

Notas sobre el espacio público y la nueva ágora

Pablo Miravet

Pablo Miravet es abogado. Ha sido profesor asociado de Filosofía del derecho en la Universitat de Valencia.

I

Propongo una lista abierta de hipotéticas aproximaciones teóricas al *Dopolavoro* ① de nuestros días, el *Shopping Mall* o Centro Comercial (en adelante C.C.):

0.- para un discurso de linaje marxiano el C.C. no sería sino el obscuro escenario sobre el que la mercancía (la vieja enemiga) se regodea sin recato y actualiza exponencialmente su condición de fetiche encubridor ante los ojos del hombre escindido. Resulta llamativo el vigor que todavía hoy conservan algunos párrafos de *La sociedad del espectáculo*, atento que Guy Debord no podía sospechar en 1967 la magnitud que con el tiempo iba a cobrar la deliberada política de edificación masiva de lugares de amansamiento. Valga como ejemplo este fragmento:

La integración en el sistema debe recomponer a los mismos individuos a quienes aísla en cuando individuos, debe mantenerlos *aislados y juntos*: tanto las fábricas como los centros culturales, tanto los lugares de vacaciones como las «grandes superficies» se organizan espacialmente de cara a los fines de esa seudocolectividad que acompaña también al individuo aislado en su *célula familiar*; el uso generalizado de receptores del mensaje espectacular hace que su aislamiento esté habitado por imágenes dominantes, imágenes que sólo adquieren su pleno poder gracias a ese aislamiento ②.

1.- Una mirada de ascendencia foucaultiana detectará en el C.C. la reproducción de las «instituciones de secuestro» decimonónicas. Concretamente, el C. C. podría ser contemplado como la «fabrica-prisión»③ metamorfoseada en centro disciplinario de gasto adquisitivo, transformación acorde con la diagnosticada mutación de unas sociedades hasta hace poco gobernadas por la ética del trabajo que han asumido la estética del consumo como principio rector. Un suave y sofisticado panoptismo caracteriza a unos centros en los que los convictos han devenido clientes y la punición fiesta, complejos sin torre de vigilancia que ya no precisan de un capataz que vigile la adecuación del prisionero a la conducta prescrita, habida cuenta de que el consumidor ingresa libremente y, lo que es más importante, ya «corregido» por la publicidad.

2.- La elegíaca meditación de timbre heideggeriano verá el C.C. como un mero eslabón, acaso ya el último, del proceso de consumación de la metafísica occidental. Habitación inhabitable, solar sin lenguaje de carácter universalmente nivelador, el C.C. es la única morada que merece el por lo demás ya maltrecho Sujeto, mono apofántico empecinado en desdeñar por siglos la pastoril epifanía del Ser. Es imposible imaginar al visitante del centro comercial atendiendo este llamado:

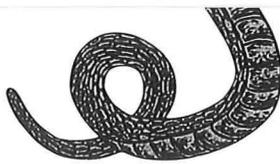
Si el hombre debe encontrar de nuevo el camino hacia la proximidad del ser, entonces tiene primero que aprender a existir en lo innominado. Tiene que reconocer, tanto la seducción de la publicidad cuanto la impotencia de lo privado. Antes de hablar, el hombre tiene que dejar que el ser nuevamente le dirija la palabra (...) Sólo así se devuelve a la palabra la preciosidad de su esencia, y al hombre la morada para que habite en la verdad del ser ④.

① Como su propio nombre indica, el *Dopolavoro* era la entidad pública que en la Italia mussoliniana se encargaba de organizar el ocio a los trabajadores. La importancia de esta institución para el régimen se entrevé en este pasaje escrito por Giuseppe Terragni, uno de los grandes arquitectos del funcionalismo racionalista italiano (o futurismo) del período de entreguerras que (desdichadamente) brindó su talento al fascismo: «El Régimen ha ofrecido a los arquitectos modernos algunos temas fundamentales para obras típicas: La Casa del Balilla, el Estadio, la Casa del Estudiante, la Casa de los Sindicatos, la Casa del *Dopolavoro*. La dotada del mayor prestigio político, valor propagandístico y originalidad revolucionaria sigue siendo, sin embargo, la Casa del Fascio» (G. Terragni, «La construcción de la Casa del Fascio de Como», *Quadrante*, nº 35-36, octubre de 1936, en G. Terragni, *Manifiestos, memorias, borradores y polémica*, Madrid, Colección de Arquitectura, 1982, p. 98.)

② G. Debord, *La sociedad del espectáculo* (1967), Valencia, Pre-textos, 1999, parágrafo 172, pag. 146.

③ Sobre la «fábrica-prisión», una institución de corta vida, vid. M. Foucault, *La verdad y las formas jurídicas* (1973/1978), Barcelona, Gedisa, ed. 1998, pp. 121-125. Sobre el panoptismo y la sociedad disciplinaria en general, vid. M. Foucault, *Vigilar y Castigar* (1978), Madrid, s. XXI, 1996 (25ª).

④ M. Heidegger, *Carta sobre el humanismo* (1946), Buenos Aires, Ediciones Huascar, 1972, p. 71.



3.- Que la refinada (y apocalíptica) letanía de Frankfurt sobre la dinámica autonegadora del progreso todavía se deja citar lo demuestran estos fragmentos de *Dialéctica de la Ilustración*, susceptibles de ser leídos como un veredicto acerca de lo que acontece dentro de un C.C.:

Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se las esclaviza. El funesto apego del pueblo al mal que se le hace se anticipa a la astucia de las instancias que lo someten / (...) la industria cultural sigue siendo la industria de la diversión (...). La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío (...) la mecanización... determina tan íntegramente la fabricación de los productos para la diversión, que ese sujeto ya no puede experimentar otra cosa que las copias o reproducciones del mismo proceso de trabajo ⑤.

⑤ Th. Adorno y M. Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración* (1944/1947), Madrid, Trotta, 1998 (3ª), pp. 178 y 181.

4.- El C. C. es un paraíso de distinción en el que al hombre cualquiera se le ofrece la posibilidad de interiorizar su pertenencia a una suerte de versión popularizada de la *leisure class* de Thorstein Veblen, aquella «clase ociosa» de principios de siglo que velaba su mentalidad predatoria por medio del cultivo de saberes inútiles y que cifraba su diferencia en el consumo de determinados bienes de lujo portadores de prestigio social ostentatorio. El «estilo de vida» de la ascendente nueva clase media postindustrial que nuclea su ser en la imagen y en el valor simbólico de los objetos de consumo ⑥ recuerda vagamente a la ya vieja «clase ociosa». La progresiva sofisticación y diversificación de opciones de ocio que puede encontrarse en los C.C. hace pensar que sus gestores ya no los conciben únicamente como lugares de consumo más o menos embrutecido. Poco a poco el C.C. va incorporando mecanismos de distinción para que el nuevo individuo *high tech/mid cult* (ese ser entrañable que pronto tomará definitivamente el poder y que basa su autoestima en la incesante adquisición de obsoletos equipamientos telemático-militares para estar siempre conectado a algo mientras cultiva una espiritualidad envasada al vacío, ese buen ciudadano que se ha creído lo que dice el MIT sobre el fin de la cultura de masas) se sienta como en casa.

⑥ Una síntesis de los análisis de Bordieu, Lasch, Featherstone y Bock, entre otros, sobre las nuevas clases medias y la cultura de consumo puede verse en J. Picó, *Cultura y modernidad. Seducciones y desengaños de la cultura moderna*, Madrid, Alianza, 1999, pp. 274 y ss.

Paralelamente, los nuevos edificios públicos dedicados de un modo u otro a «la cultura» van tomando el lúgubre perfil del C.C. Ciertamente que en los edificios-emblema de la arquitectura espectacular el énfasis se pone en la forma del continente, dejando repetidamente en ridículo al contenido, mientras que en los C.C. la frecuente mezquindad formal de la construcción opera al servicio de lo que hay en su interior. No es menos cierto, sin embargo, que los edificios-gesticulación milenaristas cada vez acogen más elementos típicos del C.C. (tiendas, cafeterías, diversión para niños, etc.). Yendo a ejemplos cercanos: el bucle de titanio que Frank Gehry ha puesto en la ría de Bilbao, los cubos inclinados que Rafael Moneo ha levantado en San Sebastián o, en fin, la asombrosa explosión fallera de vidrio y hormigón blanco que Santiago Calatrava (especie de Almodóvar de la arquitectura espectacularmente correcta) ha colocado en el viejo cauce del río Turia de Valencia son, ya, centros comerciales.

5.- El criticismo áulico de un Chomsky o de un Ramonet insistirá en el hecho de que el C.C. es el espacio privilegiado para ensayar las diferentes ingenierías de la persuasión tendentes a la abolición del juicio independiente de individuos que obedecen de forma automática las órdenes de una autoridad invisible. El C.C. no es más que el epítome de un mundo regido por el así llamado pensamiento único, gigantesco hipermercado, este mundo, en el que el indigerible volumen de mensajes (publicitarios, informativos, políticos, si es que ya es posible diferenciarlos) es funcional a la aceptación pasiva de una especie de consenso de lo peor y a la estimulación

de comportamientos gregarios y conformados de sujetos inhabilitados para discriminar lo necesario de lo superfluo, lo bello de lo feo, lo bueno de lo malo y lo verdadero de lo falso.

6.- Hay un notorio ingrediente religioso (o al menos, trayendo aquí una expresión que Sánchez Ferlosio ha inventado para otro contexto, «religioso») en el masivo desplazamiento de vehículos hacia la colectiva eucaristía alucinatoria que durante los fines de semana tiene lugar en los C. C. El *shopping mall*, nuevo centro de una ciudad sin centro, le ha robado la clientela a la parroquia de la plaza del pueblo o a la iglesia del viejo núcleo urbano. La feligresía acude a lo que Fernández-Galiano ⁷ ha llamado «capillas de las gigantescas catedrales horizontales» para participar en la amplia gama de ceremonias de la nueva religión del consumo acaso buscando el consuelo —aquí se debe entender el consuelo como satisfacción y no como felicidad— que algún día encontró en las salmodias proferidas desde el púlpito.

7.- Es lícito ver el C.C. como un universo autista, un microcosmos protegido de las pústulas segregadas por las heridas de un mundo cada vez más parecido a una inacabable película de catástrofe. (Por ejemplo, los mendigos y carecientes que adornan casi a manera de mobiliario los viejos centros urbanos no tienen sitio en el interior del C.C.; su presencia sólo se admite fuera del recinto, y eso en el caso de que se hayan podido desplazar hasta la puerta). El cliente cruza el umbral de un territorio sellado en el que todo es posible en todo momento habiendo firmado un contrato invisible por el que renuncia a la pompa y la ceremonia que hasta no hace mucho rodeaba a las actividades de esparcimiento (cine, comida en familia, piscina, campo, parque, deportes...) a cambio de asepsia y seguridad.

8.- Ya están muy lejos los buenos viejos tiempos del *Cabaret Voltaire* de Zurich (1916). Si es que no ocurre ya, no falta mucho para que los todavía autodenominados «artistas de vanguardia» tengan que negociar una segunda humillación histórica (la primera fue su reclusión en museos y ferias «de arte moderno» o «contemporáneo»): ver sus *performances*, *happenings*, *enviroments*, acciones o intervenciones representados en los C.C. Entonces será todavía más lastimoso teatralizar iconoclastia y rebelión.

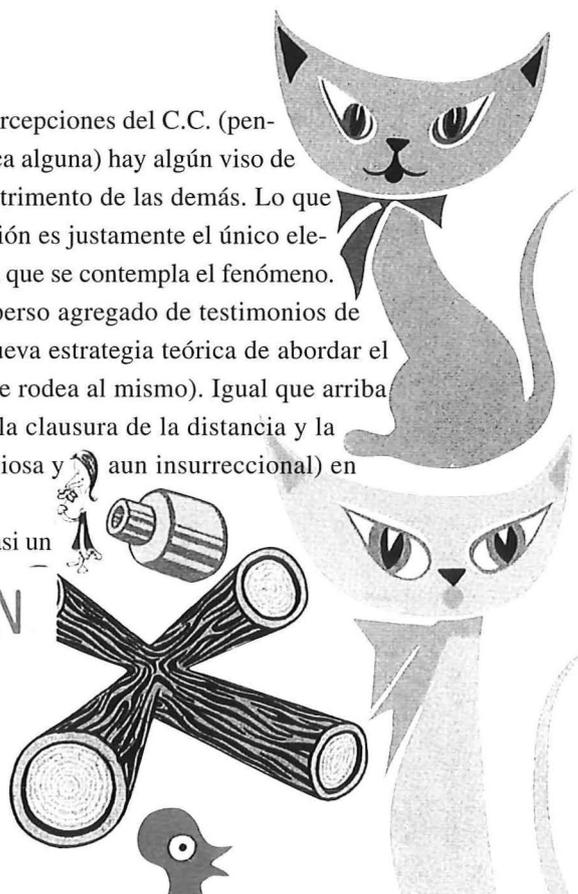
II

Pienso que en todas y cada una de estas percepciones del C.C. (pensadas al azar y vertidas sin pretensión taxonómica alguna) hay algún viso de pertinencia. Sería difícil privilegiar a una en detrimento de las demás. Lo que a mi juicio las haría merecedoras de consideración es justamente el único elemento que tienen en común: la distancia desde la que se contempla el fenómeno.

Me interesa registrar aquí un breve y disperso agregado de testimonios de lo que bien pudiera caracterizarse como una nueva estrategia teórica de abordar el análisis del C.C. (o, más exactamente, de lo que rodea al mismo). Igual que arriba pero a la inversa, el elemento unificador sería la clausura de la distancia y la penetración (ensimismada, celebratoria, alabanciosa y aun insurreccional) en el nuevo espacio público y su núcleo.

9.- La noticia de que Rem Koolhaas lleva casi un año dedicado a estudiar la «arquitectura comercial» con sus alumnos de

ANN



⁷ L. Fernández-Galiano, «Epifanía del perfume», *Babelia*, 6-1-2001, pp. 20-21.

César Baldaccini,
Compression, 1959

Christian Schumann,
obra de 1998

Harvard y de que las boutiques de la firma italiana *Prada* son el actual banco de pruebas de sus teorizaciones sobre el *shopping* en las que ha sancionado la irreversible amalgama de consumo y cultura, espectáculo y artes, moda y teoría y arquitectura y comercio, no debe extrañar. Mucho más conocido por lo que escribe o dice que por lo que construye (complejo *EuraLille*, 1994; *Casa de Burdeos*, 1998; *Casa Y2K*, reconvertida en la *Casa da Música* de Oporto, en curso; *Biblioteca pública* de Seattle, en curso; *Museo Hermitage-Guggenheim* para el vestíbulo del Hotel The Venetian en Las Vegas; entre otras), Koolhaas es el gamberrete teórico y práctico oficial de la (por enésima vez) «nueva arquitectura» del impacto sinusoidal diseñado por ordenador. Su tan aguerrida como huera retórica, inocua heterodoxia verbal que celebra cínicamente el «espacio basura» y que seduce por igual a los Señores de Palacio, a los jóvenes que sueñan con un puesto en el *star system* de la arquitectura mundial y a una crítica timorata y aduladora, merece ser interpretada (y casi también agradecida) como una confesión sincera de lo que la arquitectura y el urbanismo han llegado a ser.

Koolhaas anunció su intención de estudiar el fenómeno de los centros comerciales en la entrega del 23º Premio Pritzker, celebrada en Jerusalem el 29 de mayo en una atmósfera de unánime aclamación. Allí expidió uno de sus discursos rutinariamente provocadores en el que cifraba la supervivencia de la arquitectura en la ruptura con lo real y el olvido de «esa eterna obsesión de especular sobre nuevos problemas, acuciantes e inmediatos, como la pobreza o la desaparición de la naturaleza». Impotentes ante la capacidad del ratón para generar «utopías instantáneas», el ladrillo y la mesa de dibujo sólo han producido, al decir de Koolhaas, «cuatro mil años de fracasos». Es ingenuo preguntar por la tarea del arquitecto en un contexto modificado en el que, siempre según Koolhaas:

Nuestro cliente ya no es el Estado, sino esos particulares a menudo impulsados por audaces ambiciones que nosotros, los arquitectos, respaldamos sin reservas. El sistema es, definitivamente, la economía de mercado. Trabajamos en una era posideológica y, debido a la falta de apoyo, hemos abandonado la ciudad y otros problemas más generales. Los temas que inventamos y defendemos son nuestras propias mitologías, nuestras especialidades. No tenemos discurso alguno sobre la organización territorial, ni sobre el asentamiento o la coexistencia humana. En el mejor de los casos, nuestro trabajo explora y explota con brillantez una serie de condiciones singulares. (Koolhaas en Jerusalem, 29-5-2000).

Sería suficiente, por cierto, quitar un par de frases, por lo demás falsas («nuestro cliente ya no es el estado», «debido a la falta de apoyo»), para detectar aquí el discurso no declarado de cualquier burócrata autonómico o municipal afanado en publicitar el último museo-parque temático-C.C., la última «ciudad de», el último palacio de congresos pagado al precio de oro a un miembro del olimpo arquitectónico para «prestigiar» la ciudad. O, como inevitablemente dirá el folleto, «para entrar en el siglo XXI».



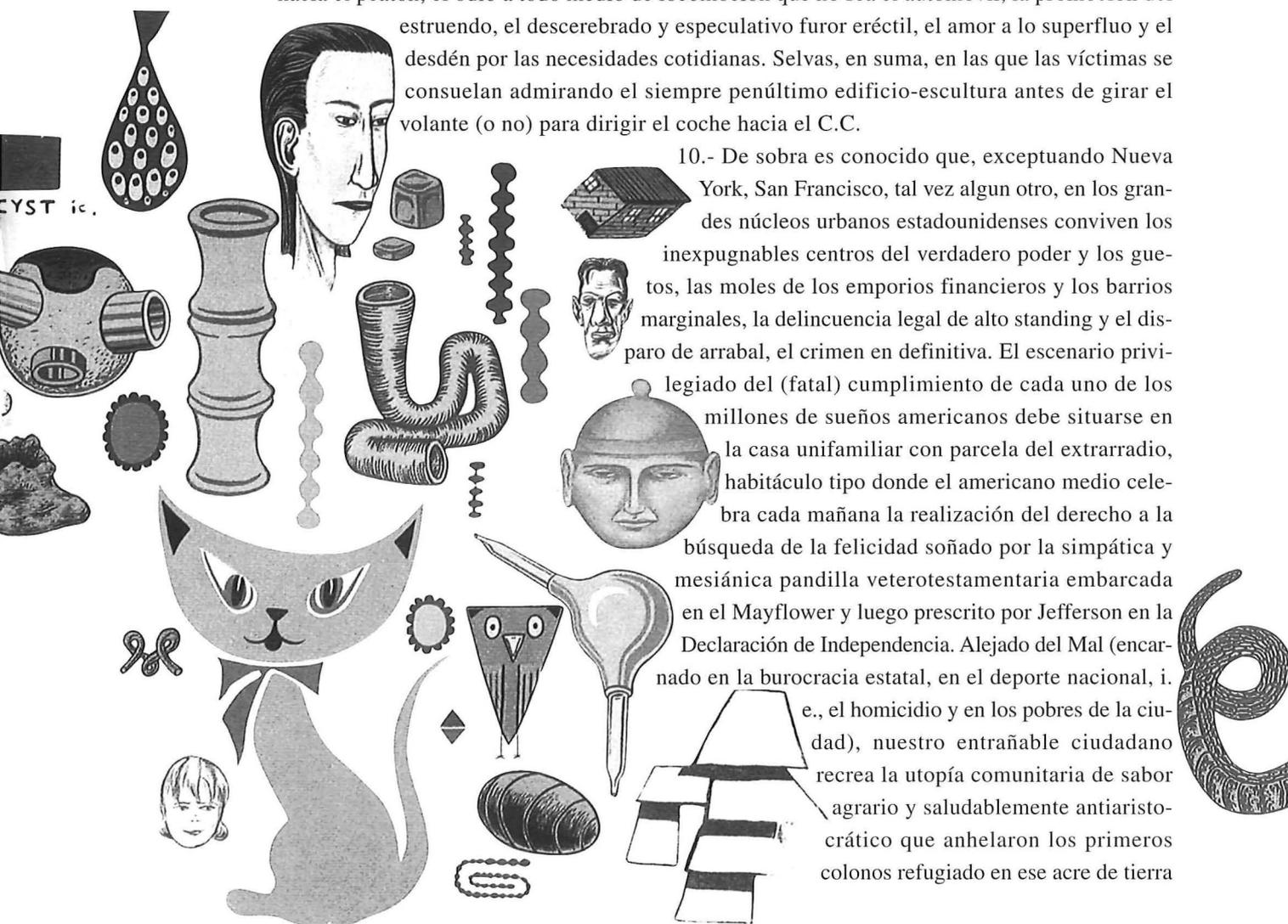
Si la ciudad ha muerto y el *polités* transformado en comprador sólo podrá recrear su condición en las *agoras* comerciales periféricas, es inútil lamentarse. Koolhaas ya sentenció que el urbanismo debe liberarse de sus obligaciones atávicas:

La certidumbre del fracaso ha de ser nuestro gas de la risa y nuestro oxígeno; la modernización, nuestra más potente droga. Dado que no somos responsables, tenemos que convertirnos en irresponsables. En un paisaje de creciente pragmatismo, el urbanismo ya no debe ser la más solemne de nuestras decisiones; el urbanismo puede animarse, convertirse en una *gaya ciencia*: el Urbanismo Alegre. ©

© R. Koolhaas, «¿Qué fue del urbanismo?», *Revista de Occidente*, nº 185, oct. 1996, p. 10.

Interesante la (inevitable) referencia nietzscheana, si no fuera porque, como recientemente ha recordado Vittorio Magnano, el autor de *La gaya ciencia* ya profetizó en 1886 que los habitantes de las grandes ciudades deberían crear con urgencia espacios vacíos para encontrarse de nuevo a sí mismos, lugares de quietud y reflexión donde no hubiese sonidos de vehículos o gritos de voces, sitios en los que la buena educación prohibiese incluso que los sacerdotes se permitieran rezar en voz alta. Un escenario bastante distinto al de ese «urbanismo alegre» que postula Koolhaas, generador, según creo, de junglas mortificantes caracterizadas por la inquina hacia el peatón, el odio a todo medio de locomoción que no sea el automóvil, la promoción del estruendo, el descerebrado y especulativo furor eréctil, el amor a lo superfluo y el desdén por las necesidades cotidianas. Selvas, en suma, en las que las víctimas se consuelan admirando el siempre penúltimo edificio-escultura antes de girar el volante (o no) para dirigir el coche hacia el C.C.

10.- De sobra es conocido que, exceptuando Nueva York, San Francisco, tal vez algún otro, en los grandes núcleos urbanos estadounidenses conviven los inexpugnables centros del verdadero poder y los guetos, las moles de los emporios financieros y los barrios marginales, la delincuencia legal de alto standing y el disparo de arrabal, el crimen en definitiva. El escenario privilegiado del (fatal) cumplimiento de cada uno de los millones de sueños americanos debe situarse en la casa unifamiliar con parcela del extrarradio, habitáculo tipo donde el americano medio celebra cada mañana la realización del derecho a la búsqueda de la felicidad soñado por la simpática y mesiánica pandilla veterotestamentaria embarcada en el Mayflower y luego prescrito por Jefferson en la Declaración de Independencia. Alejado del Mal (encarnado en la burocracia estatal, en el deporte nacional, i. e., el homicidio y en los pobres de la ciudad), nuestro entrañable ciudadano recrea la utopía comunitaria de sabor agrario y saludablemente antiaristocrático que anhelaron los primeros colonos refugiado en ese acre de tierra



por americano que el por muchas razones admirable Frank Lloyd Wright estimó necesario para colmar el ideal de libertad individual. La configuración territorial de esa postciudad canónica donde está ubicada la vivienda unifamiliar es un piélago difuso de casas equivalente a nuestras zonas residenciales o urbanizaciones que recibe distintas denominaciones (*edge city* o ciudad límite, *suburban downtown*, comunidad planificada, urbanización dispersa, etc.) y que Richard Ingersoll ha llamado –acertadamente, según creo– el «campo lacónico». Promocionada fundamentalmente a partir de la segunda posguerra por la Ley de autopistas interestatales (65.000 kilómetros de autopistas en pro de la difusión del vehículo privado) y las ayudas hipotecarias públicas, pregonada como modelo por la pareja de diseñadores formada por Charles y Ray Eames, hace ya mucho tiempo que la urbanización centrífuga es la representación arquetípica del *american way of residing in*. Horizontalidad, baja densidad de población, primado de la vigilancia, privatización de servicios, metástasis de asfalto que exige la continua depredación de terreno para expandir longitudinalmente la edificación en forma de «mancha de aceite» (*sprawl*), absoluto papel estelar del coche (al menos, dos por familia), arquitectura tradicional y sin exigencias son rasgos de una forma de concebir la habitación del mundo cuyas patologías ya diagnosticadas (devastación del entorno natural, desaparición de las personas, aislamiento, abusiva dilapidación de energía, dependencia totalitaria del automóvil, ausencia de civilidad y de espacios públicos de encuentro espontáneo, alienación en el confort, etc.) han sido objeto de debates políticos y han suscitado propuestas de (ilusoria) re-aldeanización del espacio difuso (por ejemplo, las nuevas urbanizaciones de Duany y Plater-Zyberk).

Parece superfluo decir que el *shopping mall* es el único centro de sociabilidad posible de ese magma diseminado de cabañas de robinsones postindustriales que es el campo lacónico. Lugar donde convergen las interminables vías de asfalto, el C.C. es la vigorosa *ecclesia* del siglo XXI, sede de la democracia de la compra que genera su propia dinámica territorial. Así lo entiende John Brinckerhoff Jackson, historiador del paisaje de Harvard, para quien:

buena parte del paisaje americano actual ya no puede enjuiciarse como una composición de espacios individuales bien definidos (...) sino como zonas influidas y controladas por las calles, carreteras y autopistas: arterias que controlan, nutren y dominan su propio paisaje, al que en todo momento podemos acceder. Lo cual quiere decir, si no me equivoco, que ya no es la arquitectura la que provee de símbolos relevantes (...). La carretera genera su propio modelo de movimiento y permanencia, y actúa sin haber aún producido su particular modelo de belleza para el paisaje, o su significación del espacio. Por ello puede decirse que una tradición paisajística que en Occidente cuenta con más de mil años, está derivando hacia una organización fluida del espacio que todavía no comprendemos y que aún no sabemos cómo asimilar en tanto que símbolo de lo que es deseable y valioso conservar. ©

Habría que preguntar, con Félix de Azúa (de quien he tomado la cita de Jackson) cuánta resignación y cuánto nihilismo negociado hay que poner en la cuenta del teórico de Harvard, autor que, como recuerda Azúa, seguramente no sabe que Hitler afirmaba ser el más grande arquitecto de su tiempo porque había inventado y construido las primeras autopistas europeas.

Lo que interesa aquí es constatar que, guste o no, Europa parece afanada en asumir (y privilegiar) una ordenación territorial urbana basada en el alquitrán, el combustible, la vivienda de extrarradio y los palacios periféricos consagrados al espectáculo de la cultura, el ocio y el consumo. Ya convertidos en parques temáticos regenerados, ya abandonados a su suerte, los centros de la vieja ciudad (que, a diferencia de EEUU, siempre fueron el espacio centrípeto de referencia) contem-

© J. Brinckerhoff Jackson, *A sense of place, a sense of time*, citado en Azúa, Félix de, *Diccionario de las artes*, Barcelona, Planeta, 1995, pp. 39-40.



plan el éxodo hacia nuevos campos lacónicos horizontales (pero también, debido a la mayor población y a la falta de espacio, pavorosamente verticales) cuya construcción conlleva una depredación de tierras y un correlativo impacto ecológico proporcionalmente mayores que en EEUU. Los zocos de esas urbes fronterizas que cada mañana vomitan miles de automóviles a la jungla urbana son los centros comerciales, construidos muchas veces antes de que se levanten en derredor las casas de las nuevas postciudades diríase que a manera de la pica que los constructores (o mejor, los «creadores de empleo y de riqueza») ponen en el futuro Flandes del campo lacónico, parcelado paraíso indoloro tristemente vendido como el *sillycon valley* local.

11.- A diferencia del tardomodernista Charles Jencks, que en 1977 fue capaz de datar *ex post* la muerte del así llamado Movimiento Moderno arquitectónico (M. M.) –para Jencks, la defunción se habría producido el 15 de julio de 1972, con el derribo de la Pruitt-Igoe Housing (Saint Louis) de Minoru Yamasaki–, aquí sólo podemos decir que la arquitectura posmodernista duerme el (merecido) sueño de los muertos hace mucho tiempo. La dificultad (irónicamente posmoderna) de encerrar lo posmoderno en una definición, obliga a acudir catalogaciones más o menos aceptadas (por ejemplo la tal vez forzada distinción de Giddens, para quien el término *posmodernidad* remitiría a la heterogénea teorización filosófica y sociológica que en su día aventuró un tránsito epocal nucleado en el acabamiento de los relatos modernos, mientras que el *posmodernismo* pondría el acento en la esfera cultural y/o estética) con el fin de acotar el campo e incluir la efímera arquitectura posmodernista en la segunda acepción giddensiana.

Durante cierto tiempo fue normal plantear el debate en estos términos: el posmodernismo (bueno) reacciona contra el Movimiento moderno (malo), es decir, contra el llamado Estilo Internacional. Digamos brevemente que cuando Jencks sanciona la muerte de la arquitectura moderna, todos los males ya estaban diagnosticados. El M. M., rubro académico que engloba corrientes históricas diversas (racional-funcionalismo, futurismo, organicismo, constructivismo, expresionismo) cuyo origen, a pesar de la rutinaria manía de ubicarlo en la indiscutiblemente moderna Bauhaus (1926), es no sólo anterior, sino igualmente diverso, murió de éxito. Más exactamente, murió cuando dejó de ser una actitud (o un conjunto de actitudes) y devino mero estilo. Convertido en un manierismo ensimismado con figuras canonizadas a lo largo de las décadas de los 50 y 60, el M. M. quedó reducido al Estilo Internacional y a ese funcionalismo repetitivo que, por cierto, acabó satisfaciendo el gusto de las clases acomodadas (lo que entonces todavía se llamaba «la burguesía») antes que el de las clases populares, destinatarias de las preocupaciones sociales del movimiento que por aquel entonces todavía tenían la memoria demasiado fresca como para apreciar la posible verdad contenida en las baladronadas de Le Corbusier («la casa es una máquina para vivir») o en eslóganes siempre malinterpretados como «la aptitud para un fin equivale a la belleza». Fue el olvido del «espíritu» lo que hizo al Estilo Internacional justo acreedor de los reproches que siempre (pero muchas veces injustamente) recibió el M. M., en particular el racionalismo funcionalista. Se trata de un proceso complejo que demanda un análisis detallado en el que no me detendré. Por economía textual, me limito a reproducir este melancólico párrafo de Toca Fernández, escrito al calor del equívoco debate arriba mentado:

La verdadera tragedia del movimiento moderno es que toda su potencialidad fue reducida a gestos –a formas– que fueron incorporados al mecanismo de producción, difusión, consumo, reemplazo que se aplica a cualquier producto industrial; la racionalidad que postulaba fue burlada por un sistema que no la busca como

⑩ A. Toca Fernández, «La venganza de la memoria: Reflexiones sobre la muerte del movimiento moderno y el nacimiento de su improvisado sucesor», en *Más allá del posmoderno. Crítica de la arquitectura reciente*, México, G. Gili ed., 1985, pp. 149-150.



objetivo primordial, ya que sus fines son otros. La crisis y muerte de la arquitectura moderna señalan con claridad la de la cultura que la produjo; el sueño utópico de progreso social se ha transformado en una faceta más de la pesadilla de la sociedad postindustrial ⑩.



Tras unos titubeos posfuncionalistas, el posmodernismo irrumpe con proclamaciones epocales que ocultan ya la pura inquina ideológica hacia todo aquello que sonara de lejos a moderno, ya la simple batalla de *estilos* cifrada en la manera de satisfacer a un cliente (incluso a un turista) hastiado de las agotadas fórmulas del Estilo Internacional. Es preciso evitar el maniqueísmo fácil y anotar que entre lo que los teorizantes llamaron posmodernismo hubo figuras respetables que llevaron a cabo obras y reflexiones atendibles (por ejemplo, Aldo Rossi), pero parece que en términos generales está justificada una valoración altamente crítica de aquel estilo en el que cupo cualquier cosa que se apartara de la austeridad elitista, el ascetismo antiornamental, la arrogancia utópica, la reducción de la belleza al fin o la función y el *less is more*, rasgos que finalmente conformaron la representación estereotipada del «enemigo»: el Movimiento Moderno. Emerge entonces un híbrido difícilmente agrupable de características formales (eclecticismo, desproporción y alteración de escalas con intención irónica, ambigüedad y gusto por el pastiche por un lado; elementos decorativos hechos en serie, historicismo enlatado, neo-organicismo *naïf* o regreso a la arcadia eco-contextual perdida por otro) que tienen como trasfondo la proclamada clausura de los épicos metarrelatos de la transparencia y la inmersión en la sima lírica de la fragmentación, la diseminación, el descentramiento, la *différance*, la indecidibilidad y todo lo demás.

Subrayaré un rasgo del posmodernismo vinculado a la línea argumental de estas páginas: la veta lúdica y populista que a partir de cierto momento no estuvo mal visto explotar en sus construcciones (y teorizaciones). Después de publicar *Complejidad y contradicción en la arquitectura* (1966), Roberto Venturi abrió fuego con su *Aprendiendo de las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica* (1972), un texto que invitaba a buscar inspiración y estímulo en el feísmo *kitsch* de las toscas edificaciones americanas consagradas al consumo de carretera, al ocio vulgar y al entretenimiento chabacano, cabal representación del cual es sin duda la ciudad casino, especie de Disneylandia para mayores de dieciocho años o megacentro comercial de dos rombos cuyos burdeles de neón parecen hoy recreados en los cientos de comercios que se amontonan en los panales de ocio adquisitivo para todos los públicos que vigilan la salida de la ciudad. Edificios como el centro comercial *Perisur* de México (Sordo Madaleno, 1979) fueron en su día considerados ejemplos de la arquitectura posmoderna.

Tal vez hizo falta echar mano del *demier cri* de Baudrillard o de las más sutiles ideas de un Barthes, de un Lyotard o de un Derrida (quien tuvo su corte de arquitectos deconstruccionistas) para festejar adecuadamente el caos y para tomar en serio la hiperrealidad del espacio comercial, abigarrado lugar de implosión posmoderna (etc., etc., y todo lo demás), provocando, como se sabe, el escándalo de un Habermas firmemente instalado en la puerta de la finca «Modernidad: un proyecto inacabado» a modo de vigilante de la (al parecer) única cosecha legítima de pensamiento postmetafísico. Como sea, la dignidad del centro comercial como lugar simbólico del lenguaje arquitectónico pos-

Peter Saul, imagen para una muestra conjunta, 1998

M A Y E R S O

C H L E S I N G E

S A U

moderno (o por lo menos de una de sus vertientes) y el adiós no melancólico a la vieja voluntad de orden, mesura y sobriedad fueron vislumbradas por Fredric Jameson en el *Hotel Bonaventure* (Portman, 1977) de Los Ángeles, un edificio que, curiosamente, no es un centro comercial, pero que reúne todas sus características: populismo, esfuerzo por asumir el lenguaje estridente del mundo comercial, entradas anodinas, aspiración a ser un espacio total o una miniciudad ideal, fachada reflectora que repele o expulsa hacia afuera la ciudad, opacidad, escaleras mecánicas omnipresentes a modo de alegoría de los antiguos paseos, dificultad para discernir el volumen real del edificio desde dentro y para orientarse, etc. Rasgos, en suma, de ese «hiperespacio posmoderno» que, según Jameson, incapacita al animal humano para «cartografiar cognitivamente su posición en un mundo exterior representable» y que debe considerarse (el texto de Jameson es de 1984) «símbolo y dilema mucho más agudo que reside en nuestra incapacidad mental (...) de confeccionar el mapa de la gran red comunicacional descentrada, multinacional y global en la que, como sujetos individuales, estamos inmersos»¹¹. (Por cierto que el lenguaje de este último fragmento de Jameson –respetable espécimen teórico marxista y posmoderno a la vez– recuerda vagamente al muy actual histerismo apologético del charlatán digital, sobrevenido bufón de corte que ya ha convencido al *princeps* de que las calles, los barrios, los edificios, las plazas y las avenidas no son más que vestigios del viejo mundo real por cuya suerte es casi indecente preocuparse, habida cuenta de que más pronto que tarde será posible habitar el mundo en la *web*, todo lo más en el micromundo del centro comercial).

12.- Las esperanzas depositadas en la toma de la Bastilla no se cumplieron. No nos fue mejor tras la toma del Palacio de Invierno. No importa: el centro comercial puede ser un lugar de (ale hop!) praxis emancipatoria.

Carlos Reynoso ¹² ha escrito un libro devastador sobre los *cultural studies* norteamericanos en el que narra la evolución de aquel movimiento nacido en Inglaterra a finales de los 50 de la mano de autores como E. P. Thompson, R. Williams y P. Hoggart y afianzado con la creación del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham (1964). Según el transatlántico estructuralista canónico

pormenorizado relato del antropólogo argentino, el viaje de los estudios culturales con la mochila llena de post-ralismo francés mal digerido y de posmodernismo ha dado como resultado un conjunto de prácticas teóricas que, empuñando la bandera del antiacademismo, han invadido la academia americana configurando una intimidatoria ortodoxia heterodoxa caracterizada por la constante autocelebración, el empleo de una jerga críptica y deliberadamente oscura, la prohibición de la «clase» y la correlativa entronización de la identidad como categoría exclusiva y excluyente, la expulsión al infierno del euro-falo-logocentrismo de todo aquello que sea anterior a Lacan, Baudrillard, Derrida, etc. o a los autores de reconfortante apellido poscolonial que ya entraron en el círculo de iniciados

¹¹ F. Jameson, *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* (1984), Barcelona, Paidós, 1991, pp. 88-97.

¹² C. Reynoso, *Apogeo y decadencia de los estudios culturales. Una visión antropológica*, Barcelona, Gedisa, 2000. En adelante se citan las páginas entre paréntesis.



y, en general, una tan exuberante como pobre metodología y una ligereza epistemológica construida a base de depredaciones selectivas de las tradiciones de las que los *cultural studies* dicen renegar. «No se trata –escribe– de un puñado solitario de posmos que se han habituado a segregar esta jerga marciana como un discurso natural que además se jacta de ser activista, no académico y de situarse junto al pueblo» (p. 117); se trata más bien, según Reynoso, del triunfante truco de blindar los textos a cualquier objeción so pretexto de que la autoinvertida «nueva crítica» que profesan los estudios culturales se mueve por derroteros inasequibles al criptopositivismo (esa es la acusación rutinaria) que pretenda someterlos a escrutinio riguroso.

Igual que otras obras recientes de saludable y preventiva intención debeladora como *Impos-turas intelectuales* de Alan Sokal y Jean Bricmont, la crítica de Reynoso se ubica en la izquierda política y no reniega de todos y cada uno de los aportes de los *cultural studies*. Más bien se ensaña con los estudios culturales más rabiosamente teñidos de posmodernismo ramplón y cifra su queja en el progresivo empobrecimiento teórico causado por la obsesiva preocupación de los culturistas de no verse relacionados con estrategias cognitivas «de otros tiempos» y por acreditar una glamurosa radicalidad que descubre incesantemente los mediterráneos que la vieja antropología, el veteromarxismo y el análisis macroestructural impedían elucidar. Resulta interesante comparar títulos de los «padres fundadores» como *The uses of literacy* de Hoggart, *La formación histórica de de la clase obrera: Inglaterra 1780-1832* de Thompson o *Culture and Society* de Williams con los encabezamientos de algunos ensayos recientes escritos bajo la vitola de los *cultural* americanos (por ejemplo, «Leyendo *Hustler*», «Mirando *Dallas*» o «Cómo se usa un condón», p. 29). No debe extrañar que ahora se teorice solemnemente a partir de Rambo, Madona o Beavis & Butthead y que, como dice Reynoso, «la etnografía ya no se (haga) en una barricada, sino en un centro comercial o mirando videoclips» (p. 170). (Espero que nosotros no tengamos que leer pronto sesudos estudios titulados, por ejemplo, *De Rosa Luxemburgo a M. Teresa Campos: re-articulando la liberación, Tamara y el derecho al glamour del lumpenproletariat, Ultraje al hipertexto: el ataque fálico a Ana Rosa Quintana* o *Tómbola y la caída del muro: la única revolución posible*). El resultado es la despolitización del proyecto: cuanto más se afirma que las subculturas reinterpretan la cultura de masas vertida desde arriba en términos de resistencia e identidad, menos atención se presta a la distribución de riquezas, la mercantilización del arte, la derechización del estado o el uso ideológico de los medios de comunicación, problemas que son incluso mal vistos en cuanto penetran en los textos culturistas. Reynoso (p. 179) deja hablar a Francis Mulhern:

Los estudios culturales no sólo están llevando adelante la disolución de lo político en lo cultural, sino que en el proceso están tirando por la borda el legado de sus pioneros. No dejan lugar a la política más allá de la práctica cultural, o para solidaridades políticas más allá de los particularismos de la diferencia cultural. No hay espacio, y de hecho tampoco necesidad, para la lucha si la cultura popular ya es de por sí activa y crítica, si la televisión y el centro comercial son ya teatros de subversión.

y a Nicholas Garnham:

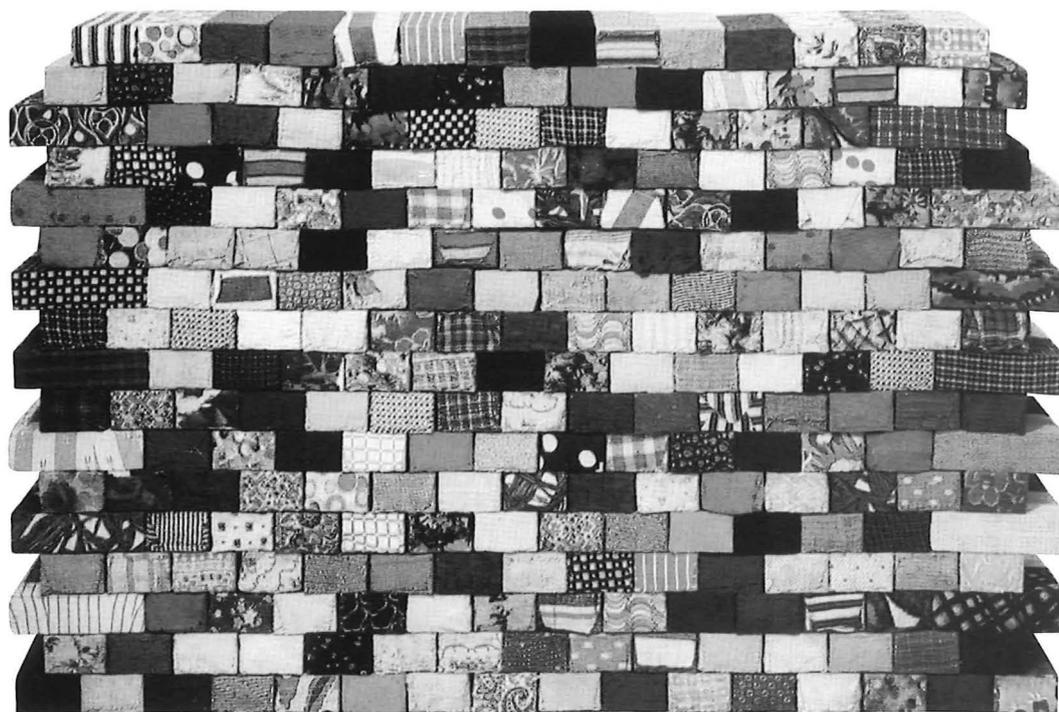
¿Cómo es posible estudiar el multiculturalismo o la cultura diaspórica sin estudiar los flujos de migración laboral y los determinantes que en gran medida han creado esas culturas? ¿Cómo es posible comprender las telenovelas como prácticas culturales sin estudiar las instituciones de televisión que las distribuyen y que en parte crean audiencia para ellas? ¿Cómo es posible estudiar la publicidad o los centros comerciales, no

digamos ya celebrar su potencial de liberación, sin estudiar los procesos de manufactura, comercialización y marketing que hacen esas prácticas culturales posibles? ¿Cómo es posible, en esta coyuntura, ignorar en cualquier estudio de la cultura y su potencial político, el desarrollo de mercados culturales globales, y los procesos tecnológicos y regulatorios y los flujos de capital que son las condiciones de posibilidad de esos mercados? (...) Si esto es reduccionismo o economicismo, pues que lo sea. Este es, para bien o para mal, el mundo que actualmente habitamos.

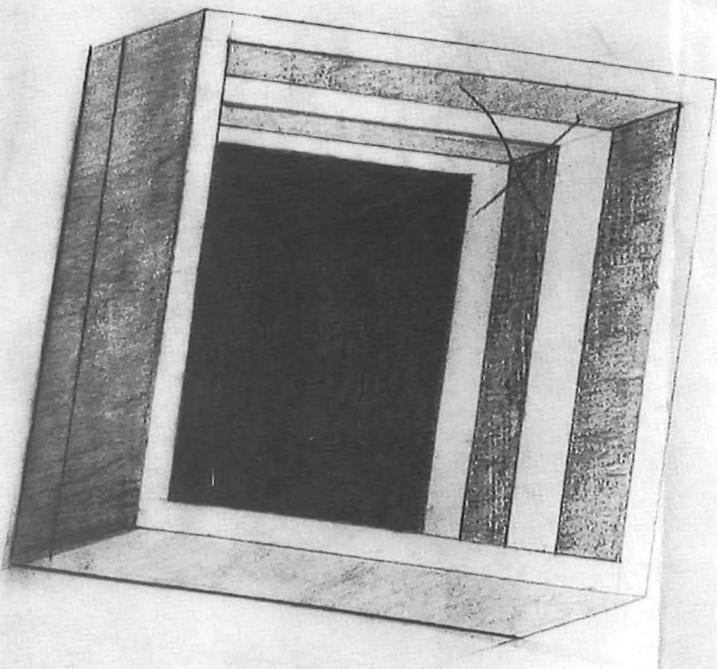
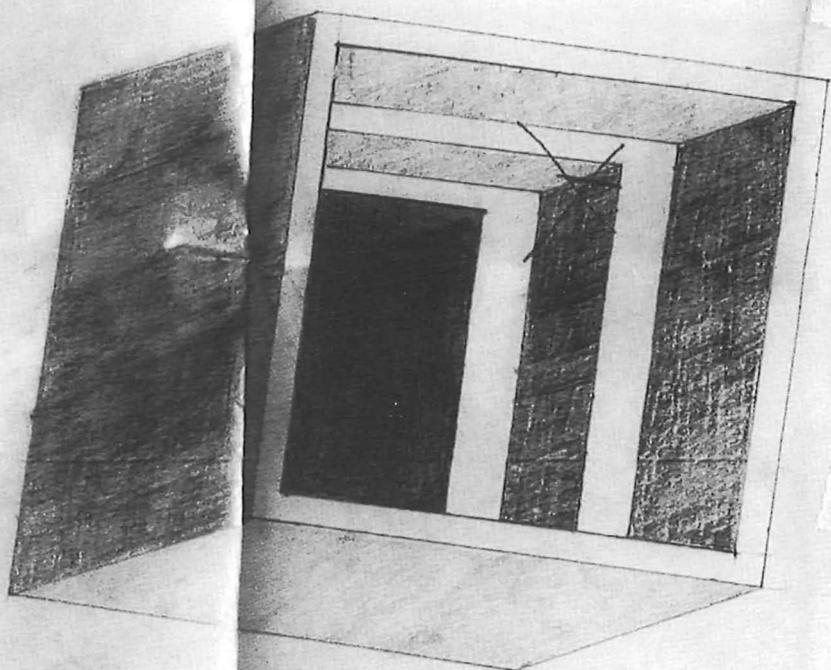
¿Otra vez la vieja charla entre Carlos Marx y Max Weber? ¿De nuevo las relaciones de producción y la infraestructura *versus* la cultura, el valor simbólico de las ideas, la *Weltanschauung* y la superestructura? Esperemos que no. Posiblemente debemos agradecer a cierto postestructuralismo las perspectivas abiertas por la arqueología del saber y la genealogía del poder. Lo mismo cabe decir de quienes han dado voz a las identidades que nunca cupieron en el molde de «común humanidad» ilustrada, que fueron oprimidas por el colonialismo o congeladas durante la guerra fría. Seguramente ya no necesitamos ni la pasión del absoluto marxiana ni la eternamente aplazada promesa del Hombre Nuevo (otrora el siervo antipagano de Dios, antes de ayer el buen salvaje o el abstracto sujeto metafísico, ayer el proletario, hoy el sujeto lingüístizado, ¿mañana cada uno de los fetiches identitarios?).

Sin embargo, en un mundo huérfano de promesas todavía es posible evitar daños, todavía es posible reformular la interpelación de Chernichevsky (*shto dyelat?*, ¿qué hacer?) y arriesgarse al menos a sugerir qué es lo que no hay que hacer. La hipótesis del potencial liberador de la toma política del C.C., la pregunta sobre si a la por siempre desatendida humanidad del animal humano ya sólo le será dado ambicionar completud -como siempre en vano- en el invivible tráfigo de la nueva *ágora* merece el silencio irónico como única respuesta. Como mucho, una réplica provisional: si ya no puede ser una postura ética, que sea al menos una actitud estética; en cualquier caso, tal vez mejor no ir nunca al centro comercial.

Instalación de Pistoletto



20



NUMBER 9 (ACTUAL).

17.50 (57'-0")