DOCUMENTO DE TRABAJO
PROGRAMA FLACSO-SANTIAGO DE CHILE
NUMERO 190, Septiembre 1983.

ENTREVISTAS INTIMAS Y EDUCACION SENTIMENTAL.

José Joaquín Brunner
Esta Serie de Documentos es editada por el Programa de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), en Santiago de Chile. Las opiniones que en los documentos se presentan, así como los análisis e interpretaciones que en ellos se contienen, son de la responsabilidad exclusiva de sus autores y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Facultad.
PRESENTACIÓN

Se procede aquí al análisis de los discursos públicos sobre la vida privada, tal como ellos resultan de las entrevistas íntimas en una revista femenina. Se analiza la ideología de esas entrevistas en el contexto de la evolución histórica de la separación entre lo público y lo privado. Se sugiere, como hipótesis central de interpretación, que la entrevista íntima configura una instancia comunicativa de mediación entre lo íntimo y el mercado del consumo de sentimientos, persiguiendo conformar un mundo sentimental moderno para la mujer educada de la nueva clase media, profesional e internacionalizada en sus gustos y comportamientos. Al efecto se analiza la representación del sistema de la vida privada que la entrevista socializa; el lenguaje que ella crea para la gestión de la vida emocional, y el modelo terapéutico de las relaciones personales que propone como solución para obtener simultáneamente la modernidad sentimental y la creación de nuevas identidades subjetivas.
ÍNDICE

Lo público y lo privado.................................................. 1
Espacios públicos y privados bajo el autoritarismo......... 5
Conversaciones públicas y privadas............................... 11
La ideología del medio.................................................. 17
El medio de la ideología............................................... 23
1. Trayectoria libre y socialización primaria............... 24
2. La comunidad de afectos.......................................... 27
3. La expresión de sentimientos................................... 29
La ideología del sentimentalismo.................................... 33
El mercado de los sentimientos.................................... 39
El lenguaje de los sentimientos................................... 43
La formación de identidades subjetivas.......................... 47
El modelo terapéutico................................................... 51
Conclusión........................................................................ 55
Notas................................................................................ 59
LO PUBLICO Y LO PRIVADO

La distinción entre lo público y lo privado es de antiguo origen. Entre los griegos significó la oposición de dos modos característicos de vida. La esfera de lo público coincidía con la vida de la polis: allí algunos hombres —animales políticos capaces de hablar — se reunían para argumentar y decidir libremente el destino de la ciudad. La formación de la ley era por eso el movimiento característico del alma de la polis. "El pueblo debe luchar por su ley como por sus murallas" dice Heráclito. Y agrega Jaeger: "aquí aparece, tras la imagen de la ciudad visible, defendida por su cerco de murallas, la ciudad invisible, cuyo firme baluarte es la ley". En cambio, la vida privada se centraba en el oikos: es el hogar, o la esfera doméstica, donde los hombres se asocian conducidos por sus necesidades y deseos. Aquí, en esta esfera, se reproduce la vida y sólo quienes logran satisfacer sus necesidades pueden acceder a la polis y ser libres. De este modo, "cada cual pertenece a dos órdenes de existencia y hay una estricta distinción, en la vida del ciudadano, entre lo que es propio (idion) y lo común (koinon). El hombre no es puramente 'idiota' sino también 'político'".

La separación entre lo público y lo privado remite pues, originalmente, a la distinción entre dos mundos que en la auto-comprensión griega se identifican con el reino de la libertad y con el de la necesidad, respectivamente. El dominio en lo privado es supuesto para el acceso a lo público: ahí, entre las sombras de la vida 'idiota', se suceden los nacimientos y la muerte, el trabajo esclavista, el servicio de las mujeres y se ejerce la autoridad del oikodéspota, el jefe de la familia. En tanto, en la polis la palabra (lexis) se combina con la
acción (*praxis*) para dar forma al ideal del ciudadano, aquel "que ya Félix enseñó a Aquiles: ser apto para pronunciar bellas palabras y realizar acciones"⁴⁷.

La recepción contemporánea de estos conceptos fundamentales de la organización social y la cultura clásica les ha sobreimpuesto, tras su lento recorrido a lo largo de la historia, cambios muy significativos⁵⁷. Incluso antes de la gran transformación capitalista del mundo, la posición de lo público y lo privado, ya han cambiado significativamente.

Lo público, en la tardía Edad Media, se ha adherido como función *representativa* de las personas dotadas de poder, - el monarca, las cortes, los señores feudales - y en parte ha sido absorbido por la Iglesia; mientras que lo privado se ha extendido hasta abarcar la mayor parte de la actividad humana cotidiana. De modo pues que lo público dejará de ser la expresión de la *polis*, a la par que lo privado irá enlazándose cada vez más estrechamente con la noción de propiedad y a la realización de los intereses privados, de cuya combinación resultaría el bien común.

La moderna oposición entre lo público y lo privado adviene sin embargo más tarde, con el surgimiento del capitalismo y con la expansión de la cultura burguesa. El hecho fundamental será aquí la polarización entre el Estado y la sociedad: aquel comprende el aparato público de dirección; ésta se conforma sobre la base del intercambio que los privados realizan en el mercado. La familia nuclear se reduce progresivamente al ámbito de la intimidad, en tanto surge la esfera de lo 'social' en torno al tráfico comercial y a la aplicación individual en el trabajo. Lo público, al mismo tiempo, se convierte en una
cuestión de administración (pública); esfera en la cual los particulares intervienen bajo la forma de su opinión (pública), como control y crítica del poder político.

Pero incluso esta situación tiende a desaparecer con el desarrollo ulterior del capitalismo. Con el intervencionismo del Estado, lo social se repolitiza\textsuperscript{5}, lo público se socializa y la esfera privada íntima se vuelve todavía más periférica. En efecto, la familia pierde cualquier función económica productiva y es definida como un ámbito de consumo, especialmente en el terreno de los bienes culturales, del tiempo libre y el goce de las prestaciones y servicios sociales. De otro lado, la familia ve reducida su incidencia en la educación de los hijos, que se traslada por entero a los sistemas de escolarización formal y, crecientemente, al espacio de irradiación de los medios de comunicación de masas. Por último, la propia intimidad familiar se ve agotada. "En la medida que las personas privadas retroceden de su ineludible rol de propietarios al rol puramente 'personal' de su nada ineludible espacio de ocio, caen - sin estar resguardadas por un espacio familiar interior institucionalmente garantizado - bajo la influencia directa de instancias semipúblicas"\textsuperscript{2}.

Simultáneamente, como se ha observado con frecuencia, lo público se transforma progresivamente en publicidad y consumo masivo de unos lenguajes convenientemente manipulados. La construcción de públicos - como sosten de una opinión pública favorable, como consumidores de bienes simbólicos, como masa de identificación política - sustituye la función crítica del público burgués, que todavía buscaba raciocinar el bien común de los propietarios y lograba así introducir una mediación política entre el Estado y el mercado.
Por último, la esfera pública tiende a desintegrarse bajo la presión expansiva de un mercado de mensajes (o industria cultural) que integra la formación de la conciencia al proceso de producción industrial, al mismo tiempo que despolitiza la sociedad y reduce la dominación a fundamentos que se pretenden técnicos, los que así no podrían ser impugnados por el discurso racional y crítico. De este modo, según señala Gouldner, "la gente rechaza cada vez más la política y busca la individualidad psicológica mediante la exploración de estilos de vida privatizados".

En el contexto de una sociedad autoritaria como la nuestra, en cambio, la evolución de lo público y de lo privado adquiere contemporáneamente modulaciones especiales, que conviene tener presentes, puesto que ellas no se guían exclusivamente por las condiciones generales de evolución del capitalismo.
El golpe militar de 1973 transformó de raíz las condiciones de funcionamiento del espacio público en Chile. El intento por suprimir la política como competencia y como conflicto redujo la vida de la polis al idion: cada uno debía, disciplinadamente, dedicarse a lo propio. La existencia se "idiotizó". Las oportunidades de trascender el círculo de la vida privada se volvieron más escasas, casi imposibles de hallar. La palabra y la acción de contenido público fueron desplazadas en beneficio de la comunicación unidimensional, vehículo del poder y de la entretención de masas. La sociedad entera se privatizó.

Sobre todo, cambiaron con ello las condiciones de la existencia cotidiana. Esta se estructura en torno a espacios diversos y expresa, en su transcurrir, dimensiones variables de sociabilidad. De modo simplificado y esquemático podemos representarnos la relación entre esos dos elementos como formando un sencillo cuadro. Por un lado ubicamos los espacios de la vida cotidiana, según si ésta se halla orientada por el hogar o hacia los lugares públicos. Por el otro lado incorporamos la dimensión de la sociabilidad, distinguiendo entre sus expresiones más débiles (la actividad solitaria), sus expresiones intermedias (actividades que se consuman en el circuito familiar), y sus expresiones más fuertes, que son aquéllas donde la actividad adquiere un necesario contenido comunitario.

Las combinaciones típicas de las modalidades de la vida cotidiana pueden representarse entonces de la manera siguiente:
<table>
<thead>
<tr>
<th>DIMENSIONES DE SOCIABILIDAD</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Débil</td>
</tr>
<tr>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hogar</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Lugar Público</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

El casillero A reduce la existencia al espacio nuclear de la familia, y es el asiento primordial de la vida privada íntima. Ha sido éste, por generaciones, el espacio destinado a la mujer en la sociedad patriarcal. (La mujer como la intimidad del hombre = "el reposo del guerrero..."). Pero en la época contemporánea este ámbito es, asimismo, el de la recepción comunicativa más difundida, aquélla que se realiza por medio de la televisión.

El casillero B representa la dimensión 'social' de la vida familiar, aquélla que antiguamente tuvo lugar en el salón burgués, donde las personas unidas por la amistad y el prestigio compartido se reunían para platicar y construir el mundo de sus relaciones.

Despláciémonos por un momento al casillero D: es éste el espacio del nuevo culto de los cuerpos, el jogging. Actividad solitaria pero pública, realizada en parques, calles y estadios. En cambio, el casillero E representa aquellos espacios que fueron decisivos para la constitución del espacio público burgués: cafés, restaurantes, bares; donde hombres (no mujeres) diversos, pero unidos por un común interés comunicativo, se
reunían para discutir sobre los negocios comerciales y políticos. Allí empezó a forjarse la moderna noción de una opinión pública.

Los casilleros C y F representan situaciones cotidianas de sociabilidad fuerte y compleja, sea de base privada o pública. El casillero F es el asiento de la polis, el lugar de la acción y la palabra, de la política. Por lo menos así ha sido históricamente, y tiende a ser así cada vez que la política es por lo menos tolerada. En Chile, durante el régimen militar, este casillero - este mundo cotidiano - se ha vaciado. Ha sido sometido al peso de la represión. Simultáneamente, este espacio se ha poblado de actividades públicas-comunitarias de contenido no-político: el deporte masivo, el trabajo voluntario imbricado con los servicios del Estado, etc. En cambio, durante los años de la dictadura, el casillero C - comunitario de base privada según nuestro lenguaje - se ha hecho cargo de algunas funciones políticas, desde el momento que éstas se han visto forzadas a la clandestinidad y a operar en medio de una maraña de prohibiciones y censuras que les restan viabilidad pública. Como se ha observado muchas veces, a la despolitización de lo público se sucede una "politzación" de lo privado, pero ésta adquiere connotaciones perversas. Pues no se trata de un desplazamiento de la política como tal, sino más bien de su degradación. Esta, al ser reprimida, debe ocultarse y busca para ello pasar desapercibida en los espacios privados de la sociedad. Pero estos sirven solamente como ámbitos de protección y de interconexión, sin que por ello se transformen radicalmente ni cambien su función.

Por otro lado, como muestra la experiencia de vida bajo esta dictadura y como señalan varios estudios, lo que efectiva-
mente, ha ocurrido es una privatización de lo social, y, en general, una orientación privatista de la existencia. Piénsese, por ejemplo, en la experiencia de los miles de hombres y mujeres que son colocados sistemáticamente fuera del mercado de trabajo. Lo que ocurre con ellos es que, para su mera subsistencia, pasan a depender cada vez más de ciertas "estrategias de sobrevivencia" que tienen su localización en el hogar y que se apoyan en las prestaciones recíprocas de los grupos familiares. El trabajo moderno, que había abandonado los circuitos de la familia y del gremio hace muchos siglos, para incorporarse a la gran empresa industrial y al juego del mercado, retorna pues al casillero B de nuestro cuadro.

Simultáneamente, la organización autoritaria y disciplinaria de la sociedad fuerza una reorganización de la existencia cotidiana, que se manifiesta en la desvalorización de los espacios públicos y en una concentración de actividades en torno al hogar. El toque de queda, sostenido a lo largo de muchos años, transformado después en "prohibición de desplazamientos nocturnos", significó, desde este punto de vista, una clausura del espacio de la ciudad a sus habitantes. Estos debieron refugiarse en el recinto de su privacidad. La privatización así forzada supuso en Chile el funcionamiento del mercado, que debía distribuir las compensaciones domésticas sobre una estricta base de competencia individual. Por eso se afirma que no toda dictadura operará los mismos efectos.

Otra, por ejemplo, podrá recurrir a la movilización pública de masas, por medio de símbolos e identificaciones políticas e ideológicas. Tal es, por lo demás, una diferencia profunda entre el autoritarismo a la chilena y el fascismo clásico.

El individuo reducido a su esfera íntima, forzado a
ser libre en el sólo ámbito de su privacidad, está efectiva-
mente privado de acceso al espacio público. Se comunica con 
éste por medio de la televisión, la cual lo 'ancla' al hogar 
a la vez que le abre las puertas imaginarias del mundo. Des-
provisto de palabra y de acción con efectos públicos, el su-
jeto puede aspirar solamente a la exis, relación pasiva con 
un mundo que ya no puede transformar y que por eso debe padecer 
ofabular en la intimidad.

En suma, la dictadura autoritaria trajo consigo una im-
portante redefinición de lo público y lo privado. Y produjo 
desplazamientos significativos en los espacios y en las dimen-
siones de la sociabilidad, tal como son vividos cotidiana-
mente.

En la medida, sin embargo, que lo público moderno se 
halla estrechamente imbricado con la presencia del Estado y, 
más latamente, con la producción y reproducción de las insti-
tuciones y las funciones dominantes dentro de la sociedad, 
es difícil imaginar un completo trastocamiento de esta esfera, 
o incluso su supresión. Ella no desaparece ni puede ser su-
primida; sólo cambia de orientación y se articula de otros 
modos con lo privado/social y lo privado/intimo.

De allí, asimismo, que los discursos propios de la es-
fera pública mantengan plena vigencia durante el tiempo autori-
tario. Es lo que tuvimos oportunidad de comprobar en nuestro 
estudio*/.

*/ Véase J.J. Brunner, Identidades y discursos: los grupos 
directivos en Chile. FLACSO, Santiago de Chile, 1983.
Pero ahora nos interesa abordar los discursos de la vida privada, tal como ellos se formulan a partir de la entrevista íntima.

Podemos esperar que sean por completo diferentes de aquellos otros discursos que corresponden a las funciones públicas en la sociedad. En efecto, la separación entre lo público y lo privado tiene que reflejarse, también, en el universo discursivo de la sociedad. ¿Bajo qué formas, sin embargo, se hará esta diferenciación? ¿Qué concepción de la vida privada será elaborada a través de las entrevistas íntimas?
CONVERSAÇIONES PUBLICAS Y PRIVADAS

Para proceder a este análisis contamos con un material discursivo que ha sido construido sobre la base de entrevistas íntimas, esto es, aquéllas que se dirigen a la vida privada de los individuos. O sea, a la sociedad en su existencia privada—.

Hemos intentado mostrar en otro lugar, asimismo, que la entrevista tiene por base una conversación**. Es hora entonces que busquemos la relación que puede existir entre esta forma de interacción comunicativa, y la constitución de lo público y lo privado en la sociedad.

Es bien sabido que la conversación, situación interactiva mediada por el lenguaje, está en la base de cualquiera configuración social. Pero debe haber, más allá de ese rasgo de universalidad cultural, una específica historia de la conversación. Aquí sólo nos interesa iluminar unos pocos momentos de esa historia.

Uno, decisivo por cierto, es éste: el momento en que la conversación se convierte en vehículo de transmisión y en ejercicio de construcción de la moderna racionalidad pública.

*/ Ver J.J. Brunner, Las entrevistas y el discurso de la vida privada. FLACSO, Santiago de Chile, 1983.
**/ Ver J.J. Brunner, Entrevistas, discursos e ideologías: un modelo de análisis. FLACSO, Santiago de Chile, 1983.
Este momento coincide con y supone, el surgimiento de los medios masivos de información, y, en primer lugar, el de la prensa. Gouldner ha analizado incisivamente esta relación. Señala, en efecto, que la creación moderna de 'públicos' se apoya en la desintegración de los estamentos tradicionales y en la aparición de un mercado de significados, que desafía las concepciones unitarias y autoritarias del mundo. Este último se fragmenta simbólicamente, puesto que ya no se halla pautado por una común imago mundi, y porque, además, se manifiesta ahora bajo la forma de noticias. La información se des-personaliza: pierde su apoyo en el carisma de la autoridad que la promulga. Desde ese momento se vuelve anónima y alcanza un radio masivo de circulación. Se hace necesario, por lo mismo, compartir comunicativamente la información; ella debe ser analizada colectivamente, hay que encontrar y acordar nuevas pautas para su interpretación.

La conversación adquiere un nuevo rol social: debe hacerse cargo de la función de integrar el mundo fragmentado por la información y de alimentar y sostener imágenes públicas correspondientes a ese mundo que ya no puede ser controlado desde la esfera privada únicamente y que ha dejado de poseer la garantía de una autoridad superior, divina o secular. "La plática se intensificó, escribe Gouldner, para resolver las incertidumbres acerca del significado de las noticias, proveniera tal incertidumbre de lagunas en la información o de descripciones en conflicto".

Mas el hecho importante no consiste sólo en que la conversación se multiplique por doquier. Ella debe orientarse de otro modo ahora: debe estabilizar un significado público, esto es, compartido por muchos y separado de las interpretaciones privadas. Su significado es público, además, en el
sentido de que su referencia primordial es el Estado, el que ha terminado por separarse de la sociedad. La conversación se vuelve entonces un medio poderoso de elaboración y transmisión de ideologías, entendidas éstas como discursos competitivos que tratan de socializar una racionalidad pública con arreglo a los valores e intereses que proclama un grupo u otro en la sociedad.

La entrevista de prensa contemporánea es una culminación de ese momento de inflexión en la historia social de la conversación. Ella organiza públicamente una conversación, transformándola en una verdadera institución comunicativa dentro de la sociedad. Al operar esa institucionalización de la conversación, la entrevista modifica sin embargo sus contenidos y su función. Le otorga a la conversación una función de publicidad, invirtiendo su papel original de elaboradora de una racionalidad pública capaz de integrar a los privados frente al poder, en torno a interpretaciones comunes y competitivas. La conversación misma se vuelve noticia: informa sobre figuras que actúan y pertenecen, por así decir, a la esfera pública de la sociedad. Informa, por tanto, sobre las funciones que esas personas desempeñan y las posiciones que ocupan, celebrándolas y, por ese camino, imponiendo su debido reconocimiento. Hemos expuesto más extensamente este punto en otra parte.

Hay sin embargo, un segundo momento en la historia de la conversación que nos interesa ilustrar brevemente. Este momento coincide con aquel de la expansión de la privacidad burguesa, a partir de la autonomía que los propietarios parecen alcanzar en el mercado. En estas condiciones, de independencia económica y de independencia política creciente frente a la
nobleza, la privacidad burguesa adquiere conciencia de sí misma, y se concentra en el espacio familiar. Este último parece estar "libremente fundado por individuos libres, y parece mantenerse sin contricción alguna; parece basarse en la duradera comunidad amorosa de ambos cónyuges; parece depositario del libre desarrollo de todas las capacidades que perfilan a la personalidad cultivada". 13/

La conversación debió dar cuenta de este enriquecimiento de la esfera privada, que por un momento pudo vivirse y fijarse como modelo de emancipación. La humanidad burguesa llegaría entonces a concebirse a sí misma como liberal y libre, y a oponerse a las amenazas del Leviatán. Hacia el interior del hogar, la conversación debió reflejar asimismo esta nueva autocomprensión forjada, según indica Habermas, en las ideas de libertad volitiva, comunidad amorosa e instrucción o perfeccionamiento. De cualquier modo, lo que así pudo aparecer en el terreno de la conversación fue un modo diferente de apreciar y cultivar la propia subjetividad, que en adelante pasaría a formar el núcleo de la intimidad. Durante el siglo XVIII el cultivo de esa subjetividad alcanzará su expresión culminante en el tráfico epistolar; el diario de vida y un nuevo género de novelas sentimentales aparecerán después como manifestaciones de este cultivo y contribuirán, junto con la conversación burguesa, a forjar la matriz o el modelo del discurso de y sobre la vida privada.

Cuando la entrevista de prensa se hace cargo de institucionalizar este diálogo sobre y de la vida privada, encuentra pues tras suyo un largo recorrido que ha secreestado toda una ideología de lo que debe ser la conversación referida a la subjetividad. En el centro de esta ideología está lo que Agnes Heller ha llamado la gestión doméstica de los sentimientos.
Es decir, la capacidad de que se hallaría dotado el individuo 'emancipado' (en la economía a través del mercado; en la política de la coacción; en la vida privada de las pautas estrechas del control comunitario) para invertir sus sentimientos en tareas voluntariamente escogidas. La trinidad de libertad volitiva, libre compromiso amoroso y libre elección de un camino de perfeccionamiento viene así a sustentar, contemporáneamente, la noción de una gestión de los sentimientos que podría libremente asumirse en la esfera privada, y sólo allí.

'Luego, el discurso sobre la vida privada buscará primero que nada, expresar ese ámbito de la sociedad donde, aparentemente, se mantendrían vigentes los principios de autodeterminación individual, por oposición a la esfera pública donde el hombre se encontraría alienado por su incorporación a los grandes movimientos colectivos, por las exigencias de las organizaciones, por la burocratización de todos los momentos de la vida, etc.

Siendo el ámbito privado, y su núcleo de intimidad, el espacio irreductible de la libertad del individuo, allí residiría, asimismo, la verdad "más verdadera" de éste. Mientras la entrevista se preocupa sólo de las figuras públicas y de su actividad pública, se parte del supuesto que allí sólo se captará al hombre en sus máscaras. Se encontrará no al individuo, sino a su rol. Poco importa, por lo demás, que así sea, puesto que ese tipo de entrevistas tiene por cometido, justamente, celebrar las funciones públicas y exaltar su significación para el orden social. En cambio, cuando se ingresa al territorio de la entrevista íntima, se supone que allí aparecerá el hombre en su verdad, en su autodeterminación, en su
transparencia. El hombre privado no necesitaría enmascararse, y sus roles íntimos serían casi naturales: marido, esposa, hijo, madre, padre. El corazón hablaría aquí por medio de los sentimientos.

Pero resta el hecho de que la entrevista íntima se dirige a una audiencia y que pretende, por tanto, constituir públicamente la esfera privada de los individuos. La conversación que la entrevista institucionaliza se orienta entonces, en este caso, no a sostener una subjetividad en su ámbito propio, sino que busca arrancarla de allí para transformarla en objeto de una comunicación social. ¿Con qué propósito? ¿Y con qué efectos?
LA IDEOLOGIA DEL MEDIO

Excluida tradicionalmente del ámbito público de la sociedad, la mujer - y más aún, la cultura femenina - reclama como propia la expresión de la vida privada.

Ya hemos visto que entre los griegos la polis es asunto, exclusivamente, de hombres. Del mismo modo, en la época de constitución de lo público moderno, las actividades que van dando lugar al entramado público de las opiniones expresadas por particulares son definidas socialmente como actividades masculinas. Piénsese, sobre todo, en el papel desempeñado por el café londinense en la creación de un espacio que permitía, por primera vez, la reunión de individuos de diversas categorías, convocados por el único propósito de conversar. Según escribe Macaulay, en los cafés se encontraban "condes con estrellas y jarreteras, cléricos con casuillas, templarios atrevidos, tímidos muchachos de las universidades, traductores y escritores con sacos raídos".⁴

En el café, la conversación - política, literaria y comercial - cristalizaba en una opinión común. Pero la asistencia al café - signo democratizador en relación a la concurrencia a los salones, por ejemplo, que exigía de conexiones y presentaciones sociales - se basaba sin embargo en la capacidad de pago y en la disposición del tiempo libre, además de requerir la posesión de un cierto capital cultural necesario para intervenir en la conversación. En el sistema familiar patriarcal, la disposición del tiempo, del dinero, del capital cultural y de las opiniones ofrecidas en público han correspondido siempre, exclusivamente, al hombre. De allí que en su origen moderno, la conformación de un espacio público en la sociedad estuviese
marcado por este rasgo de participación masculina y de exclu-
sión de la mujer. Según lo expresa otro autor: "El someti-
miento patriarcal de la mujer y la propiedad privada fueron,
pues, las inconfundibles condiciones y límites del desarrollo
posterior a la Ilustración de la racionalidad pública en la so-
ciedad burguesa"\(^{15}\).

Más ambigua es la situación del salón rococó francés,
cuya importancia fue también decisiva en la conformación de
una opinión pública, especialmente literaria\(^{16}\). Pues como
señala Coser, "en la intimidad del salón rococó y bajo la es-
timulante dirección de mujeres brillantes, se desenvolvió, en
la Francia del siglo XVIII, ese lugar de reunión común para
hombres de letras dilettantes que, a través de la crítica, apoyo
y aliento, se volvió la principal casa de cuna del 'espíritu
filosófico'.\(^{17}\)". Pero el papel de la mujer era aquí todavía
estRICTAMENTE privado: ella organizaba un ámbito que pronto
se convertiría en un centro de comunicaciones literarias,
de formación de prestigios, de contacto y roce social, de re-
conocimiento de nuevos talentos y de disputas e intrigas de
poder y amor. Aquí la mujer medía, en la esfera privada
de su salón, en un mundo de hombres que aspiraban al recono-
cimiento público.

Las cosas han cambiado desde los salones y cafés hasta
hoy, pero no demasiado. Se recordará que en lo que toca a la
imagen pública de los grupos de dirección en nuestra sociedad,
tal como ella es elaborada a través de la entrevista de prensa,
el predominio de las figuras masculinas es prácticamente abso-
luto. En el corpus de entrevistas analizadas por nosotros, la
frecuencia de aparición de los hombres alcanzó al 87\% *\(^{2}\).

\(^{2}\) J.J. Brunner, *La imagen pública de los grupos de dirección en la so-
ciedad chilena*. FLACSO, Santiago de Chile, 1983.
No es sorprendente, por tanto, que una revista que se define como femenina, revista de mujeres y para mujeres, como la que hemos usado para esta parte de nuestro estudio, introduzca en la comunicación pública aquel mundo ideológico-cultural que está más próximo a la mujer. El mundo privado, aquel que gira dentro y en torno al hogar, a la familia, y al haz de sentimientos que se generan alrededor de las relaciones íntimas.

La "presentación" de la revista bajo estudio resume bien en su primer número el núcleo de esta ideología.

"Primero que nada queremos que CLAN sea una buena revista para la mujer chilena. Se la merece. En esta revista pensamos (igual que todo el mundo) que uno de los fenómenos de este país son sus mujeres.

(...) Esto nos lleva a un segundo punto. Creemos que una buena revista femenina no debe ser un atado de banalidades. CLAN quiere tocar con seriedad (aunque lo más alegremente posible) los temas que más importan a las mujeres, los que les son más afines: los temas del sentimiento.

En este campo creemos que hoy por hoy reina una gran confusión. No todo pasó como nos lo enseñaron. Las mujeres de hoy somos tan distintas a nuestras madres, y ese solo hecho disloca de tantas maneras nuestras vidas. No tenemos un guión claro para nuestros hijos. No tenemos un guión claro para lo que nos está pasando con los hombres. Estamos perplejas, cambiando, sin saber muy bien dónde vamos, cómo explicarnos, cómo relacionarnos.

(...) Nuestros hijos, ¿Qué hacer? ¿Cómo tratarlos? ¿Cómo comunicarnos con ellos? ¿Nuestros hombres? ¿Qué está pasando con nosotras las mujeres?

Estos serán los temas de CLAN.

(...) Estamos también conscientes de que cualesquiera sean nuestros problemas fundamentales, nuestros días se escurren en quehaceres mínimos. Esta revista tratará también de eso. Que la casa, que la ropa, que
la comida, que la tele, que la plata no me alcanza
para nada, ¿que supiste lo que dijo fulanito?

Queremos servir, queremos informar, queremos refe-
xionar, queremos reírnos y hacerlas reír, en defini-
tiva queremos comunicarnos con ustedes cada martes
por medio, llevándoles lo mejor que encontremos en
este bello país".*/

El núcleo de esta ideología, tal como aquí se halla pre-
sentada, es justamente la definición de la mujer por su per-
tenencia a la esfera privada: entre el hogar (los quehaceres
mínimos, la ropa, la casa, la comida) y los sentimientos, en
su rol de madre, esposa y mujer.

Luego, la revista femenina, sobre todo cuando se incor-
pora al mercado de mensajes (y necesita hacerlo en esta socie-
dad para subsistir), reafirma precisamente aquello que define
negativamente a la mujer. Para 'vender' su imagen y, en lo
posible, reproducir su mundo, la revista femenina trabaja a
partir y en favor de la exclusión de la mujer de la esfera
pública, remitiéndola al lugar propio y a los temas que le
son más afines: el hogar y los temas del sentimiento.

Pero, ¿se trata acaso del hogar y de los sentimientos en
general? Es evidente que no es así; que aquí ambos términos
son las figuras concreta de realidades históricas bien precisas.

El hogar representa así la esfera de la vida privada de
la mujer de clase media educada, aquélla que está confusa, per-
pleja y se interroga sobre sus relaciones con los hombres, los
hijos, las demás mujeres y el mundo. El hogar es aquí, por
tanto, la expresión de un mundo cultural específico, represen-
tado bajo las formas ideológicas adecuadas. Y entre ellas, la forma más importante es la que define a la mujer por los sentimientos.

Sabemos, sin embargo, que la riqueza y profundidad de los sentimientos es enorme. "El sentimiento nos guía en la preservación y extensión de nuestro organismos social. Nuestros sentimientos se expresan: dan la información fundamental sobre lo que realmente somos. Un hombre sin sentimientos es inimaginable". En cambio, cuando se definen los sentimientos como temas propios de la mujer y se lo hace en el marco ideológico del mundo/hogar, lo que se está proponiendo es una 'feminización' o 'sentimentalización' de la cultura.

En su original análisis sobre este fenómeno, Ann Douglas ha dicho que el sentimentalismo es un conjunto bien determinado de sentimientos privados que alcanzan expresión pública conspicua. "La privacidad funciona en los rituales del sentimentalismo exclusivamente (...) como una convención que existe para ser violada. Implicado como se halla con la exhibición y comercialización del self, el sentimentalismo no puede existir sin una audiencia".

En nuestro caso, la femenización del mundo -tal como viene expuesta por la ideología del medio seleccionado- se realiza semejantemente por un movimiento de sentimentalización, que consiste en reducir la sociedad al hogar, y la existencia a la intimidad privada, que es una privacidad de sentimientos destinada a exponerse públicamente.

Luego, hay aquí un doble proceso de reducción en juego. Primero, el mundo es transformado en esfera doméstica. Las
tareas humanas vienen a coincidir con los quehaceres mínimos; la vida se reduce solamente a la cotidianidad. Segundo, y esto viene a ser sólo una consecuencia del primer desplazamiento reductivista, los sentimientos son reducidos a la dimensión de las relaciones privadas, y se procurará exponerlos como verdad última de esas relaciones.

En suma, lo que la revista femenina reivindica es el valor público (cultural y comercial) de un mundo privado regido por su propia racionalidad, que es la de los sentimientos. Lo que intenta es - a partir de ese mundo - intercomunicar a sus habitantes (mujeres) e interrogar - desde allí - el mundo público, que es efectivamente un mundo masculino.

Por detrás de esta ideología está subyacente "la concepción de la 'razón' y el 'sentimiento' como 'principios' opuestos (que) es característico del pensamiento cotidiano de la era burguesa"20/, y que en esta ideología asume fácilmente la equivalencia de otros principios opuestos: público/privado, abstracto/concreto, cognitivo/intuitivo, masculino/femenino y tantas otras que se han vuelto lugar común en nuestro tiempo.

La revista femenina, al reforzar estas oposiciones y al reproducirlas continuamente, se ve forzada también a estrechar el campo de los sentimientos, que quedan así relegados a la esfera privada y, por ende, como se dijo, convenientemente sentimentalizados.

Lo cual, como veremos en seguida, se expresa plenamente en la concepción de la entrevista íntima, que constituye el objeto preciso de nuestro análisis.
EL MEDIO DE LA IDEOLOGÍA

La entrevista íntima representa, en efecto, una manifestación privilegiada de la ideología del sentimentalismo. Ella construye como objeto un individuo - hombre o mujer, poco importa - que se halla plena y exclusivamente implicado en la esfera privada, y cuyo ser más verdadero es su intimidad. La racionalidad del sentimiento debe hablar 'desde el corazón': el entrevistado debe desnudarse de sus máscaras públicas, de sus roles y tareas, salvo que aquéllos o éstas lo impliquen funcionalmente con la intimidad de otros (como ocurre, por ejemplo, con psiquiatras, psicólogos y sacerdotes).

Desde este punto de vista, como muestran bien las entrevistas íntimas, la ideología del medio lleva al medio de la ideología: pues la vida privada es asumida aquí bajo la forma de un sistema, articulado en torno a tres enunciados básicos:

1. El hombre o mujer es una trayectoria libre a partir de una socialización primera.
2. La comunidad de afectos es el núcleo de la esfera privada.
3. El hombre o mujer se expresa, en este plano íntimo, por sus sentimientos.

Bien mirados, estos tres componentes convergen en un punto: los sentimientos que los vuelven comunicables. Como podía esperarse, entonces, la esfera privada y su racionalidad propia tendrían un lenguaje natural: el de los sentimientos. De allí que la pregunta más socorrida de la entrevista íntima será: ¿qué sientes? Pero, si es así, ya nos hemos movido de plano: pues no son los sentimientos los que hablan, sino que habla el sujeto sobre sus sentimientos. Volveremos más adelante a retomar este argumento.
Nos interesa ahora analizar el sistema de la vida privada, tal cual es elaborado por medio de la ideología del sentimentalismo.

1. Trayectoria libre y socialización primera

La libertad de la esfera privada coincide, en esta ideología, con la decisión sobre los caminos de la existencia individual. Todo ser humano está llamado, primero que nada, a una relación consigo mismo, a la expresión de su propia naturaleza y, en este despliegue de sus facultades autónomas, entra en relaciones con los otros, que son relaciones de intimidad. "Toda la riqueza y toda la pobreza proceden de él mismo y repercuten sobre él. Todo individuo se encuentra en relación inmediata consigo mismo: sin mediación terrenal o celestial. Y, por esto, está también en relación inmediata con todos los demás".21

Subyace a esta ideología la separación entre la esfera pública y la privada, y la de ésta última entre una esfera social (del trabajo) y una de la intimidad. En este reducto último, el individuo se imagina a sí mismo desprovisto de ataduras. No es ni el trabajador que vende su fuerza en el mercado de trabajo ni es el ciudadano que participa en la política de masas. Es, simplemente, el sujeto íntimo con su existencia hogareña; con su pequeño mundo cotidiano que cree gobernar sobre la base de su libre voluntad y que imagina es la esfera más plena de su autoexpresión.

El naturalismo es por eso esencial a esta ideología. La naturaleza (humana) es el supuesto irreductible de la existencia; es el don inmerecido que tenemos por misión cultivar.
Hay una necesidad inscrita en los cuerpos y las almas, una vocación, un imperativo natural de perfección. Por eso cada quien necesita escucharse a sí mismo. Debe atender, como dice uno de nuestros entrevistados, a ese "llamado a realizar su propia naturaleza, así como la planta realiza lo que está en la semilla" (N-14).

En estas condiciones ideológicas, la historia no puede ser tomada en serio. Mientras ella, se dirá, invade por entero la esfera pública, donde los hombres actúan precisamente en la historia; y mientras ella lastra con su presencia las relaciones sociales de trabajo y comercio, en cambio, en la esfera íntima, la naturaleza aparece contrapuesta a la historia, como llamado al pleno desarrollo individual, como realización espontánea de una vocación personal.

Que la naturaleza humana ha sido ya historizada, que ella es producto sin más de la historia, no aparece en el cuadro de este sistema ideológico, salvo por el recurso a una suerte de sentido común post-freudiano, que afirma que la infancia es, ella sí, decisiva en el desarrollo de cada individuo.

En efecto, la esfera privada/intima es el reducto del nacimiento primero que nada, y de los años del despertar al mundo. La intimidad es pues una propiedad familiar. De allí que nuestras entrevistas insistan en volver, una y otra vez, a los recuerdos de la infancia, a los sentimientos primeros escondidos en la conciencia del individuo.

Pregunta: "Ayúdame a imaginarte como niño".
Respuesta: "A ver... Yo recuerdo como... No me acuerdo mucho".
Pregunta:"¿Recuerdas sensaciones?"
Respuesta: "Sí. Me acuerdo de sensaciones de soledad, de tristeza, sobre todo en la época de los cumpleaños..." (H-43).

El niño que hay en cada individuo habla por sus sentimientos, y en ese acto, se supone, revela su intimidad primordial. Pero no es sólo eso. Además, la infancia confirma la libertad inscrita en la naturaleza humana. Si ella fue negativa (por las carencias, por las dificultades, por el roce de las malas relaciones paternas, etc.) entonces la adultez bien lograda muestra que el individuo es capaz de sobreponerse a sus propios comienzos. Sí, en cambio, la infancia es positiva (por la plenitud, por el buen recuerdo, por las gratificaciones en el círculo familiar) entonces la adultez plena muestra que es posible un camino existencial ascendente.

El naturalismo inscrito en esta ideología se prolonga así por medio de la sentimentalización de la infancia. Ella revelaría al hombre justamente en el momento más cercano a la naturaleza; en el momento de su menor historización. Hay en todo este un lejano eco del Emilio, cuya concepción están tan profundamente emparentada con el nacimiento de lo privado/ íntimo burgués. No es sorpresivo, en efecto, que Rousseau haya sido llamado el primer explorador y teórico de la intimidad. Mas no se trata de cualquier intimidad; en la versión rousseuaniana, la naturaleza se liga al corazón y a la moralidad, y se opone a las convenciones e instituciones que el hombre ha erigido para vivir en sociedad. Se trata, pues, de una intimidad natural: que nace ideológicamente fuera de la historia, y que encuentra su expresión preferida en el niño. ("Sentemos como incontestable máxima que siempre son rectos los movimientos primeros de la Naturaleza: no hay perversidad original en el pecho humano; no se halla en él un solo
vicio que no se pueda decir cómo y por dónde se introdujo".24/

Luego, cuando la entrevista reitera el gesto de bucear en la infancia de sus entrevistados, lo que proclama no es exclusivamente ese sentido común posterior a Freud; al mismo tiempo, ella reafirma la noción mucho más antigua de una esfera de intimidad regida por lo natural; por la inmediata expresión de los sentimientos, por esa inocencia que se manifiesta a través del sentimiento infantil o de su recuerdo.

2. La comunidad de afectos

El modelo de relaciones sociales de la vida privada es la comunidad de afectos. Modelo aparentemente sin historia, a través de él habla, otra vez, el corazón. La intimidad está cerrada así en un círculo de sentimientos. "Adiós, gran ciudad: el amor, la felicidad, la inocencia es lo que buscamos; nunca estaremos bastante lejos de ti".25/. Todavía Rousseau podía expresarse así, en el momento de partir al encuentro de su Sofía para Emilio. Podía imaginar, en efecto, que la comunidad afectiva se construyese de espaldas a la gran ciudad, esto es, sin entremezclar los sentimientos privados, guiados por la naturaleza, con las imposiciones de la sociedad: fuesen las del trabajo o aquéllas provenientes de la esfera pública.

De aquí nace, también, la noción de las "relaciones puramente humanas", esto es, no mediadas por ningún elemento que pudiera afectarlas desde fuera. La idea de la comunidad de afectos como matriz de las relaciones sociales privadas tiene así importancia porque supone la posibilidad de una interiorización de la esfera íntima, que se opone a la objetivación de las relaciones públicamente racionalizadas: sea a través del
mercado o, en el plano político, a través del Estado.

Esta interiorización de la intimidad pequeño-familiar delimita aquí, para la entrevista, todo el campo de lo humano. Hacer una entrevista íntima equivale a captar lo humano en el hombre o la mujer, es decir, sacar a luz - en el sentido de volver públicas - sus relaciones de afecto.

Esta específica forma de relación entre lo íntimo y lo público toma habitualmente la forma de una específica conversación. Habermas, por ejemplo, ha mostrado cómo el siglo XVIII fue el siglo de las epístolas y del intercambio epistolar; "la carta es considerada, según el léxico de la época (...), 'es-tampa del alma', una 'visita del alma': las cartas quieren ser escritas con sangre del corazón, quieren ser - precisamente por eso - lloradas"[26]. Pero estas cartas, como ya lo señalamos más arriba, no son escritas para la sola intimidad: forman parte del movimiento de inserción de lo íntimo en lo público. Se escriben para ser circuladas, para publicarse. Forman parte, por este título, al igual que ciertos diarios de vida, de una específica forma de mediación literaria entre lo privado y lo público.

La entrevista íntima de nuestros días es una nueva forma de mediación entre lo íntimo y lo público moderno, esto es, la publicidad. Bajo la convención comunicativa de una conversación personalizada, propia de la esfera del hogar, esa entrevista inserta en el terreno público girones y trazos de la intimidad. Ya no se trata por eso de una mediación literaria, sino de una mediación publicitaria, que se abre por completo al consumo de masas.
Por lo mismo, más que constituir un momento de profundización subjetiva (como todavía podía serlo el intercambio epistolar), se trata de un momento de superficialización subjetiva. Se trata, efectivamente, de poner en la superficie aquellas relaciones que, se supone, manifiestan al hombre y a la mujer como tales, como naturalezas meramente humanas. En este sentido, la exploración por la superficie de la comunidad de afectos -por los sentimientos que hablan de ella- crea de inmediato un efecto de subjetividad: nos ofrecen estampas del alma y nos lleva de la mano a estas visitas del alma ajena.

Los entrevistados hablan de sus relaciones de pareja, del amor, del sexo. Proclaman la libertad de los privados en medio de las convenciones e instituciones de la gran ciudad. Dan testimonio, con ello, que existe una racionalidad privada que no ha corrido la suerte de las racionalizaciones de la vida social y pública, regidas cada una por el cálculo de los medios, las estrategias y los imperativos técnicos.

3. La expresión por los sentimientos

Se quisiera, efectivamente, que la vida privada fuera el fiel reflejo de la ideología con que se la piensa. Es decir, que fuera el ámbito de la libertad personal, de la comunidad de los afectos y de la comunicación directa de los sentimientos. La entrevista íntima busca así que el hombre hable no por sus tareas (su ciencia, su posición política, su profesión) sino "de su persona, de su crecimiento, de su cambio y evolución como hombre y como esposo" (V-16); el desideratum es pues éste: "la conversación que tuvimos versó casi exclusivamente sobre su corazón. Habló de sus mujeres, de su matrimonio, del sexo, de sus angustias y temores" (C-28).
En breve, la ideología del sistema de la vida privada/íntima, tal como aquí la hemos visto desplegarse, privilegia un tipo de comunicación como el más eficaz y verdadero, como el que mejor da cuenta de la intimidad: la comunicación que tiene lugar por medio del lenguaje de los sentimientos. Así, la libertad del individuo interiorizado, la comunidad de sus efectos y, en general, la manifestación de su existencia privada en todo lo que ella tiene de más significativo se lograrían expresar mejor que por ningún otro medio por medio de la expresión de los sentimientos.

Frecuentemente por eso, la entrevista trata de hacer aparecer en primer plano los sentimientos tal como ellos directamente se manifiestan (los ojos rojos, las lágrimas, las toses nerviosas, las inflexiones de la voz). O, en otros casos, buscará crear la imagen de que son los sentimientos los que han hablado: "porque le había sacado a tirones casi sus sensaciones, sus dolores, sus miedos, su fe..." (W-37).

La comunicación del alma, entonces, descansa en los sentimientos. La vida privada/íntima, como esfera propia del alma, debiera expresarse asimismo por medio de sentimientos. Sabemos, sin embargo, que la entrevista no puede elaborarse sino con un solo lenguaje: el de las palabras intercambiadas a lo largo de la conversación. La expresión directa de los sentimientos, en cambio, ocurre en otro plano, y sólo puede ser recuperada en la entrevista como palabras sobre su expresión.

Luego, es un artificio meramente sostener que la entrevista íntima escapa a las exigencias del lenguaje hablado/escrito y que, en cambio, ella dejaría hablar directamente al corazón. La entrevista íntima necesita imaginarse que procede
de esta forma, para sostener coherentemente sus propios supuestos ideológicos, el más fuerte de los cuales es, según vimos, justamente éste: que en la intimidad habla el corazón y que sus expresiones directas, los sentimientos, son el material de la vida privada y, asimismo, el de la entrevista.

Pero el sentimiento, como se ha dicho, no habla él mismo, sino que se expresa: por ejemplo en la mímica, en gestos, en elementos fonéticos, en inflexiones, en tipos de reacción, en comportamiento en general. Se expresa en cambio indirectamente mediante la información que yo puedo dar a otros sobre mis sentimientos.
LA IDEOLOGÍA DEL SENTIMENTALISMO

No sólo la expresión (directa) de los sentimientos está sujeta a convenciones sociales, sea de estamento, clase, nación o cultura: sobre esto los antropólogos nos han ilustrado rica-mente. También la información sobre sentimientos (su expresión indirecta, que es aquélla empleada por la entrevista íntima) está regida por un estrecho código ideológico.

Rousseau habla en el *Emilio* del moderno galanteo y del modo cómo se ha debido imponer, imponiendo con ello la opinión fundada en el funcionamiento de ciertas convenciones exitosas. "Sensible es el efecto de estas diversas opiniones en las costumbres; el galanteo moderno es consecuencia de ellas. Conven- cidos los hombres de que sus gustos dependían más de lo que habían creído de la voluntad del bello sexo, han cautivado esa voluntad por medio de condescendencias que ésta ha remunerado con usura".

Hoy día se intenta construir el aparato teórico que pueda dar cuenta de los actos de habla como formas concretas de decir regidas por una economía de los intercambios lingüísticos. Así, por ejemplo, Bourdieu ha sostenido que todo acto de habla es una coyuntura, un encuentro, entre series causales independientes: por un lado, las disposiciones socialmente condicionadas de producir actos de habla, que implica la existencia de una propensión a hablar y a decir determinadas cosas (interés expresivo) y de las capacidades de hablar, definidas como una competencia lingüística y una comunicación conforme a las situaciones cambiantes; por otro lado, las estructuras de un mercado lingüístico que se impone como un sistema de sanciones/grati-ficaciones y de censuras específicas.
Lo que Rousseau pretende, en su pasaje sobre el moderno galanteo, es decir que existen fórmulas, agregaremos que ellas son también linguísticas, que basadas en convenciones y convertidas en costumbre gratifican ciertos comportamientos amorosos y rechazan otros, premiando con largueza (con usura) ciertas condescensiones, que podemos imaginar como acciones (y palabras) destinadas a expresar los sentimientos de amor.

En las entrevistas íntimas, el lenguaje de los sentimientos es, precisamente, una ideología específica del modo cómo se debe (conviene) hablar de los sentimientos privados. Dicho código ideológico, como hemos visto anteriormente, asume la distinción entre público/privado y en lo privado entre íntimo/social, a la vez que transforma lo íntimo en el imperio de la mujer, en tanto 'experta' en la comunicación de sentimientos.

Subyace a esta ideología no sólo la privación de lo público (como mundo que es de los hombres) y la separación del hogar respecto del trabajo (que sin existir bajo ninguna condición real es afirmada sin embargo en el plano de la ilusión íntima de lo privado), sino que, además, el intento de explicar lo privado/íntimo por el despliegue de una racionalidad autónoma, que es la de los sentimientos.

Hemos afirmado asimismo que esa imputación de racionalidad lleva a diseñar un sistema (ideológico) de la vida privada que se funda sobre la libertad de trayectoria del individuo (conforme a la vocación inscrita en la naturaleza humana), sobre la comunidad de afectos como red de relaciones sociales (humanas) inmediatas y sobre la expresión de sentimientos.

La información sobre los sentimientos se hace, pues, con-
forme a dicho sistema y, en tal sentido, la entrevista íntima funciona como un mercado lingüístico que selecciona (positiva y negativamente) el interés expresivo de los entrevistados. Premia cualquier develamiento del alma, sobre todo si se refiere a la propia línea de evolución personal, a los afectos vividos o a la manifestación de sentimientos (de angustia, temor, alegría). En el límite, premia las expresiones (directas) del corazón: los gestos y reacciones 'espontáneas' que ligan dolor con lágrimas, felicidad con brillo de los ojos, etc. Castiga, en cambio, cualquier ocultamiento o velamiento del alma y, en general, todo intento por sustituir la racionalidad propia de la esfera íntima, superponiéndole el lenguaje o racionalidad del sujeto público o del sujeto social. ("Claro que, después de todo, no es tan raro que un hombre tan bueno para hablar de asuntos públicos sea tan malo para hablar de lo relativamente privado. Es un estilo muy chileno este de dividirse entre lo de afuera y lo de adentro").

Pero, semejantemente, los entrevistados asumen en sus dichos un comportamiento conforme al sistema. Si en la entrevista a los hombres públicos éstos dejaban hablar a las funciones que desempeñaban, aquí, en la entrevista íntima, los entrevistados dejan hablar al sistema ideológico que se les propone como mercado de los intercambios conversacionales íntimos. Usan, para jugar el juego que se les invita a jugar, el lenguaje de los sentimientos, en el estricto sentido de un lenguaje informativo sobre los sentimientos. Todos, en general, necesitan manifestarse humanos, y lo humano es aquí sentimental. Todos necesitan mostrarse interiorizados, y la interiorización va aquí por el lado del relato de sentimientos privados. Todos quieren aparecer en crecimiento, y por eso revelan una trayectoria que es, continuamente, ascendente. Todos son invitados a mostrarse
complejos (pues el mundo de los sentimientos lo es) y por eso hablan balanceadamente de los malos momentos y de los buenos, de los quiebres y las superaciones vitales, etc. Todos son juzgados en su autenticidad y, por eso, siguiendo las reglas del juego, la miden en la profundidad de una vocación, en el seguimiento del camino, en la formación de una identidad personal intransferible.

Luego, si la entrevista íntima - cruzando por la diversidad de sus sujetos - tiene un molde relativamente estable y rígido ello es producto de que está regida por un código ideológico bien preciso que determina las preguntas y, en general, la orientación comunicativa de la entrevista. Si ella, además, es relativamente homogénea y reiterativa desde el punto de vista de los entrevistados, ello es producto de que, en la superficie, toda información sobre sentimientos se rige por un patrón común y se mueve dentro de un territorio de palabras relativamente reducido. Pues la complejidad y totalidad de los sentimientos es incomunicable, pero, en cambio, se puede informar sobre sentimientos aislados. Y se informará, cada vez, dentro de un marco ideológico relativamente estrecho y usualmente compartido por el tipo de personas que la entrevista selecciona. Así, las variaciones para informar sobre la comunidad de afectos no oscilarán sustancialmente de una persona a otra, al igual que el repertorio para informar sobre la propia infancia o los sentimientos ante la muerte.

Cada vez, en cambio, que se arriesgue una respuesta que de alguna manera queda, o corre el peligro de quedar, fuera del código ideológico que define el límite de lo aceptable, las preguntas subsiguientes incentivarán (mediante premios y castigos) una corrección de la trayectoria de respuestas. Si la persona habla demasiado libremente de sus tratos sexuales, se le imputará
una tendencia, por ejemplo, a no creer en la fidelidad, o hacia el desorden en las relaciones. Sí, por el contrario, las respuestas del entrevistado se vuelven demasiado convencionales, al punto de expresar una opción tradicionalista y conservadora en el plano de las relaciones entre los sexos, las preguntas subsiguientes buscarán castigar esta desviación antimodernista dejando entrever un cierto machismo, o una rigidez moral demasiado grande, o un apegamiento al pasado que ya no se usa, etc.

Por donde desembocamos, otra vez, en la ideología del medio, en este caso el medio de la revista femenina.
EL MERCADO DE LOS SENTIMIENTOS

La revista femenina cumple una función explícita: movilizar "los temas que más importan a las mujeres, los que le son más afines: los temas del sentimiento". (CLAN, Nº 1, julio de 1981).

Dentro de este objetivo general, la entrevista íntima representa una generalización de la conversación social sobre esos temas. Ella busca, mediante esa generalización, introducir la vida privada/íntima en la comunicación de los bienes simbólicos que compiten por el reconocimiento de los consumidores.

Desde este punto de vista, la circulación pública de un lenguaje que descansa sobre la gestión de los sentimientos privados constituye un mercado simbólico para el segmento femenino y educado de la cultura de clases medias, proveyéndolo de productos 'afines' a su práctica privatizada. Lo que antes llamamos con Ann Douglas, la cultura del sentimentalismo puede ser entendido ahora, específicamente, como una expresión por medio de la cual se subsume el funcionamiento de la esfera privada/íntima bajo una exclusiva racionalidad de sentimientos, interpretándola luego como un sistema de vida autónomo, regido por su propia legalidad.

La pretensión proclamada a través de la entrevista íntima, cual es que el hombre y la mujer son su verdadero ser solamente en la intimidad de sus sentimientos conversados, representa así la creación de un circuito para la producción y el consumo de la vida privada/íntima.

De lo contrario, ¿cómo justificar un discurso público sobre
los sentimientos privados de Emilio o Sofía? La creación de ese circuito no sería posible, sin embargo, sin un público dispuesto a consumir los temas del sentimiento. Débil y volátil sería su base si sólo se articulara en torno a la genérica curiosidad humana. En efecto, lo más corriente es que frente a la entrevista íntima la mera curiosidad quede por siempre insatisfecha. Nada hay en ella que sea indiscreto; más bien, todo es previsible dentro de un rango de posibilidades del lenguaje sobre el sentimiento. Hay, como para todo discurso, una gramática también en este caso que ordena las producciones de ese lenguaje, volviéndolas 'aceptables' y 'correctas' como retórica.

En cambio, el consumo de sentimientos se apoya en una experiencia históricamente determinada de lo privado, que corresponde a las formas contemporáneas de socialización y dominación de la mujer. Dichas formas han generado su propia ideología, una verdadera concepción del mundo, que se basa justamente en el privilegio de la racionalidad de los sentimientos, racionalidad privilegiada de la intimidad. El tipo de comunicación a que esa racionalidad da lugar, uno de cuyos ejemplos es la revista femenina y la entrevista íntima en particular, encuentra por tanto un público preconstituido, y genera entre productoras y consumidoras (mayoritariamente mujeres en ambos costados) un mercado de sentimientos.

Este mercado comunicativo conserva toda la apariencia de moverse todavía en el terreno de la intimidad. Por eso la entrevista íntima hace tan frecuente mención al hecho que entrevistado y entrevistador establecieron entre sí una relación de cercanía; busca así negar las fronteras entre el rol público de los interlocutores, una vez que ingresan a esta conversación destinada al consumo masivo, y su peculiar intimidad. Se quisiera
que los sentimientos fluyeran 'espontánea' y 'naturalmente'; se quisiera borrar la impresión de que se está frente a un público. Esta ficción se vuelve necesaria para mantener la aparente pureza incontaminada de la intimidad, ese reducto final de la libertad y de los afectos; al mismo tiempo que el único sentido real de la entrevista es violentar esa convención de privacidad, de modo de poner en circulación los sentimientos ante una audiencia.

Quien habla de una cultura del sentimentalismo que produce sus bienes para un consumo masivo implica, lo que es obvio, una dimensión estrictamente comercial de este fenómeno. Podría hablarse aquí, directamente, de una economía de la comunicación de los sentimientos. Pero no es ésto lo que más interesa ahora. Pues, al lado de esa dimensión del fenómeno, el funcionamiento de un mercado de sentimientos involucra otro aspecto, que es más importante: la valorización, en ese mercado, de un lenguaje legítimo para hablar de la gestión de los sentimientos el que, por extensión, conlleva las imágenes de una autocomprensión y un autorreconocimiento de la esfera privada de la vida.
EL LENGUAJE DE LOS SENTIMIENTOS

La expresión indirecta de los sentimientos requiere no sólo de un vocabulario específico sino que, más fundamentalmente, de un lenguaje legítimo que permita referirse a ellos en la comunicación humana. En el hecho, ese lenguaje acompaña la propia vida del sentimiento como tuvimos oportunidad de ver a propósito del galanteo moderno. Pero además, él determina un campo semántico por medio del cual y dentro del cual el sentimiento puede ser gestionado en la cultura de un grupo o de una clase, ligando su gestión privada a valoraciones intelectuales, morales, religiosas e incluso políticas más generales y públicas. (Recuérdese frases como que el revolucionario necesita tener un corazón ardiente y la voluntad fría, etc.).

La entrevista íntima contribuye poderosamente, como lo hace en general la revista femenina, a operar esa valorización pública de los sentimientos privados, manteniendo o transformando las coordenadas de legitimación ideológica de ese campo semántico.

Desde este punto de vista, las entrevistas íntimas que hemos estudiado y los discursos a que dan lugar proponen dos coordenadas centrales que orientan el campo semántico de valorización de los sentimientos: una puede ser llamada de modernización y la otra de personalización.

La modernización del campo semántico de los sentimientos está en estrecha relación, como es obvio, con las modificaciones que ocurren en las relaciones humanas en la esfera privada, y con aquéllas que, sobre todo en el campo ético, religioso y jurídico, acompañan ese cambio en la práctica de la expresión directa de los sentimientos. El ejemplo más próximo, extraído
de nuestras propias entrevistas, es aquél que se refiere a la gestión de los sentimientos de afecto. Como señala la propia revista CLAN, se parte de una situación de crisis y confusión. En los temas del sentimiento "reina una gran confusión. No todo pasa como nos lo enseñaron. Las mujeres de hoy somos tan distintas a nuestras madres." (...) No tenemos un guión claro para nuestros hijos. No tenemos un guión claro para las cosas que nos están pasando con los hombres. Estamos perplejas, cambiando, sin saber muy bien dónde vamos, cómo explicarnos, cómo relacionarnos". (Núm. 1, julio de 1981). Es decir, las pautas tradicionales han hecho crisis. Se ha producido un cambio generacional en la valorización de los sentimientos. No existen normas ('guiones') claros para regular los sentimientos en la relación con los hijos y con los hombres. Hay por eso una situación de perplejidad: hay una carencia de interpretaciones válidas y de orientaciones legítimas.

En verdad, entonces, lo que la revista pretende hacer - y a ello sirven las entrevistas íntimas - es contribuir al tránsito desde un campo semántico tradicional de valorización de los sentimientos hacia la conformación de un campo semántico moderno. Para ello se vuelve necesario legitimar ciertos discursos y desacreditar otros, como se hace por ejemplo cuando se pregunta a un entrevistado, luego que éste ha relatado los problemas de su matrimonio, si acaso él tenía "un matrimonio clásico, exclusivo y excluyente", en el cual esperaba de su mujer "completa fidelidad". Por implicación, y luego directamente, se está aquí elaborando la noción de un marco institucional para los sentimientos de pareja que no necesariamente se identifica con el contrato matrimonial clásico, que exige fidelidad en ambas direcciones o, al menos, en una. Por eso mismo, las entrevistas se refieren en varias ocasiones a matrimonios
abiertos; a expresiones de sentimientos de pareja que no nece-
sitan sujetarse al matrimonio; a relaciones múltiples de afecto 
hombre/mujer, etc.

El eje profundo de la modernidad buscada parece consistir, 
sin embargo, en ese proceso de personalización al que nos hemos 
referido antes. La vida privada/intima adquiere significación 
pública cuando ella se realiza en la libre búsqueda del propio 
camino, que siempre parece revestido de una doble connotación: 
es estrictamente individual y toma la forma de un desarrollo de 
conciencia. Por ambos conceptos, el modelo de personalización 
propuesto es estrictamente no-social y no-histórico.

De este modo, los sentimientos y el lenguaje de los sen-
timientos quisieran hacerse cargo, en el proceso de su moderni-
zación, de lo 'eterno humano', que residiría justamente en la 
esfera íntima de cada individuo. Los sentimientos son el mira-
dor del alma y de su expresión y, por eso, un asunto puramente 
individual y sometido a una racionalidad propia. Pero esta 
última ya no es una racionalidad tradicional - sea religiosa 
or no - sino la propia racionalidad de los sentimientos, que se 
fundá en la naturaleza humana y en su libre expresión, no en 
trabada por rígidas convenciones sociales o por pesadas disposicio-
nes institucionales.

La personalización moderna, tal como es predicada por la 
extentividad íntima, refuerza pues la noción de que la esfera íntima 
de la sociedad es el reino de la libertad, por oposición a lo 
privado/social y a lo público, que serían los reinos de la nece-
sidad, en tanto que se hallarían articulados por entero como 
estructuras objetivas e impersonales de roles.
Pero esta ficción personalista no se sostiene, ni siquiera, para la propia entrevista íntima. Pues ella debe hacerse cargo, continuamente, de los roles familiares y, sobre todo, se hará cargo de la contradicción social entre el rol masculino y el femenino en una sociedad regida por instituciones y valores patriarcales. En este último punto, en particular, la entrevista misma enfatizará su función modernizadora, impugnando la división tradicional del trabajo y de los roles femeninos y masculinos en las familias burguesas y mesocráticas.

La personalización pretendida se reduce así al rechazo de las relaciones impersonales que dominan en la sociedad moderna. En efecto, ¿qué detiene al hombre en el camino de su realización personal? "Principalmente los automatismos. Estos condicionamientos y programas. Desde que la civilización es tal, la tónica es el miedo". (N-14).

Pero no hay aquí, en el campo semántico desplegado por la entrevista íntima, ningún intento por profundizar esta antinomia aparente entre modernidad y personalización. La solución se presenta como una coartada: se trata de vivir, en profundidad, los sentimientos. Sólo así se puede devenir "persona completa".
LA FORMACIÓN DE IDENTIDADES SUBJETIVAS

Hemos dicho que la entrevista íntima busca valorizar públicamente un lenguaje de los sentimientos junto con profundizar la autoconstrucción de la esfera privada de la vida. ¿Qué queremos decir con esto último? Que ella procura elaborar una imagen legítima y apropiada de la subjetividad personal, entendida como el núcleo de la esfera privada/íntima.

Ya hemos visto que la entrevista a los hombres públicos elabora la identidad social de quienes desempeñan funciones de dirección en la sociedad. Podría pues suponerse, contrario sensu, que la entrevista íntima elabora la identidad personal de quienes acceden a ella. Pero, ¿ocurre efectivamente esto? En parte es así: en parte, efectivamente, la entrevista íntima da cuenta de una concreta e individualizada personalidad, manifestando sus rasgos idiosincráticos y su peculiar itinerario de vida. Mas este resultado de la entrevista es, por necesidad, insatisfactorio. Ni puede ella reducirse a una biografía del entrevistado ni puede referirse más que a unos pocos e inco- nexos sucesos vitales del mismo.

Ocurre, en realidad, que la entrevista íntima busca otra cosa, que no es elaborar la identidad personal de los entrevistados frente a una audiencia o público. Lo que intenta, en cambio, es ofrecer un modelo generalizado de autoconstrucción del fenómeno de la subjetividad, a través de la manifestación de sus sentimientos típicos. Lo que se busca es, entonces, transmitir las imágenes de una identidad subjetiva, que se propone como la forma de identidad propia de la esfera privada/íntima de la sociedad.
Lo que la entrevista íntima produce, por tanto, es un modelo de interioridad, que en esta ideología que hemos venido analizando equivale al cultivo de los sentimientos y a su expresión por medio del lenguaje.

En el nivel más abstracto, se parte otra vez de la noción de una crisis de interioridad, la que se hallaría reprimida por las dificultades de su manifestación. Los matrimonios fallan porque no existe "la comunicación de sentimientos, de afectos" (H-9). "Nadie te va a decir lo que siente, porque no se atreve. Pero sí te van a decir lo que están pensando. Todos dicen lo que están pensando. Todos dicen lo que piensan. Lo que cuesta es expresar sentimientos". (P-3).

Como bien Agnes Heller, el hombre (o la mujer) privado reune en sí dos mundos: el del dominio público (comprendida la esfera social del trabajo), sometido crecientemente a la racionalidad instrumental, y el del dominio familiar o privado, que es el de la interioridad emocional. De allí nacen dos "aproximaciones contradictorias" al sentimiento, que son propias de la concepción burguesa de la vida. "La primera es la producción de la llamada 'interioridad', el cultivo del mundo de los sentimientos; la otra es el rechazo de la emocionalidad como algo manido e irracional (...) La gestión emocional del individuo burgués (...) se sitúa entre esos dos extremos, es decir, en el intento de reconciliar esos dos factores"30/.

Es, en cambio, un rasgo que manifiesta la profundidad de la escisión entre lo público-social y lo privado/íntimo, el que no se busque ya más esa reconciliación, como ocurre con la entrevista íntima. Esta se ubica resueltamente del lado de la interioridad y del dominio de lo sentimental, erradicando esa
tensión contradictoria entre dos mundos o dominios. Aquí, en el mundo privado, lo que reina es el yo individual, pero no a la manera del narcisismo en la cultura moderna que ha analizado Sennett, sino bajo la forma de una profundización de su interioridad. O sea, bajo la forma de un redescubrimiento de las dimensiones de lo subjetivo, que aquí se vuelven idénticas con la expresión de los sentimientos. El yo auténtico es el yo emotivo.

El énfasis en esta búsqueda de una identidad subjetiva de los individuos puede tener que ver, sin que podamos afirmarlo claramente, con un desplazamiento que hubiera podido producirse durante estos años hacia la vida privada, como fuga desde un dominio público sometido a los bloqueamientos y represiones de la dictadura. Pues en estas condiciones, efectivamente, la libertad se ve reducida a sus expresiones más domésticas, y su profundización tenderá a buscarse por el lado de la subjetividad humana; en el recinto protegido de la vida familiar. Pero aún si aceptamos que este fenómeno ha podido producirse, no es menos efectivo que la propia ideología de lo privado/intimo, tal como es elaborada por la revista femenina y la entrevista íntima, basta por sí sola para explicar esta subjetivación de la esfera privada.

Más plausible resulta por eso pensar que la elaboración de identidades subjetivas tiene que ver con la crisis del mundo burgués tradicional y, con la emergencia de una nueva clase media de mujeres profesionales, educadas e internacionalizadas en sus gustos y sus comportamientos. Pues es a este último grupo que se dirige la revista CLAN, bajo el explícito supuesto que allí, entre sus miembros, reina una completa confusión, se carece de normas claras de comportamiento y sentimiento, y se vive un angustioso tránsito entre lo viejo y caduco y entre algo nuevo que es necesario identificar y aprender a vivir subjetivamente.
EL MODELO TERAPEUTICO

La comunicación en la esfera privada/íntima está, cada vez más, bajo el imperio de la terapia. La revuelta del hombre y la mujer privados por emancipar su propia subjetividad de las restricciones morales heredadas ha significado, simultáneamente, el triunfo de lo terapéutico, según lo denomina Philip Rieff. En su aspecto más razonable, este triunfo habría significado, según Rieff, el esfuerzo profundo por liquidar la tiranía de la pasión moral de los grupos primarios (y particularmente de la familia) que hasta el presente ha operado como la dinámica interior del orden social. Paralelamente, sin embargo, parece haber significado el retraimiento del individuo sobre sí mismo, una vez que ha abandonado la creencia de que su salvación personal puede realizarse a través de empeños colectivos y de identificaciones comunes. Algunos han visto en este fenómeno de retraimiento una de las causas del desplazamiento "desde la política al auto-examen".

La entrevista íntima, como se muestra abundantemente en el estudio de los discursos a que da lugar, se sitúa a sí misma en el centro de este desborde de sensibilidad terapéutica. Ella quisiera tomar la forma, casi, de un registro no-profesional de una sesión terapéutica. Por ahí, se recordará, la esposa de uno de los entrevistados se dirige a la periodista y le dice:"Entrevístalo, (...) sería tan bueno para él y para mí. Habla tan poco de lo que siente, de lo que le pasó; nunca se desahoga. Tal vez en una entrevista contigo se abra, se confíe, ¡le haría tan bien!"(W-37).

O bien, los entrevistados recuerdan durante la entrevista, a la manera de una asociación libre, sus previas experiencias tera-
péuticas. Por ejemplo, uno de ellos se queja de que, en su re-
acción de pareja, existía un cierto desfase, un cierto destiempo,
porque ella "no estaba haciendo ningún tipo de terapia"; mien-
tras él había ya empezado a hacer "trabajo psicológico". (V-16).
O bien, dice otro, a propósito de su carrera profesional: "Me
angustió mucho. Incluso, hace un par de años, fui al psicólogo,
porque yo no era feliz, yo quería ser el primero, ser el primero;
ahora ya no". (V-16).

La propia ideología de la intimidad sentimentalizada conduce
a este modelo terapéutico de la entrevista. En efecto, la an-ti-
nomia antes señalada entre modernización y personalización - que
en el terreno de las relaciones sociales reales preexiste como
 crisis de racionalización del mundo y como alienación de la per-
sóna privada - no puede ser resuelta sin una autorreflexión críti-
ca y una práctica de transformación del mundo. Tan pronto, en
cambio, ella es reducida al puro ámbito de lo privado y vuelta
interior a la subjetividad del individuo, el único camino de
salida aparente es el terapéutico. La entrevista íntima se
hará cargo entonces de promover la terapeutización de las rela-
ciones personales. Lo cual explica, por lo demás, la incidencia
que en este tipo de entrevistas tienen los curadores del alma,
trátese de psiquiatras, psicólogos o sacerdotes y monjas, además
de las otras personas de cualquier oficio o profesión que son se-
leccionadas, precisamente, porque han recorrido en sus vidas una
trayectoria terapéutica, de catarsis, iluminación y redención.

Como bien dice uno de los entrevistados, "estamos en un
tiempo de democratización de la psicoterapia. (...) Y democra-
tización no sólo en el sentido de generalización, sino que la
actividad que era de un especialista - un psicoterapeuta - también
se está generalizando. Hay muchas personas que, habiendo dado
ciertos pasos, tienen ya una capacidad de ayudar a otros". (N-14).

La propia entrevista íntima queda así legitimada en su pretensión terapéutica, y por ese costado se revela su función de "ayudar a vivir", que quisiera compartir con los curadores profesionales del alma, seculares y religiosos. Otra entrevistada dirá: "Para mí lo importante es que las personas aprendan a vivir como adultos, a disfrutar su propia persona; las personas y la vida aquí y ahora". Por eso, agrega, no le confiere especial importancia a la "arqueología psiquiátrica", esto es, al psicoanálisis. "Para mí lo fundamental es saber lo que eres hoy. Me interesa tu aquí y ahora, cómo te comportas en el presente, cómo usas aquello que te sucedió para perpetuar tus errores". (K-20). Otra, por fin, sostiene que "la base de todo sería que se les enseñara (a las parejas) la verdadera comunicación, no una clase magistral sobre ella. Que se practique la comunicación entre seres humanos, que se les haga tomarse de las manos, que se les haga trabajar en grupos, que se le pregunte a un niño algo tan simple como ¿qué sientes?". (P-3).

La entrevista íntima va dejando así tras de sí, como huellas de sus palabras, todas las influencias que han contribuido a conformar su visión de mundo y su modelo terapéutico en particular. Rousseau, según vimos antes y Freud, pero un Freud vulgarizado por la difusión de sus ideas en el mercado del consumo de ideas. Luego, más directamente atingentes al modelo terapéutico, las nociones existenciales y comunicativas de Watzlawick, el transaccionalismo de Berne, Fritz Perls, y en general todas las prácticas de expansión del 'potencial humano' y de las 'terapias de grupo'.
La función de la terapia es concebida en este contexto como un proceso de transformación de lo privado/intimo, mediante la conquista de una personalización no alienada ni culpable. Su cometido es, pues, orientar al público (femenino) hacia las condiciones transformadas de su nueva identidad subjetiva, ofreciéndoles la ayuda necesaria para educar y aprender la gestión de su vida emotiva.

En suma, la entrevista íntima no solamente se rige ella misma por un modelo terapéutico, sino que valoriza la comunicación terapéutica como el modo de intervenir en las relaciones privadas, y de cambiarlas en función de nuevas formas de sentir y de comportarse.
CONCLUSION.

La entrevista íntima busca operar un efecto constructivo de la esfera privada/intima para un sector social de mujeres que participan, a través de ella, en una conversación sobre los "temas del sentimiento". Dicho efecto constructivo - que es en verdad una cadena comunicativa, como hemos mostrado a lo largo de nuestro análisis - supone como datos estructurales previos: a) la separación moderna de lo público y lo privado; b) la reducción de lo privado a la esfera de la intimidad, y c) la centralidad de la mujer en esta última esfera.

Por encima de estos datos, asumidos sin mayor reflexión crítica, la entrevista íntima se halla condicionada por la ideología del medio, que toma aquellos datos y los elabora. De allí resulta una transformación de esos datos de base, que ahora son presentados así: a) existe una separación entre roles organizados públicamente y vidas vividas privadamente; b) estas últimas se encuentran regidas por los sentimientos que expresan, y c) corresponde a la mujer (o mejor, al principio femenino) expandir la racionalidad de los sentimientos en la sociedad.

Partiendo de estos supuestos y de la ideología que la enmarca, la entrevista íntima construye su propio diseño ideológico de la vida privada, reproduciéndolo a lo largo de su aplicación a las personas que selecciona. En cada "caso individual" la entrevista reencuentra y vuelve a ofrecer: a) la imagen de que toda trayectoria individual del sujeto privado es el libre y ascendente desenvolvimiento de una naturaleza humana marcada por su primera socialización familiar; b) la imagen de una comunidad de afectos como núcleo primordial de las relaciones sociales privadas; c) la imagen de que esa trayectoria y esa comunidad se expresan en su realidad más verdadera a través del lenguaje de los sentimientos.
De este modo, la entrevista íntima reduce el mundo a lo íntimo y proyecta la intimidad sobre el mundo como sentimiento, sentimentalizándolo.

Para ello debe proyectar la conversación sobre lo íntimo/sentimental al mercado del consumo de mensajes, creándose para sí un público que se halla en disposición de demandar este producto simbólico. Lo encuentra entre las mujeres educadas de la nueva clase media, profesional e internacionalizada en sus gustos y costumbres, pero que buscan todavía construir su propia identidad subjetiva. El circuito comunicativo que así se forma puede ser analizado como un mercado de sentimientos, que tiene por función garantizar la producción/circulación y adquisición de los nuevos lenguajes sentimentales. Estos definen un campo semántico encargado de legitimar la transición hacia una modernidad de los sentimientos que debe conjugarse con la demanda por una personalización de las relaciones humanas, en una época de creciente racionalización y programación de la vida social.

La antinomia entre esa doble pretensión - modernizante y personalista - se vuelve incontrolable dentro de la mera ideología del sentimentalismo, dando lugar a un énfasis terapéutico en la entrevista íntima. Abandonado, en efecto, el campo de lucha por la transformación de la sociedad (y, por ende, por la transformación de lo privado), y asumido más encima este último ámbito como aquél que garantiza la máxima libertad individual, la entrevista íntima se ve forzada a postular - como única salida - el cambio de la subjetividad individual. El modelo terapéutico se impone, reforzando de paso la legitimidad con que se busca dotar a las nuevas formas de gestión de la vida emotiva de los individuos (mujeres).
Desde un ángulo estrictamente coyuntural, la entrevista íntima - tal como aquí se la ha analizado - pareciera responder bien al movimiento englobante hacia la privatización que ha experimentado la sociedad chilena bajo el impulso del régimen autoritario, con su específica ideología neo-liberal de mercado. Pero, en una mirada histórica más larga, ella se inscribe en una línea de evolución distinta, que tiene que ver con la específica historia de la conversación desde el surgimiento y a lo largo del capitalismo. En este sentido, la entrevista íntima - como institucionalización de una conversación referida al sistema de la vida privada - constituye una instancia de mediación entre lo íntimo y lo público, que contemporáneamente asume la forma de una mediación entre la gestión de los sentimientos privados y el mercado del consumo simbólico.

En efecto, el mercado de la comunicación social se hace cargo, progresivamente, de funciones significativas de socialización y aprendizaje de nuevas formas de comportamiento y de sensibilidad, especialmente para aquellos sectores y grupos sociales que carecen de un acceso directo a la esfera pública y a los recursos decisivos para su orientación. Es lo que ocurre en la relación que se establece entre la televisión y los sectores populares, por ejemplo; o entre el mundo juvenil y la radio; y entre la revista femenina y los diversos grupos de mujeres que la consumen.

Luego, puede decirse que la revista femenina, y la entrevista íntima como una expresión bien cristalizada de aquélla, cumplen en sentido estricto la función de proporcionar, a través del mercado, una moderna educación sentimental, como antes pudieron hacerlo ciertas novelas y, posteriormente, las escuelas privadas para niñas.
NOTAS


4/ Ibid., p. 115.


7/ J. Habermas, Historia y crítica..., op. cit., p. 188.


12/ Véase A.W. Gouldner, op. cit., cap. 4.

13/ J. Habermas, Historia y crítica..., op. cit., p. 84.


16/ Véase J. Habermas, Historia y crítica..., op. cit., pp. 88-93.
17/ L. Coser, op. cit., p. 27.
25/ Ibid., p. 277.
26/ J. Habermas, Historia y crítica..., op. cit., p. 86.
29/ Véase P. Bourdieu, Ce que parler veut dire. FAYard, París, 1982.
30/ A. Heller, op. cit., p. 240.
34/ Véase J.J. Brunner, La cultura autoritaria..., op. cit.