

CONSULTORIO SENTIMENTAL 2.0: LA CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS DE CONFESIÓN Y CONSEJO EN INTERNET

Ana Victoria Garis
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

La siguiente presentación tiene como objetivo dar cuenta de ciertas características de las zonas de confesión y consejo de conflictos afectivos de particulares en Internet. Este espacio de discursividad social se conformó como un género presente en los medios de comunicación masiva: el consultorio sentimental. De nacimiento en la gráfica, el género se instaló luego en radio y en televisión, y adquirió rasgos determinados por las nuevas modalidades de intercambio aportadas por las posibilidades de los dispositivos y los usos particulares de aquellos medios. Este trabajo se propone describir y analizar las estrategias discursivas a partir de las cuales se prescriben en Internet acciones que apuntan a regular aspectos concretos de la vida privada del segmento de usuarios que consulta al respecto.

Consideraciones sobre el consultorio sentimental

Antecedentes y reseña del estado de la investigación en el tema

Este trabajo se presenta como uno de los últimos eslabones en una vasta historia que vengo construyendo a través del estudio de un género que ha llamado particularmente mi atención: el consultorio sentimental. El estudio de este género posee gran valor analítico pues se trata de un fragmento de la discursividad mediática propia del siglo XX y parte del XXI que apunta a la regulación de las conductas ligadas a la intimidad de los individuos. Esta interfase entre lo público y lo privado se constituye como una de sus características más interesantes y, de hecho, ha motivado su elección como objeto de análisis.

La conflictiva relación entre lo público y lo privado ha sido un punto nodal en una perspectiva historiográfica relativamente nueva, cuyos principales referentes han sido Philippe Aries y Georges Duby con la ya célebre colección “Historia de la vida privada”, orientada a explicar los cambios que en diversas épocas afectaron a la noción y los aspectos de lo privado. Desde aquí se abre un amplio abanico temático que indaga sobre las representaciones sociales del amor, la pareja, la sexualidad, la familia, el honor o el gusto, en la búsqueda de explicar sus transformaciones en el tiempo. Estas temáticas demandaron la utilización de fuentes no tradicionales para los estudios históricos tales como la pintura y la literatura, la iconografía, el teatro, y los medios masivos de comunicación. Al respecto se pueden citar capítulos como “Cuerpos y corazones” (Knibiehler, 1993), “Sexualidades peligrosas” (Walkowitz, 1993), “Mujeres solas” (Dauphin, 1993), entre otros tantos, que versan sobre la historia de las relaciones entre los sexos, lo permitido y lo no permitido, lo decible y lo no

decible, considerando al cuerpo, al “corazón” y a la sexualidad como cuestiones que atraviesan todos los aspectos de la vida social. En esos textos, se muestra claramente cómo la pareja se convierte en uno de los problemas capitales de la sociedad occidental del siglo XIX, que afecta todos los medios y desborda ampliamente el dominio de la vida privada. De hecho, la relación entre “cuerpos y corazones”, entre lo físico y lo moral es una cuestión incierta que preocupa tanto a los médicos como a la sociedad en general. A raíz del surgimiento de nuevas reglas en el intercambio amoroso a fines del siglo XVIII (en cuya genealogía inciden multiplicidad de factores culturales y económicos), se observa la aparición de toda una enseñanza dirigida al adoctrinamiento femenino en lo referido a su trato con el sexo opuesto. En este momento a la par de la “Educación Virginal” —cuyo fin era procurar la virginidad de las muchachas hasta el casamiento cuya responsable exclusiva era la madre— se da el auge de manuales de buena conducta, que indicaban cómo comportarse en los sitios públicos donde se puede tener contacto con el sexo opuesto.

En el ámbito local de las Ciencias Sociales se pueden citar los trabajos de Leonor Arfuch (2002) con respecto a la construcción de nuevas subjetividades, en los que los medios masivos cumplen un rol de indiscutida importancia. La autora trabaja sobre la noción de “espacio biográfico” la cual da cuenta de la multiplicidad y la hibridación de textualidades que caracterizan la cultura contemporánea y donde la “propia” experiencia tiene un valor privilegiado. Arfuch incluye en ese universo tanto una serie de géneros consagrados (la biografía, la autobiografía, la historia de vida, el diario íntimo, las memorias), como nuevas formas proliferantes: entrevistas, conversaciones, retratos, anecdotarios, testimonios, relatos de autoayuda, *talk-show* y *reality show*.

Como se habrá observado en los antecedentes citados hasta aquí, son trabajos de orden general, que si bien tratan temas relacionados con el objeto de estudio de mi interés, no lo estudian específicamente. Cabe destacar al respecto, que si bien el consultorio sentimental es un espacio mediático reconocido socialmente, no he hallado trabajos que analicen este género en sus particularidades. En gran parte fue este vacío el que motivó su elección como objeto análisis. En el primer tramo de mi investigación, estudié el consultorio sentimental en la Argentina en publicaciones periódicas entre 1913-1970 donde pude arribar a las siguientes consideraciones que resumiré muy sucintamente:

El consultorio sentimental aparece en la prensa gráfica argentina alrededor de 1913, en secciones dedicadas a “la palabra de los lectores”. A partir de 1920, aproximadamente se encuentra definido tal como se lo conoce en la actualidad. El género vive un auge entre las décadas del cuarenta y del sesenta, disminuyendo su presencia —sin llegar a desaparecer— hacia 1970. El apogeo se denota en la presencia de dos o más consultorios sentimentales por ejemplar estudiado como así también en la proliferación de su parodia en revistas humorísticas.

Con su estabilización como género se instala en los medios gráficos un espacio exclusivo para el tratamiento de los dilemas amorosos de particulares organizado en torno a la figura de un consejero que monopoliza la palabra y se presenta como única voz habilitada para opinar sobre los conflictos planteados en la sección. Con la aparición de esta figura regente se instaura una relación jerárquica entre los protagonistas de la escena comunicacional.

La amenaza de trasgresión a la norma social que implican los vaivenes del sentimiento amoroso configura el aspecto conflictivo de lo sentimental tratado por el género. La dimensión controvertida de lo afectivo se presenta como materia excluyente y da sentido a este género cuyo gran tema resulta ser el conflicto sentimental hijo del desajuste entre deseo individual y convención social. Esto es tratado de un modo particular: el secreto confesado le imprime al género un matiz enigmático característico que permite diferenciarlo claramente de otros espacios mediáticos que se ocupan de la temática sentimental (que son muchos: pequeños relatos, poemas, recomendaciones generales, notas temáticas, narraciones de “hechos reales” enviadas por las lectoras acerca de sus propias experiencias amorosas. Todas estas historias poseen en común una fuerte y repetida estructura funcional con tramas altamente redundantes y un número restringido de núcleos que definen el conflicto central).

En el consultorio sentimental todo se hace presente de un modo velado: la identidad de los consultantes se oculta bajo el seudónimo; el conflicto se resguarda en el hermetismo codificado de las respuestas; el consejero —depositario de la confidencia— no deja ver su rostro ni puede establecer un vínculo personal con el consultante. Todos estos elementos se explican a partir de la gran paradoja que define al género: un espacio de consumo masivo destinado al tratamiento de cuestiones ligadas a la intimidad de particulares. De hecho, en estos espacios, los mensajes se cierran sobre sí mismos dejando fuera habitualmente a aquellos que llevan el reconocimiento de la sección sin participar de ella. Este efecto de “hermetismo” está propiciado por algunas características del dispositivo técnico (1) de los medios gráficos. El carácter periódico del semanario no posibilita la respuesta inmediata entre los lectores, si bien el medio construye esta suerte de ficción comunicacional de “uno a uno”, existe un impedimento basado en una característica técnica propia del medio gráfico que no admite la presencia simultánea de varias “voces” dialogando y contestándose unas a otras en un mismo momento, como sí lo hacen otros dispositivos (2). El dispositivo gráfico dilata los tiempos del “diálogo” entre lectores propiciado por estas secciones y genera ciertos vacíos que un tercero excluido no puede llenar de sentido. Queda claro que un consumidor “novel” de estas secciones podría comprender rápidamente las respuestas si se publicara junto a ellas el problema en cuestión o su resumen, sin embargo, esto no sucede, por lo que el medio parece “desconocer” las limitaciones propias del dispositivo. Como resultado de la lógica de la sección que intenta generar relaciones “no mediatizadas” entre los participantes,

se construye como tercero excluido al lector que no participa o no está al tanto de los problemas puntuales discutidos dentro de ellas. Este principio de hermetismo se convertirá en una de las características principales del consultorio sentimental. Esto se verá acrecentado por la construcción retórica de las confesiones que, a partir de metáforas y alusiones eluden los temas socialmente considerados “tabú” y dan lugar a una “retórica del enigma”.

Este género, entonces, otorga la posibilidad de “asistir” a la representación de los dilemas de los demás y hasta identificarse con ellos al “descubrir” que otros sufren por cuestiones similares a las propias. Más allá del placer “voyeurista” de espiar la peripecia ajena, el género da lugar, en cada sanción de los consejeros, a una suerte de placer intelectual al ver funcionar en ellas la mecánica moral perfectamente (3). El hecho de que reúna una sumatoria de casos en los que, de una u otra forma, se condena el desvío a la norma permite considerar que, por más que se trate de un género prescriptivo, el consultorio sentimental presenta un aspecto “tranquilizador” en tanto confirma la vigencia de la regla social.

Conforma, junto a otros tantos discursos, un universo normativo que intenta apaciguar el “huracán de las pasiones” para evitar que sobrevenga el “caos de la inmoralidad”. Este temor se transforma en un problema central que excede la esfera privada y pasa a ser de dominio público; en este desplazamiento, el consultorio sentimental se presenta como un segmento de los discursos públicos destinados a regular comportamientos concernientes a la vida privada, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la observación de los amores, desengaños y pasiones de una época.

Hay que considerar, por último, que el consultorio sentimental se constituye en la Argentina en la década del veinte, en plena ebullición y reacomodamiento de los estándares de corrección social que implican una estricta observación de las conductas morales. La vorágine de las corrientes inmigratorias introduce costumbres e ideas muy diferentes de las que hasta el momento regían la organización de la sociedad tradicional argentina. El auge de este género se explica en el seno de esta sociedad que controla fuertemente su moral sexual y que teme —sobre todo luego del torbellino inmigratorio— que muchas reglas sociales desaparezcan en el aire.

Así, el consultorio sentimental será durante un largo período funcional a la necesidad de regular la conducta de los ciudadanos. La proliferación en los medios de este espacio destinado al tratamiento de problemas privados que pueden, sin embargo, alterar el orden público, convive con la profundización de los controles sobre la vida sexual de los argentinos a partir de la década del cuarenta (especialmente luego del golpe de Estado de 1943). Tal como consigna D. Guy (1994), el hecho de que Perón quisiera abrir las casas de prostitución para salvar a los hombres de la homosexualidad indicaba claramente que algo había

ocurrido en la sociedad, en la política y en la cultura argentina después de 1936, y la Ley de Profilaxis Social había sido identificada con el origen del problema. Los hombres habían cambiado sus hábitos y costumbres y su nuevo comportamiento preocupaba a los políticos y a los higienistas (Guy, 1994:72). En el momento en que el consultorio sentimental vive su apogeo existe una evidente preocupación social por el andar sexual del varón y un permanente celo sobre la conducta de la mujer. Por ello no es sorprendente que, simultáneamente al auge del género, circulen de forma masiva infinidad de textos que intentan regular la conducta de la pareja en una sociedad que busca un nuevo equilibrio libidinal y debate permanentemente cuál es el deber moral de hombres y mujeres (Pujol, 1999).

Algunos consultorios sentimentales período 1913/1970



Figura 1: "Epistolario Sentimental", *Para Ti*, 1923.



Figura 2: "Palito Ortega responde a sus admiradoras", *Anahí*, 1963.

El consultorio sentimental en los medios masivos actuales

En la actualidad en los medios masivos de comunicación, los espacios de consultoría sentimental lejos de estar ubicados como un género marginal, ocupan un sitio destacado. Tal así es que se han reproducido "viralmente" adoptando características particulares de acuerdo con cada emplazamiento mediático, lo que parece señalar cierta preocupación de

época sobre la inestabilidad emocional de los sujetos que acarrea consecuencias negativas a la hora de su relación con el otro.

En primer lugar, vale consignar que existe un amplísimo registro de consejeros, los cuales responden a las características más variadas: los hay psicólogos, sexólogos, periodistas “especialistas en relaciones”, pastores, sacerdotes, monjas, mujeres *sexys* y hombres “experimentados”. Este amplio rango, sin embargo, no implica grandes diferencias en el despliegue argumentativo de cada consejero.

En los consultorios sentimentales analizados, se observa la presencia constante de cierto tipo de reglas argumentativas en las respuestas de los diversos consejeros, lo que permite determinar ciertos mecanismos puestos en juego a la hora de evaluar y prescribir las indicaciones correspondientes.

Más allá de la diversidad consignada tanto en la identidad atribuida a los asesores como en el emplazamiento técnico en el cual se desarrolla cada consultorio sentimental en particular, se puede determinar que ante un planteo —sean cuales fueren sus características particulares— los asesores realizan similares operaciones argumentativas. Tomaremos como referencia el desarrollo de C. Bremond (1970), quien sostiene que entre los roles que un personaje es llamado a asumir (en un relato, pero también en una conversación) se puede abstraer una función general denominada el *ejercicio de la influencia*. Enfocada en su máxima generalidad, la influencia tiende a modificar las disposiciones de la persona influenciada respecto de una circunstancia, lo cual se condice perfectamente con la situación que se establece en los espacios analizados.

De este modo, en los consultorios sentimentales, los consejos que se brindan toman formas homologables a las dos grandes vías de la *inventio* aristotélica: la vía del convencer y la vía del conmovier. Así hallamos un modo de influencia *intelectual* que opera sobre el conocimiento que tiene el consultante sobre los datos de la situación actual o sobre un eventual suceso futuro. Esto se realiza dando o confirmando una información recibida y otorgándole un sentido particular; o bien se realiza de modo *afectivo*, en el que el consejero actúa sobre los móviles que pueden inducir al sujeto que consulta a desear o temer una situación determinada. Esto se efectúa despertando la esperanza de ciertas satisfacciones, o bien generando el temor sobre algún acontecimiento que pudiera suceder si se acciona de tal o cual manera. Del mismo modo, se observa la inhibición de temores o de esperanzas sobre una situación concebida por quien la aconseja como desfavorable. En concordancia con estas dos vías hallaremos tanto móviles pragmáticos como hedónicos en los discursos de los consejeros como fundamento de la prescripción de la toma de decisiones.

Vale aclarar que ni el consejo ni el desaconsejo son figuras reconocidas por la retórica clásica, lo que no implica que en el discurso de los consejeros no se hallen algunas figuras retóricas recurrentes. Así, encontramos por ejemplo, la presencia invariable de la

contrafisión, figura en la que simulando despertar la confianza en algo, solo se tiende a alejar todo deseo. Esto se encuentra en los “desaconsejos” irónicamente presentados bajo la forma de consejo, donde el asesor simula recomendar el medio cuya ineficacia acaba de exponer.

Asimismo hallamos regularmente el uso de la *deliberación*, figura que consiste en fingir que se cuestiona algo para hacer valer las propias razones, esta figura mantiene una relación de causa-efecto con la decisión, y se la puede considerar como un sustituto metonímico del consejo. Está ligada al giro interrogativo, pero no deja de tener el valor de una afirmación.

Los modos argumentativos consignados son compartidos por los diferentes consultorios sentimentales más allá de su diversidad, lo cual constituye un dato revelador. Sin embargo, entre los distintos consultorios se establecen diferencias insoslayables conferidas por sus emplazamientos tecnológicos. La toma directa, la posibilidad del registro de la presencia del cuerpo y la simultaneidad caracterizan los modos de intercambio en el ámbito radiofónico y en el televisivo, y marcan la diferencia con respecto a la prensa gráfica. En este sentido, la presencia/ausencia del cuerpo de los consejeros y de los aconsejados modela las características de estos espacios atravesados por la confidencia, lo que no constituye un dato menor, ya que existe en la cultura una larga historia sobre los modos de realizar ciertas revelaciones. Sin extendernos demasiado, recordemos, por ejemplo, el confesionario religioso donde la visión de los cuerpos es desigual entre quien confiesa y quien escucha y aconseja.

Señalemos por último algunas diferencias entre los consultorios sentimentales televisivos, gráficos y radiofónicos:

- La figura del consejero resulta de suma importancia en el consultorio sentimental gráfico y televisivo, al tiempo que se desdibuja en el género radiofónico. En los dos primeros casos, el asesor sentimental monopoliza el análisis y la recomendación. En el ámbito radial, en cambio, una vez hecha la consulta los demás integrantes del programa y el público opinan sobre el tema, de tal forma que aunque la palabra del especialista es tenida en cuenta, se diluye en el debate.
- En los consultorios sentimentales televisivos se presenta de forma constante la teatralización de las situaciones conflictivas planteadas y la mostración del “caso resuelto”, lo que implica un seguimiento de los conflictos y la demostración del proceso de cambio, cosa que no sucede en los consultorios sentimentales gráficos ni radiales.
- La consulta propiamente dicha, la pregunta concisa sobre un problema sentimental, se encuentra con más frecuencia en las consultas escritas y en los consultorios sentimentales televisivos. En la radio, en cambio, emerge la entrevista, donde no se toma en cuenta la consulta inicial, sino que a través de un interrogatorio se configura una marcada incitación a la confesión. Aquí los intercambios adquieren caracteres particulares, ya que acotan

temáticamente el terreno biográfico de individuos sin notoriedad pública cuya única razón de ser entrevistados por un medio masivo se origina en un pedido de ayuda y en el deseo de exposición de un conflicto al que se le supone algún punto de interés. En estos espacios radiofónicos se configura el fenómeno de la intimidad misma como espectáculo, focalizando el conocimiento de la persona entrevistada en su papel configurativo respecto de las identidades.

- En consonancia con la incitación a la confesión descrita en los consultorios sentimentales radiofónicos, dentro de los consultorios gráficos se le otorga un espacio considerable a las confidencias del público. En estos apartados no se piden consejos, sino que se exponen secretos o situaciones vergonzosas que los lectores “confiesan” haber vivido. Esto se realiza siempre bajo un seudónimo, modo de denominación que se presenta como una constante en los consultorios sentimentales gráficos y radiales, no así en los televisivos donde la imagen del consultante obtura toda posibilidad de resguardo de la identidad.
- A diferencia de los consultorios sentimentales gráficos y televisivos, en los que las preguntas y las respuestas son concisas, en los radiales se dan dos series de relaciones: por un lado, se observa la presencia de un *coro* de opiniones donde existe cierta simetría entre los actores de la escena comunicacional, que devienen coparticipantes de la sección en tanto no existe jerarquía que legitime el consejo de un sujeto sobre otro, sea integrante del programa u oyente, configurándose una especie de tribunal. Por otro, simultáneamente se presenta la opinión del consejero que finalmente es la que prevalece, su palabra adquiere un valor diferencial, ya que es el único autorizado a explicar la génesis de los problemas y diagnosticar a los consultantes. Se configura así un tipo de interacción complementaria, un vínculo basado en la diferencia de jerarquías entre quien pide el consejo y los que opinan por un lado y aquel habilitado para brindarlo, por otro.

A partir de las características expuestas de modo muy sucinto, podemos concluir que los espacios analizados parecen inscribirse en un nuevo eslabón de la confesión occidental que tiene una larga historia (ver Foucault 1976, 1977; Ariés y Duby 1987; Corbin, Guerrand, Perrot 1990, entre otros) y que, al parecer, estaría teniendo un nuevo auge en los medios masivos de comunicación. De este modo, las secciones destinadas a aconsejar al público se convierten en un escenario privilegiado para observar la dinámica propia del ritual de la confesión y el consejo, como así también de cierto resurgimiento de la antigua práctica introspectiva de exploración y conocimiento de sí.



Figura 3: "Socorro", *Cosmopolitan*, 2009.

Internet ¿y ahora?

Tal como lo plantea Eliseo Verón (2012) toda respuesta acerca de lo que Internet aporta de nuevo dentro del proceso histórico de la mediatización solo puede ser en este momento provisional. Sin embargo, lo que sí se puede asegurar es que la WWW comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación. Esta mutación va a tener múltiples consecuencias y va a afectar progresivamente a muchos otros aspectos de la mediatización. La consecuencia directa de esta mutación de las condiciones de acceso es la transformación de los mecanismos de creación de valor en el mercado de los medios. En el caso de los medios más clásicos, portadores de escritura, la digitalización altera profundamente las condiciones de circulación. En el caso de los medios audiovisuales, la crisis del *broadcasting* modifica, de manera definitiva, los procesos de creación de valor (Verón, 2012:14). En esta dirección resulta interesante observar cómo se comporta el consultorio sentimental propio de Internet teniendo en cuenta que se trata de un género nacido de los medios masivos.

Sobre la base de la observación y de la comparación de los diferentes consultorios sentimentales 2.0 entre ellos, como así también entre esta muestra y los consultorios sentimentales radiofónicos, televisivos y gráficos, cabe consignar, en primer lugar, que si bien el consultorio sentimental posee una considerable presencia en Internet, su presencia

no es abrumadora si se lo compara con la presencia del género en los medios masivos antes analizados. Tampoco se han hallado, en el recorte realizado, sitios exclusivos para el consultorio sentimental, por el contrario, se lo encuentra invariablemente como una sección más en sitios vinculados a la “autoayuda”. Temáticamente comparten espacio con otros consultorios (de bienestar, de salud, de metafísica, etc.), con secciones relacionadas a la búsqueda de pareja o a la recuperación de vínculos perdidos y en algunos casos con la ayuda de psicólogos *on-line* pagos.

Estos espacios de consultoría sentimental no presentan una elaboración gráfica muy sofisticada, por el contrario, exhiben características más bien básicas al respecto. Aunque su presencia resulta significativa en cuestión de cantidad, este modo de presentación los convierte en espacios “laterales” dentro de la red.

Cabe consignar, asimismo, que no se observa la utilización de todas las herramientas que la “Web” como dispositivo tecnológico ofrece. En este sentido, no se registra el uso de la “cámara Web” ni del “Chat” para la comunicación entre el consejero y los consultantes o los consultantes entre sí. Por el contrario, se conserva un tipo de comunicación ligada a medios gráficos, se observa en las páginas web analizadas la publicación de preguntas y de respuestas donde la simultaneidad no es una cuestión fundamental. El costado más utilizado del dispositivo (4) es el relacionado con el que viabiliza la cuestión colaborativa, con la posibilidad de acceder a un foro donde una comunidad puede opinar sobre el tema expuesto.

Si bien los consultorios sentimentales analizados se presentan como espacios de consulta a cargo de un consejero, su figura parece desvanecerse. No aparece publicada su imagen y, en la mayoría de los casos, este no presenta ningún título o actividad que le otorgue autoridad para opinar sobre cuestiones sentimentales ni es un personaje reconocido. Su actividad y su opinión no son centrales como sí lo son en los consultorios sentimentales propios de los medios masivos. En Internet, la presencia del consejero surge solo como una formalidad del género. En muchas ocasiones, este asoma únicamente como un nombre, en otras oportunidades como el agente que presenta el espacio y explica las reglas temáticas y enunciativas del género, aclarando que en esos espacios se tramitan inquietudes personales con respecto a temas del corazón, cuestiones que serán tratadas con “respeto y sin ánimos de juzgar a nadie”.

Ahora bien, una vez presentada la primera consulta, el espacio es tomado rápidamente por los miembros registrados de la comunidad a la que pertenece el portal quienes opinan y ofrecen recomendaciones al respecto. De esta manera, la autoridad del consejero se desvanece. En ocasiones, aparece solo en los primeros casos y luego no aparece mucho más, o intenta retomar su autoridad dialogando con los demás foristas. Las características cooperativas que han marcado el uso de Internet desde sus comienzos parecen moldear

también los intercambios en este género heredado de los medios masivos y trastocar la lógica hegemónica de la figura del consejero.

Existen varios espacios en Internet que se exhiben como consultorios sentimentales, pero que no cuentan con la figura de un consejero. Por ejemplo el consultorio sentimental del sitio “cruzandopalabras.com” se presenta de esta manera: “No somos psicólogos, ni psiquiatras. Tampoco ministros religiosos. Somos gente común, que se toma unos minutos para saber qué le pasa al otro. Este es simplemente un espacio para contar nuestra historia, leer la historia de otro, comparar esa historia con la propia, con lo que hayamos vivido alguna vez, o que podríamos llegar a vivir. Quizá ponernos en el lugar del otro, imaginar lo que haríamos, o lo que no deberíamos hacer. Pensar juntos. Acompañarnos. Estar ahí” (5).

Las particularidades mencionadas otorgan al género en Internet características peculiares. En primer lugar, las consultas no aparecen editadas ni filtradas por grado de interés o pertinencia al género como ocurre en los medios masivos. De esta manera, las consultas son cuantiosas pero el interés suscitado por ellas es variable. Por consiguiente, algunas preguntas pasan inadvertidas, sin ser contestadas ni debatidas y quedan allí publicadas esperando alguna respuesta. Otros dilemas, por el contrario, suscitan arduos debates dentro de la comunidad, ocupando gran parte del espacio.

Observamos entonces que en los espacios de consultoría sentimental analizados se prioriza la lógica *networking* (producción y emisión colaborativa en red, recepción que puede ser masiva, pero siempre individualizable) en detrimento de la lógica *broadcasting* existente en otras páginas de Internet (como blogs o páginas de transmisión de información sea cual fuere la temática, etc.) propia de los medios masivos donde pocos agentes producen y emiten mensajes para muchos e indeterminados sujetos.

Esto podría explicar que el dispositivo tecnológico de Internet, al permitir que la lógica *broadcasting* se quiebre y se habiliten otros usos, admita que dentro del género surja la presencia de una nueva figura: el “público” que se expresa libremente sobre el problema expuesto, figura que en los medios tradicionales quedaba excluida. Esto da lugar a una transformación enunciativa de consideración, ya que la escena comunicacional tradicionalmente planteada por el género se ve trastocada por la inclusión de esta nueva figura. Así se observa en los consultorios sentimentales de Internet la presencia de un *coro* de opiniones donde existe una simetría entre los actores de la escena comunicacional, que devienen coparticipantes de la sección en tanto no existe jerarquía que legitime el consejo de un sujeto sobre otro, configurándose una especie de tribunal. Esto no sucede en los consultorios sentimentales propios de los medios masivos donde la única opinión válida es la del consejero, configurándose así un tipo de interacción complementaria, un vínculo basado en la diferencia de jerarquías entre quien pide el consejo y aquel habilitado para brindarlo.

Esto puede ser una consecuencia de la característica cooperativa que ha tenido Internet desde sus comienzos.

Esta figura novedosa representada por el “público” —que toma cuerpo a través de sus opiniones publicadas y pone en jaque la autoridad otrora indiscutible del consejero— era aludida en los consultorios sentimentales de los medios masivos, pero no se le daba espacio para su actividad. El público es un ladero, un supuesto para los consultorios sentimentales mediáticos, se lo menciona en algunas respuestas, se lo alude como representante de “la opinión general”, pero nunca resulta visible (la única excepción se halla en la radio donde se incluye la opinión de algún oyente sobre el tema planteado). Una última cuestión para destacar al respecto es que ante cada problema planteado hay más “vistas” que respuestas efectivas. Esto permite volver sobre la hipótesis de la posibilidad de cierto consumo “voyeurista” que ha existido desde siempre en el género, en tanto espacio de consumo masivo destinado al tratamiento de cuestiones ligadas a la intimidad de particulares (Garis; 2010). De hecho, el género habilita una doble lectura que implica dos posiciones distintas: si se está “dentro” (si se consulta o responde) o si se está “afuera” (si se lee sin estar implicado en ninguno de los casos). A partir de ello, se configura un doble enunciatario: un enunciatario específico, el *forista* que pregunta u opina y un enunciatario “extendido”: el *voyeur*, lector eventual de la sección en posición de “espectador” de los dilemas de quienes consultan. En tanto el *voyeur* es un lector “en segundo grado”, desplaza su posición: en lugar de aceptar ser el confidente del otro, lo observa anónimamente.

Centrándonos en las cuestiones retóricas —además de la aparición en la escena conversacional de los foristas— podemos observar que se mantiene la falta de imagen del consultante y el pseudónimo como modo de presentación, conservando el resguardo de la identidad propio de los consultorios sentimentales de los medios masivos. Esto resulta significativo ya que se contrapone al fenómeno de exhibición de la intimidad y la individualidad en todos sus aspectos representado por los “Blogs” personales y sitios como “Facebook” o “Twitter”. Aquí el “show de sí mismo” (Sibila; 2008) toma otras formas, ya que el sujeto en estas ocasiones —que tocan con lo problemático y muchas veces lo vergonzoso— parece ocultarse tras un pseudónimo y la ausencia de imagen. Esto invita a pensar en que aunque el dispositivo técnico se ofrece para todo lo contrario, no ha podido transformar en ese aspecto representado por cierto hermetismo o “secreto” propio del género, donde si bien se exponen cuestiones muy íntimas, la identidad del consultante queda salvaguardada. Esto podría explicar por qué en sitios como Facebook, una red social donde el conocimiento y la exposición de la identidad de los usuarios son fundamentales para el funcionamiento, el consultorio sentimental fracasa. Esto se demuestra en la casi nula actividad de los consultorios sentimentales en este sitio, donde la mayoría no pasa de la presentación y a lo sumo una o dos consultas.

En cuanto a la construcción temática observada en el género en Internet, se puede consignar que se recortan como sinónimos “amor y sexualidad”, de hecho muchas veces aparecen estos términos en los títulos de los consultorios. Existe, dentro de la muestra analizada, una cantidad considerable de consultorios sentimentales bajo el título “Consultorio de Amor y Sexualidad”. Si bien estas cuestiones se hallan agrupadas temáticamente, las consultas sobre “sexualidad” no se refieren a problemas genitales ni específicamente eróticos, sino que el tópico aparece en las consultas en el punto de la acción y de cómo puede ser interpretada por el/la partenaire amoroso/a o bien los problemas surgidos después de la relación sexual —no en torno al acto mismo— sino en referencia a la continuidad o no de la relación o a los inconvenientes que puede ocasionar el haber mantenido relaciones sexuales con determinada persona. La sexualidad —si bien no es condenada ni cohibida en las respuestas a las consultas— no deja de ser un tema problemático sobre el que nunca hay un acuerdo. La ausencia de una última palabra organizadora, como la del consejero, da como resultado cierta anarquía dentro de los consultorios sentimentales donde dentro del *collage* de opiniones, el aconsejado puede tomar la que más le place (esto se ve reflejado en algunas respuestas de los consultantes dejando en claro que postura lo convenció más).

Consultorios Sentimentales en Internet



Figura 5: Elamanaque.com: “Consultorio Sexológico - Sentimental de Pilar” <http://www.elalmanaque.com/sentimientos>.

A modo de cierre

La red, por un lado, pone en el centro de la escena el inmenso tema de la relación entre los actores individuales y el conjunto del conocimiento humano, y, por otro lado, a través de las redes sociales, reactiva permanentemente la pregunta por el vínculo social, en las tres dimensiones de la semiosis: afectiva, factual y normativa (Verón, 2012:15). En esta

dirección, Verón (2012) considera que hay dos grandes tipos de usos ya estabilizados de Internet a los cuales llama *uso de búsqueda* y *uso relacional*, que plantean, respectivamente, dos cuestiones cruciales: la relación al conocimiento y la relación al Otro. Podemos tomar al consultorio sentimental en Internet como un representante de uno de estos dos usos: el uso relacional.

A partir de las características expuestas de modo muy sucinto, podemos concluir que los espacios analizados han adoptado características particulares de acuerdo con el emplazamiento mediático específico: Internet.

Dentro de esto lo más destacable resulta la aparición dentro de la escena enunciativa propuesta por el género de la figura del “público” que opina y aconseja como gran protagonista dentro de las secciones, a la vez que la figura del consejero se desvanece. Esto permite arribar a una serie de conclusiones:

Sobre la base de la descripción realizada, podemos observar que se registra cierto “retorno” hacia formas tradicionales del consultorio sentimental, ya que existen una serie de similitudes entre los primeros consultorios sentimentales (ver imagen de “la Página de los lectores” de *Mundo Argentino*) y estos últimos consultorios sentimentales.

Las coincidencias están marcadas por protagonismo centrado en la actividad de los lectores, en los modos de organización y diagramación gráfica, y en la función que cumple el medio que solo se limita a garantizar y posibilitar la comunicación entre particulares.

Si ensayamos una mirada evolutiva, podemos decir que tanto en el último eslabón de la cadena representado por los consultorios sentimentales 2.0 como en los “proto” consultorios sentimentales de los primeros veinte años de siglo XX, se configuran como una especie de foro donde los lectores exponen sus problemas sentimentales e intercambian consejos entre sí, construyéndose cierta simetría y simultaneidad entre las voces participantes, propias de la conversación y sus variantes. Estas coincidencias se pueden dar quizás porque en los consultorios sentimentales 2.0 se ve desdibujado el movimiento que permitió a los medios masivos ir monopolizando la palabra y apoderándose del consejo que habilita el surgimiento de la figura del “consejero”, en torno al cual se reestructura el estatuto del consejo y de la confesión.

Por último, y en otro orden cosas, podemos considerar a los consultorios sentimentales 2.0 como espacios privilegiados para observar el despliegue de las actividades particulares propias de la “teco-cultura” (Piscitelli, 2002) donde se pueden consignar la emergencia de comportamientos colectivos y la construcción tecnológica de la cotidianidad, como así también la causalidad circular que existe entre creencias y prácticas sociales, artefactos y emociones, deseos y limitaciones que impone la convivencia social. De hecho, se puede considerar a estos consultorios sentimentales como una herramienta utilizada para hacer

metafilosofía de las relaciones interpersonales, dentro un modo de producción colaborativa a distancia.

Notas

¹⁾ Siguiendo a J. L. Fernández (1994), el lugar de todo dispositivo técnico mediático en el universo de lo discursivo puede definirse como el campo de variaciones que posibilita en todas las dimensiones de la interacción comunicacional (variaciones de tiempo, de espacio, de presencias del cuerpo de prácticas sociales de emisión y recepción, etc.), que modalizan el intercambio discursivo cuando este no se realiza “cara a cara”.

²⁾ La noción de dispositivo —cuya genealogía fue objeto de estudio de J. Aumont (1992)— se constituye básicamente en oposición a otras dos, la de medio y la de técnica. La noción de técnica abarca la base tecnológica, la de medio incluye la práctica social de carácter público que se articula con un dispositivo (un medio es un dispositivo más una práctica social específica), la noción de dispositivo, entre ambas, incluye los distintos modos de funcionamiento que se abren como diferentes modalidades de producción de sentido de la técnica en cuestión. J. L. Fernández (1994) ha trabajado sobre el conjunto de restricciones y posibilidades discursivas que establecen los dispositivos técnicos utilizados para la comunicación, así como en su reconocimiento y despliegue desde una perspectiva estilística en la radio. En este medio, las técnicas que permiten la mediatización del sonido vocal abolieron el doble juego de distancias temporales que separa la producción de un texto de su emisión y de su recepción, y el que separa su recepción de su lectura. Esta simultaneidad relativa entre el momento de emisión y recepción no se da en los medios gráficos donde, si se establece un diálogo, los tiempos de “espera” son más largos dado el carácter periódico de las publicaciones. Si bien la falta de dinamismo que impone el dispositivo gráfico puede presentarse como una restricción es, a su vez, una posibilidad en tanto que permite la posterior permanencia del texto sobre el material que lo soporta; esto posibilita que sea percibido una vez transcurrido el tiempo necesario para su traslado hasta el destinatario o, muchos años después, hasta destinatarios ni siquiera soñados en el momento de su producción y emisión primera, tal es el caso de las secciones que son objeto de este trabajo.

³⁾ Utilizo el concepto de placer en términos de Barthes. El autor diferencia el texto de placer del texto de goce: “el texto de placer es aquel que contenta, colma, da euforia; proviene de la cultura, no rompe con ella y está ligado a una práctica confortable de la lectura. El texto de goce es el que pone en estado de pérdida, desacomoda (tal vez incluso hasta una forma de aburrimiento) hace vacilar los fundamentos históricos, culturales, psicológicos del lector, la congruencia de sus gustos, de sus valores y de sus recuerdos, pone en crisis su relación con el lenguaje” (Barthes, 1998: 25). El hermetismo de las respuestas da lugar a esa lectura placentera, ya que “el placer del texto es irreductible a su funcionamiento gramatical como el placer del cuerpo es irreductible a la necesidad fisiológica” (Barthes, 1998: 29).

⁴⁾ Vale aclarar el uso que se dará a partir de ahora a los términos “dispositivo tecnológico” y “medio”: Se tomará al dispositivo tecnológico como lo que posibilita la aparición y la organización de cierta materia significativa y al “medio” como el dispositivo tecnológico más las reglas sociales de empleo (Verón, 1997).

⁵⁾ Cienmaneras.com: “Más vale preguntar... Consultorio Sentimental”, <http://www.cienmaneras.com/mas-vale-preguntar/%C2%BFamor-de-tres-consultorio-sentimental>

Bibliografía

ARFUCH, L. (2002), *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

- ARIÉS, P. y G. DUBY (comp.) (1987), *Historia de la vida privada (tomo 5), El proceso de cambio en la sociedad del siglo XVI a la sociedad del siglo XVIII*, Madrid, Taurus.
- BARTHES, R. (1998), *El placer del texto*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- BREMOND, C. (1970), “El rol del influenciador”, en *Investigaciones Retóricas II*, Barcelona, Editorial Buenos Aires.
- CORBIN, A.; GUERRAND, R. y M. PERROT (1990), *Historia de la vida privada (tomo 8), Sociedad burguesa: aspectos concretos de la vida privada*, Buenos Aires, Taurus.
- DAUPHIN C. (1993), “Mujeres solas”, en *Historia de las Mujeres*, Tomo 8. “El siglo XIX Cuerpo, Trabajo y Modernidad”, Barcelona, Taurus, pp. 132-153.
- FERNÁNDEZ, J. L. (1994), *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel.
- FOUCAULT, M. (1976), *Vigilar y castigar*, Madrid, Siglo XXI.
- (1977), *Historia la historia de la sexualidad (Vol. I) La voluntad de saber*, México, Siglo XXI.
- GARIS, A. (2010), “Corazones en conflicto: el consultorio sentimental en Argentina 1920-1975”, en *La Trama de la Comunicación*, Rosario, UNR EDITORA.
- GREIMAS A. J. y J. FONTANILLE (1994), “Semiótica de las pasiones. De los estados de cosas a los estados de ánimo”, Siglo XXI.
- KNIBIEHLER Y. (1993), “Cuerpos y corazones”, en *Historia de las Mujeres*, Tomo 8. “El siglo XIX Cuerpo, Trabajo y Modernidad” Buenos Aires, Taurus.
- PISCITELLI, A. (2002), *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*, Buenos Aires Paidós.
- PUJOL, S. (1999), *La historia del baile*, Buenos Aires, Emecé.
- GUY, D. (1994), *El sexo peligroso. La prostitución legal en Buenos Aires 1875-1955*, Buenos Aires, Sudamericana.
- SIBILA, P. (2008), *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- STEIMBERG, O. (1993), *Semiótica de los medio masivos*, Buenos Aires, Atuel.
- TRAVERSA, O. (1997), *Cuerpos de papel*, Barcelona, Gedisa.
- VERÓN, E. (1987), *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.
- (2012), “Prólogo”, en *La política de los internautas: nuevas formas de participación*, Carlon M. y Fausto Neto A. (comps.), Buenos Aires, La Crujía.
- WALKOWITZ, J. (1993), “Sexualidades peligrosas”, en *Historia de las Mujeres*, Tomo 8. “El siglo XIX Cuerpo, Trabajo y Modernidad”, Barcelona, Taurus, pp. 60-95.