

UNIVERSIDAD CENTRAL
FACULTAD DE ARQUITECTURA, URBANISMO Y PAISAJE
CENTRO DE ESTUDIOS ARQUITECTÓNICOS, URBANÍSTICOS Y DEL PAISAJE



Vásquez Rocca, Adolfo
El vértigo de la sobremodernidad;
“no lugares”, espacios públicos y figuras del anonimato.
Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje Volumen IV N°10.
Centro de Estudios Arquitectónicos, Urbanísticos y del Paisaje
Universidad Central de Chile.
Santiago, Chile. Abril 2007.

El vértigo de la sobremodernidad; “no lugares”, espacios públicos y figuras del anonimato.

ADOLFO VÁSQUEZ ROCCA



RESUMEN

La ciudad como hecho colectivo se manifiesta, fundamentalmente, en la red de espacios públicos. La interrogación por los nuevos sentidos del espacio público adquiere una dimensión antropológica y estética. Pensar en los lugares y las formas urbanas de relación – la circulación acelerada de personas - permite definir los nuevos modos de ser humano, constatar la nuevas formas de soledad y aislamiento en una urbe sobrepoblada, la incomunicación del individuo en medio de las redes y las carreteras de la información, el entrecruzamiento de producciones socioestéticas diversas que producen ciudades metafóricas y fragmentadas, donde la heterogeneidad y la dispersión de los signos identitarios patrios nos convierte a unos respecto de otros en transeúntes que apenas intercambian huidizas miradas, desfigurados, con un rostro velado, verdaderas espectros, figuras del anonimato, desposeídos de nuestra identidad por la celeridad de nuestros desplazamientos reales o virtuales.

ABSTRACT

The city as a collective fact shows, fundamentally, in public spaces environment. The interrogation for the new senses of public space acquires an anthropological and aesthetics dimension. Thinking of places and the relationship urban forms - accelerated circulation of the people, allow to define the new ways of human being, verify the new forms of solitude and isolation in a crowded city, the isolation of the individual missing in the highways of the information, the crossing between socio- aesthetics diverse productions that produces metaphoric and broken into fragments cities, where the heterogeneity and the dispersion of the identity patrimony signs converts us in pedestrians that exchange grieve elusive looks, deformed, with a veiled face, true spectra, anonymity figures, for the velocity of our real or virtual displacements deprived of our identity.

Palabras clave: Ciudades, espacio público, consumo, intimidad, anonimato, turismo, no lugares, tránsito, acontecimiento.

Key words: Cities, public space, consumption, intimacy, anonymity, tourism, not places, traffic, event

TEMARIO

- 1.- Espacios públicos y figuras del anonimato.
- 2.- Los 'no lugares' y el turismo a gran escala.
- 3.- La ciudad como museo.

1.- ESPACIOS PÚBLICOS Y FIGURAS DEL ANONIMATO.

Todos aquellos espectadores, ansiosos de intimidades que asaltaban los museos antiguos como quien allana una vivienda burguesa, todos aquellos decepcionados por el lenguaje plano y discreto de la pintura abstracta, todos los espectadores corrientes del arte moderno se quedan sin palabras ante la patética soledad de los personajes que pululan en obras como las de Edward Hopper. Aunque Hopper mismo no lo supiese, lo que pintaba era un mundo sin salida, donde sus habitantes estaban atrapados. Todos sus cuadros parecen encerrarse en una impotencia tranquila, resignada, que fluye desde el rostro de las figuras solitarias o se disemina por las escenas urbanas, de gasolineras abandonadas. De los perfiles velados por la melancolía y el clima, de la “American Scene”, fría e impersonal, como si el lienzo fuera el registro agujereado por la descarga a quemarropa de dos gangsters al amanecer¹. Nunca un espacio público apareció tan desolado. La vulnerable intimidad de los “*Halcones de la noche*” nunca fue más vacía, nunca el espacio público estuvo habitado por fantasmas de una identidad más declinada.



Los cuadros modernos están llenos de rostros sin perfiles, son los espacios del anonimato. En nuestra sociedad de la masificación, en la que la mayoría de las personas portan el rostro del anonimato, en calidad de sujetos estadísticos, el espacio público se comporta no como un espacio social, determinado por estructuras y jerarquías, sino como un espacio en muchos sentidos protosocial, un espacio previo a lo social al tiempo que su requisito, premisa escénica de cualquier sociedad. El espacio público es aquél en el que el sujeto que se objetiva, que se hace cuerpo, que reclama y obtiene el derecho de presencia, se nihiliza, se convierte en una nada ambulante e inestable. Ese cuerpo lleva consigo todas sus propiedades, tanto las que proclama como las que oculta, tanto las reales como las que simula, las de su infamia como las de su honra, y con respecto a todas esas propiedades lo que reclama es la abolición tanto de unas como otras, puesto que el espacio en que ha irrumpido es anterior y ajeno a todo esquema fijado, a todo lugar, a todo orden establecido.

¹ VÁSQUEZ ROCCA, Adolfo, Edward Hopper y el ocaso del sueño americano, en Revista Heterogénesis Nº 50-51 [Swedish-Spanish] _ Revista de arte contemporáneo. Tidskrift för samtidskonst <http://www.heterogenesis.se/Ensayos/Vasquez/Vasquez2.htm>

Quien se ha hecho presente en el espacio público ha desertado de su sitio y transcurre por lo que por definición es una tierra de nadie, ámbito de la pura disponibilidad, de la pura potencia, tanto de la posibilidad como del riesgo, territorio huidizo –la calle, el vestíbulo de estación, la playa atestada de gente, el pasillo que conecta líneas de metro, el bar, la grada del estadio– en el más radical anonimato de la aglomeración, donde el único rol que le corresponde es circular. Ese espacio cognitivo que es la calle, obedece a pautas que van más allá -o se sitúan antes de las lógicas institucionales y de las causalidades orgánico-estructurales, trascienden o se niegan a penetrar el sistema de las clasificaciones identitarias, dado que se auto-regulan a partir de un repertorio de negociaciones y señales autómatas². Las relaciones de tránsito consisten en vínculos ocasionales entre “conocidos” o simples extraños, con frecuencia en marcos de interacción mínima, en el límite mismo de no ser relación en absoluto. Aquí se esta librado a los avatares de la vida pública, entendida como la serie de interacciones casuales, espontáneas, consistentes en mezclarse durante y por causa de las actividades ordinarias. Las unidades que se forman surgen y se diluyen continuamente, siguiendo el ritmo y el flujo de la vida diaria, lo que causa una trama inmensa de interacciones efímeras que se entrelazan siguiendo reglas a veces explícitas, pero también latentes e inconscientes. Los protagonistas de la interacción transitoria no se conocen, no saben nada el uno del otro, y es en razón de esto que aquí se gesta la posibilidad de albergarse en el anonimato, en esta especie de película protectora que hace de su auténtica identidad, de sus secretos que lo incriminan o redimen, o de igual forma, de sus verdaderas intenciones, como terrorista, turista, misionero o emigrante, un arcano para el otro.



² DELGADO RUIZ, M., *Anonimato y ciudadanía*, Mugak, Centro de Estudios y Documentación sobre racismo y xenofobia, N° 20, tercer trimestre de 2002.

2.- LOS 'NO LUGARES' Y EL TURISMO A GRAN ESCALA.

Todos, también, hemos estado solos en algún aeropuerto, en ese terminal de una red inmensa e indeterminada de flujos que se mueven y se mezclan en todas direcciones, en esa situación de tránsito tan propio de los no-lugares, se experimentan ciertos estados de gracia posmodernos como el del viaje, cuando en lugar de estar, nos deslizamos, transcurrimos, sin afincar nuestra identidad ni tener que comprometernos más allá de dos horas. Aquí, en estos nuevos espacios de la indefinición, donde el tiempo se extiende como goma de mascar advienen nuevas y extrañas enfermedades como las cronopatías -derivadas del abrupto cambio de usos horarios no asimilables a los ciclos biológicos. Este extraño personaje, el viajero, nunca está, ni nunca estuvo realmente en un sitio, sino que más bien se traslada, se desplaza, él mismo es sólo ese tránsito que efectúa y en el momento justo en que lo efectúa.

Todo esto acontece –o deja de acontecer– en los así denominados “no lugares” en oposición al concepto “antropológico de lugar” asociado por Mauss y toda una tradición etnológica con el de cultura localizada en el tiempo y en el espacio. Los *no lugares* son tanto las instalaciones necesarias para la circulación acelerada de personas (vías rápidas, empalmes de rutas, aeropuertos) como los medios de transportes, o también los campos de tránsito prolongado. En este momento en el que, sintomáticamente, se vuelve a hablar de patria³, de la tierra y de las raíces, lo que prevalece es el turismo a gran escala.

Para convertirse en turista es necesario adoptar una actitud: revisar folletos, proyectar itinerarios, tramitar documentación. Curiosamente el pasajero de los *no lugares* sólo encuentra su identidad en el control aduanero. Mientras espera, obedece al mismo código que los demás, registra los mismos mensajes, responde a las mismas apelaciones. El espacio del *no lugar* no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud⁴. ¿Por qué? Porque los no lugares mediatizan la relación del individuo con el espacio al crear una contractualidad solitaria; los no lugares se definen por las palabras o los textos que nos proponen para que podamos establecer una relación con ellos. cuando la relación con la historia se estetiza y desocializa, cuando se vuelve artificiosa, como en el caso del turismo y en el que el *tour* y el calendario fotográfico se vuelven souvenir de los sitios y las ciudades se transforman en museos y en mera alusión: *la imagen suplanta al monumento, al lugar y la relación que con él pueden establecer los individuos, y deja, por tanto, de ser una forma de fijar la identidad. Más bien es una forma de suplantación o simulacro*⁵. Como el protagonista es incapaz de crear un vínculo real tanto con los espacios como con las personas, el simulacro es la única manera que se le ocurre para reencontrarse consigo mismo.

Los espacios turísticos son enclaves diseñados para regular a sus visitantes a través del control de cuatro aspectos principales de la agenda: el deseo, el consumo, el movimiento y el tiempo. El deseo y el consumo son regulados por la promoción y el marketing. El tiempo y el movimiento están estrictamente confinados (por pasillos, torniquetes de acceso, escaleras mecánicas, túneles y galerías) y monitoreados (por cámaras y guardias de seguridad). El uso del tiempo es también delimitado por la programación de espectáculos y representaciones y por características físicas como la disponibilidad o ausencia de asientos y lugares de reunión⁶. Las experiencias y productos en oferta combinan la homogeneidad y la heterogeneidad, suficiente tanto para dar un sentido de comodidad y familiaridad como para inducir también un sentido de novedad y sorpresa. Estos enclaves son generalmente incorporados en una textura urbana que se ha convertido en un objeto

³SLOTEDIJK, Peter, “Patria y globalización; Notas sobre un recipiente hecho pedazos”, en Revista Observaciones Filosóficas < <http://www.observacionesfilosoficas.net/patriayglobal.html> >

⁴ AUGÉ, Marc, *Los “no lugares”; espacios del anonimato*, Ed. Gedisa, Barcelona, 1998, pp.106-107.

⁵ VÁSQUEZ ROCCA, Adolfo,

⁶ JUDD, Dennis R. *El turismo urbano y la geografía de la ciudad*. EURE (Santiago), . 2003, vol.29, no.87, p.51-62. ISSN 0250-7161.

de fascinación y consumo en sí misma. Ir de *malls* constituye en sí mismo una actividad y un programa.



La gran ciudad, en cambio, ha asumido el estatus de exótica⁷. Esto ha hecho que el turismo moderno ya no esté centrado en los monumentos históricos o los museos, sino en la escena urbana, o más precisamente, en alguna versión de la escena urbana adecuada para el turismo. La "escena" que los visitantes consumen está compuesta por un calidoscopio de experiencias orientadas por agencias turísticas. Pero lo que el verdadero explorador busca es una especie de turismo aventura urbano; salir de las áreas donde deambulan habitualmente los turistas puede ser una experiencia peligrosa -y por ello excitante-, adentrarse en nuevos territorios nocturnos, en áreas "tensas" -barrios fronterizos- o simplemente zonas donde pueden vivir y trabajar personas *de verdad*, ubicadas en los márgenes urbanos, más allá de los cordones industriales: minorías étnicas,

⁷ SASSEN, S. Y F. ROOST, "The City: Strategic Site for the Global Entertainment Industry". Judd, D. R. & S. S. Fainstein (eds.), The Tourist City. New Haven: Yale University Press, 1999.

gente de color, inmigrantes, pobres. Tales áreas pueden ser atractivas precisamente porque no han sido construidas ni dispuestas para los turistas. Aquí, fuera de la habitual zona acomodada, los turistas pueden pasear en un espacio intelectual y físico interesante e impredecible. Hay algo emocionante en ese límite.



3.- LA CIUDAD COMO MUSEO.

La interrogación por los nuevos sentidos del espacio público, por los nuevos modelos espaciales de convivencia, tiene innegables dimensiones antropológicas, estéticas y políticas. Aludir a la “cosa pública” significa remitirse a ese ámbito de la vida en el que nos encontramos con los otros seres humanos, un espacio abierto de concurrencia caracterizado orteguianamente como “*vida en común*”, “esfera pública” o de una forma más clásica como praxis política. Pensar en los lugares y las formas urbanas de relación –la circulación acelerada de personas– permite definir los nuevos modos de ser humano, de organizar la convivencia, los desplazamientos; constatar la nuevas formas de soledad y aislamiento en una urbe sobrepoblada. El entrecruzamiento de producciones socioestéticas diversas produce ciudades metafóricas y fragmentadas, donde la heterogeneidad y la dispersión de los signos identitarios nos convierte a unos respecto de otros en transeúntes que apenas intercambian huidizas miradas, desfigurados, con un rostro velado, verdaderos espectros, figuras del anonimato, desposeídos de nuestra identidad por la celeridad de nuestros desplazamientos reales o virtuales.

La ciudad como hecho colectivo se manifiesta, fundamentalmente, en la red de espacios públicos. La ciudad es un plexo geográfico, una organización económica, un proceso institucional, el teatro de la acción social, un símbolo estético de unidad colectiva⁸. Principales referentes de la memoria colectiva, representan el encuentro con el otro y con el lugar y a ellos se asocia la capacidad de identificación y apropiación ciudadana, contribuyendo decisivamente a la estructuración y al

⁸ MUMFORD, Lewis, “*What is a city*”, Richard T. LeGates y Frederic Stout (eds.), 1996, Londres: Routledge, pp.184-188).

reconocimiento de la ciudad. Ello explica que los espacios públicos ocupen tradicionalmente un lugar preferente en los discursos sobre la ciudad, pues, a fin de cuentas, reflexionar sobre el espacio público significa reflexionar sobre la ciudad, sobre las maneras de habitarla y las formas a través de las cuales se construye y se representa⁹. Sin embargo, estos discursos se han vuelto ambiguos, dominando más bien la despreocupación de los ciudadanos por la cosa pública, cuestión que marcha de la mano con la crisis de identidad y falta de albergue metafísico. Ambos síntomas suelen ir acompañados de notorias desorientaciones geopolíticas, desconocimientos históricos y prejuicios ideológicos.

Un mundo donde se nace en una clínica y se muere en un hospital, dónde pueden tener lugar futuristas ceremonias fúnebres con el cuerpo expelido en un cohete de acero, un contenedor rumbo a realizar periplos de inmortalidad. Un mundo extraño, donde se multiplican en modalidades lujosas o inhumanas los habitáculos, desde un foso en Guantánamo a un lujoso hotel-cápsula de Japón¹⁰ – diseñados para ejecutivos sin tiempo para volver a casa; los puntos de tránsito y las ocupaciones full time, las cadenas de hoteles y las habitaciones ocupadas en el Green Plaza Shinjuku, los clubes de vacaciones, los campos de refugiados, las barracas miserables destinadas a desaparecer o a degradarse progresivamente produciendo zapatillas Nike; un mundo donde se desarrolla una abigarrada red de transporte que son también espacios habitados¹¹, donde el hábitué de los megamercados, de los malls, de los cajeros automáticos renueva con los gestos pantomímicos del comercio autista. Un mundo así desacralizado por oficio y sin rituales, mudo e indiferente, prometido a la individualidad solitaria, a lo fugaz y efímero, al paisaje de neón, a los fundidos del inconsciente un destello turbador y una oquedad donde hundir la cabeza. Sólo las ciudades del *futuro* pueden ofrecer la esperanza de un verdadero lugar donde el corazón no sea turbado, un lugar proféticamente anunciado, donde hay muchas moradas, más que las del Green Plaza de Tokio. Allí donde finaliza el país retórico y una alteración del umbral del entendimiento ciega al sabio, dando paso a una zona de indiscernibilidad espiritual. Se abren aquí nuevas perspectivas ya no sólo para una antropología de la sobre-modernidad, sino para una etnología de la soledad y la esperanza escatológica.

⁹ MENDOLA, G., *La ciudad postmoderna. Magia y miedo de la metrópoli contemporánea*, Ed. Celeste. Barcelona, 2000.

¹⁰ El Green Plaza Shinjuku, es el mayor hotel-cápsula de Tokio y probablemente del mundo. El precio –4.300 yenes (31 euros)– da derecho a Hiroshi a pasar la noche en una cápsula, a guardar sus pertenencias en una estrecha taquilla en la que le esperan la yukata (el tradicional albornoz japonés) y una toalla, y a hacer uso de las instalaciones colectivas del hotel, que se publicitan como propias de un establecimiento de cuatro estrellas. El recepcionista ofrece una llave-pulsera a Hiroshi, que se ajusta a la muñeca, y le dirige hacia la zona de taquillas, estrechos espacios diseñados para contener un traje y un ordenador portátil, el equipaje del hombre de negocios japonés. Junto a medio centenar más de hombres silenciosos, cambia su traje por el albornoz, la única vestimenta permitida en el interior del hotel. Con las zapatillas de celulosa en las que luce el logo del Green Plaza, Hiroshi recorre interminables pasillos repletos de cápsulas que dan la sensación de encontrarse en un cementerio. Filas de dos pisos de nichos. Un piloto verde encendido avisa de cuáles están ya alquiladas, aunque la mayoría de ellas tiene recogida la esterilla de bambú que hace de puerta, y aparece vacía. Busca su cápsula, la 2136, y se introduce en el pequeño cubículo amarillo: 1 metro de alto, 1 de ancho y 1,90 de largo. Hace calor. Abre la boca del aire acondicionado, situada en el techo sobre la cabeza, a pocos centímetros de la única fuente de luz del interior. Una fresca corriente de aire inunda el pequeño nicho, acompañada de un susurro. Un blanco haz de luz revela los detalles del alojamiento, que no cuenta con ningún ángulo recto ni esquinas afiladas, que suponen un peligro en tan reducido espacio. En el lado izquierdo, la pared sólo cuenta con un espejo circular y un panel en el que se explican las rutas de escape en caso de emergencia. También se detallan algunas prohibiciones como la de fumar en el interior o la de pernoctar dos o más personas en un solo cubículo, algo incomprensible para la mentalidad occidental. El lateral derecho cuenta con un pequeño saliente a modo de repisa, y sobre él se encuentra el panel de mandos, con el que se controla desde la intensidad de la luz hasta el canal del televisor. Tras comprobar que la pantalla empotrada en el techo funciona, se dirige con su toalla al quinto piso del hotel, donde están los baños y las saunas comunitarias.

¹¹ AUGÉ, Marc, *Los “no lugares”; espacios del anonimato*, Ed. Gedisa, Barcelona, 1998, p. 84.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUGÉ, Marc, Los “no lugares”; espacios del anonimato, Ed. Gedisa, Barcelona, 1998.

DELGADO RUIZ, M., Anonimato y ciudadanía, Mugak, Centro de Estudios y Documentación sobre racismo y xenofobia, Nº 20, tercer trimestre de 2002.

JUDD, Dennis R. El turismo urbano y la geografía de la ciudad. EURE (Santiago), . 2003, vol.29, no.87, p.51-62. ISSN 0250-7161.

MENDOLA, G., La ciudad postmoderna. Magia y miedo de la metrópoli contemporánea, Ed. Celeste. Barcelona, 2000.

MUMFORD, Lewis, “What is a city”, Richard T. LeGates y Frederic Stout (eds.), 1996, Londres: Routledge.

SASSEN, S. Y F. ROOST, "The City: Strategic Site for the Global Entertainment Industry". Judd, D. R. & S. S. Fainstein (eds.), The Tourist City. New Haven: Yale University Press, 1999.

SLOTERDIJK, Peter, “Patria y globalización; Notas sobre un recipiente hecho pedazos”, en Revista Observaciones

Filosóficas < <http://www.observacionesfilosoficas.net/patriayglobal.html>>

VÁSQUEZ ROCCA, Adolfo, Edward Hopper y el ocaso del sueño americano, en Revista Heterogénesis Nº 50-51 [Swedish-Spanish] _ Revista de arte contemporáneo. Tidskrift för samtidskonst <http://www.heterogenesis.se/Ensayos/Vasquez/Vasquez2.htm>