "Place: The Networking of Public Space". En *Networked Publics*, pp. 15-39. K. Varnelis (Ed.): The MIT Press.
- Vasterling, V. (2007). Cognitive Theory and Phenomenology in Arendt's and Nussbaum's Work on Narrative. *Human Studies*, 30, 2, pp. 79-95.
- Velleman, J. D. (2003). "Narrative Explanation". *The Philosophical Review*, 112, 1, pp. 1-25.
- Vivienne, S. (2016). *Digital Identity and Everyday Activism: Sharing Private Stories with Networked Publics*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Young-Bruehl, E. (1993). *Hannah Arendt* (M. Lloris Valdés, Trad.). Valencia: Alfons el Magnànim.
- Zhao, X., & Lindley, S. E. (2014). *Curation through Use: Understanding the Personal Value of Social Media*. 2431-2440. Toronto: ACM Press.