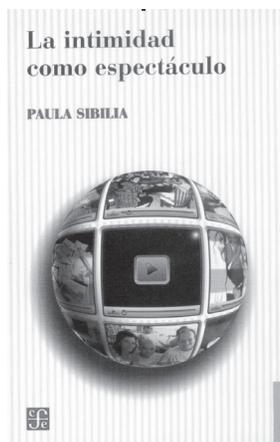


# CRÍTICAS BIBLIOGRÁFICAS

- La intimidad como espectáculo  
*Erika García Guart*





Sibilía, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 325 p.

Erika García Guart<sup>1</sup>

Tomando como punto de reflexión la gran cantidad de redes sociales que existen en Internet y la alta participación de las personas en reality shows, la autora del libro *La Intimidad como Espectáculo*, realiza un análisis de las implicaciones y nuevas formas de expresión y comunicación que han nacido a partir de estas nuevas modas, donde las personas buscan “hacerse visible” y exponer su intimidad.

La autora del libro Paula Sibilía, comunicadora social y antropóloga argentina, a partir de una tesis de investigación toma como objeto de estudio los blogs, fotologs, redes sociales de Internet, reality shows y la Web 2.0, buscando los orígenes y primeras apariciones de estas muestras de intimidad. La autora vincula los diarios íntimos del siglo XIX y la llamada megalomanía, (que era vista como una enfermedad para aquella época) época donde pocos mostraban sus intimidades y por ello era visto como anomalía, con los nuevos *blogs* y *fotologs* del siglo XXI que narran la vida de las personas comunes, y cada día se hacen más populares; estos blogs con clasificados por la autora como una renovación de los antiguos diarios íntimos y los renombra como diarios “éxtimos”. El libro se desarrolla en 9 capítulos titulados: el show yo, yo narrador y la vida como relato, yo privado y el declive del hombre público, yo visible y el eclipse de la interioridad, yo actual y la subjetividad instantánea, yo autor y el culto a la personalidad, yo real y la crisis de la ficción, yo personaje y el pánico a la soledad,

---

1 Licenciada en Sociología de la Universidad Católica Andrés Bello, 2009; Coordinadora del Servicio Comunitario de la Escuela de Ciencias Sociales – UCAB Caracas. Correo: [ergarcia@ucab.edu.ve](mailto:ergarcia@ucab.edu.ve); Av. Teherán, Urb. Montalbán, Edif. de Aulas, piso 3, Apartado postal 20332, Caracas – Venezuela

yo espectacular y la gestión de sí como una marca. En cada uno de los capítulos toma una parte de esta nueva tendencia, observando e investigando sus implicaciones y resultados próximos vistos hasta el momento.

El punto de partida de la autora es el artículo de la revista TIME en el 2006 donde nombraron como personalidad del año a *USTED*, la portada de esta edición de la revista era plateada donde se podía reflejar la cara de la persona que lo leyera. Esta edición destacaba el alto crecimiento y popularización de redes sociales como *Facebook*, *MySpace*, *Second Life*, entre otros. Además de la gran cantidad de reality shows donde las personas exponen su intimidad al mundo entero a través de la televisión o Internet. El gran crecimiento de redes sociales en Internet, y la gran cantidad de blogs que se crean diariamente alrededor del mundo dan a entender la nueva tendencia a mostrar los logros de la “gente común”, y dar a conocer las intimidades de las personas, que fueron catalogadas por la autora como “extimidades” debido a la nueva forma de mostrarlo a través de la Web 2.0. Con una ola de la sobreexposición de la vida personal, que permite a todas las personas ser un escritor de su propia vida y narrar sus vivencias para otros.

El nuevo impulso de las personas por “hacerse visible” o los llamados “5 minutos de fama” se ven reflejados en este ensayo, destacando a los sitios Web como Youtube o MetaCafé que han tomado gran popularidad y las personas tienen un espacio para mostrar su vida tal como es, dando a conocer sus gustos, estilos de vida y relatos de sus acontecimientos. La autora afirma que esta nueva tendencia también es impulsada por las empresas que logran utilizar estos datos para conocer los gustos de los compradores, y cada día logran encontrar mayor beneficio a esta exposición, promocionando sus productos en estos portales o ubicando posibles voceros para sus marcas.

Su hipótesis se centra en el cambio de las subjetividades, las nuevas formas de construcción de la subjetividad que nacen junto a las nuevas modalidades de relatar los acontecimientos, estructurando la subjetividad entre el espacio público y la esfera privada, uniendo estas ámbitos que anteriormente se encontraban separados.