

# ANDER

*Paisajes con retratos. La Transformación del Museo de la Modernidad*

# GURRUTXAGA ABAD

## *Introducción*

Dibuja Bruce Bégout en su libro *Zerópolis* una espléndida acuarela de la ciudad de *Las Vegas*. La era del vacío, el mundo desbocado, lo líquido y lo fluido o el mundo de flujos se confunden con el orden caótico donde la entropía y el desorden son los guardianes de su seguridad. Cualquiera —explica Bégout— que escriba sobre esta ciudad corre el riesgo de aparecer como aguafiestas que, en medio de la celebración, interrumpe las risas y los bailes para pronunciar el discurso que parece insípido en comparación con la atmósfera festiva. Los paisajes que describen y cuentan el interior y el exterior de esta urbe de «carne y hueso» encierran múltiples retratos. No sólo porque la arquitectura explota en el desierto si no porque visualiza el carácter arbitrario y contingente de los paisajes sociales, ir y venir de dentro hacia fuera y de afuera hacia adentro, la carencia de centralidad aparente y la disolución de lo que es periferia y centro. Su éxito está en que su historia no pesa, importa la fórmula sin citarla o teorizarla, «todo lo sólido se desvanece en el aire». No es que el desierto sea marxista o posmoderno, ¡no, no es eso! al contrario, no necesita recrear lo que nunca quiso ser, hoy sabemos que estaba en la *estructura genética* tomar distancia de sí mismo, abandonarse a su suerte, no resucitarse desde los usos de la tradición, no rescatar aquello



FOTO 1  
Los navegantes portugueses  
(BADOSA, 2000).

que nunca existió ni elevar a categoría de recurso intangible el pasado que sólo aparece cuando se recrea en las luces de neón. La felicidad paradójica de este museo moderno excluye la historia porque los espacios que construye flotan en el aire, la materialidad de los ambientes puede prescindir del tiempo. En consecuencia, ¿para qué reconstruir el orden de la simulación? ¿Por qué aparentar tener lo que no se tiene y, sobre todo, lo que no se necesita?

Nuestros paisajes inmediatos son de otra naturaleza. La historia pesa, pesa demasiado, les involucra, explica los retratos y reconstruye lo que somos a través de aquello que tuvimos o imaginamos tener. El diccionario nos dice que un paisaje es «una porción del escenario natural, normalmente extensa, que puede contemplarse desde un determinado punto de vista». Las últimas tres palabras son fundamentales. No hay modo de contemplar un paisaje

si no es desde un determinado punto de vista. Cuando hablamos de un paisaje en una galería de arte tenemos ante nosotros ciertas piezas de topografía, pero sólo en cuanto ha sido transmutada, filtrada por la percepción, consciencia y estilo del artista. De aquí las sorprendentes diferencias que pueden encontrarse entre cuadros de un mismo escenario, realizados no ya por diferentes artistas, sino por el mismo artista en distintos momentos de su carrera. No anda descaminada la ciencia social cuando quiere hacer visible «aquello que está oculto» y no porque lo que quiere explicar se oculta en un acto racional, sino porque los paisajes sociales no pueden ocultarse, están ahí, a la espera de que un artista los descubra, saque a la luz, los pinte o los mate. Cada tiempo tiene sus paisajes y sus retratos. Mi propuesta en este artículo es que entendamos la vida social como un museo, paseemos por sus galerías, elevemos la vista y apreciemos lo que tenemos delante de nuestros ojos. El artista que medita su arte lo plasma en paisajes y en retratos.

### ***Los Paisajes de la primera modernidad***

Si miramos en extensión vemos que no hay descripción más común del paisaje social creado por los tiempos modernos que la palabra masa. Tiene muchos sinónimos; multitud, muchedumbre, gentío, etc. Todos ellos se refieren a la aparición de fuerzas que la demografía impulsa. No es el factor cuantitativo el que da significado a esta idea, aunque a muchos, además de Tomas Malthus, les inquiete el incremento de la población que está produciéndose en esos siglos. Más bien se trata de la composición de la población, tal y como la percibieron artistas, filósofos y sociólogos desde la Revolución Francesa en adelante. Básicamente esta composición se predicaba sobre la noción de que la época trae consigo la atomización del orden social, la conversión de lo que desde tiempo inmemorial había constituido el auténtico orden social marcado por el predominio de la familia, la religión, las clases sociales y las relaciones de vecindad.

La visión de las masas, la multitud inconexa, la población atomizada, pasa rápidamente de unos «artistas» a otros. Pero lo que en todos los contextos encontramos es la concepción del proceso de nivelación, atomización y abstracción que la sociedad sufre como resultado del aumento del número de personas desprovistas de vecindad, religión, clase social, parentesco y, sobre todo, de comunidad. Es el contraste, expresado de diversas formas, entre la comunidad y la sociedad de masas el que predomina sobre cualesquiera otros en la literatura social del siglo. Pocos acontecimientos hay más importantes que el redescubrimiento de la importancia de los lazos comunitarios que tan detestados habían sido por los *philosophes* del siglo de las luces. Tras



FOTO 2  
Nuevas miradas sobre la moderna  
realidad constructiva (BADOSA, 2000).

ese redescubrimiento de los atributos de la comunidad, se encuentra la imagen de la multitud cada vez más desunida, arrancada de la familia, el pueblo, la religión, sin formas, propósitos ni significado. Un paisaje habitado por individuos atomizados más que por grupos articulados que se interpongan entre el individuo y el Estado. Para la mayoría, la visión del paisaje se cubre de masas desarraigadas de la comunidad, apartadas de todo código moral, carentes de autoridad u organización, es una visión sombría en la literatura del siglo XIX.

Un paisaje social de fuerza similar es el del poder que a los ojos de muchas figuras del siglo XIX constituían un rasgo descolante del paisaje creado por las transformaciones de los siglos XVIII y XIX. Lo que vemos representado es la concepción generalizada de un poder abarcador, más penetrante que ningún otro conocido en la historia occidental; una categoría y concentración de poder que los cambios políticos e industriales de Occidente habían hecho posible. El temor al militarismo de Napoleón, la explosión creativa del Estado-Nación con su creciente adicción al poder centralizado y burocrático, unidos a la erosión del sistema de autoridad tradicionales, licuan la mirada colectiva para expresar el sentimiento de pesar por semejante estado de cosas. No hay nadie inmune a esa mirada. Para unos es el reflejo de la crisis de autoridad que acompaña a la creación del nuevo mundo y a la destrucción del antiguo régimen, para otros la oportunidad de afirmar los valores que la Ilustración persigue y promulga con pasión; los hay para quienes poseer el poder es la manera más rápida de cumplir con las promesas políticas, para otros es la consecuencia del espíritu de la racionalización que extiende las alas para detectar *el desencanto del mundo*. Es la visión a caballo entre el pragmatismo positivista, la ensoñación de lo que pudo haber sido y nunca fue y la aceptación de los acontecimientos irreversibles que los nuevos tiempos imponen sin preguntar. En todos los casos, el tema es el valor del poder, sus consecuencias y el coste de este intangible en la vida social. No hay intelectual o artista que escape a la controversia ni que pueda alejarse de ella so pena de pagar el precio del ensimismamiento o la anomia.

La mirada se encuentra con el paisaje que poco a poco se hace familiar. La fábrica representa, mejor que ninguna otra institución, la metáfora de las consecuencias del uso de lo nuevo. Es la reunión de un tipo de personas que la modernidad encumbra; el empresario y el trabajador; el propietario y el empleado; el capitalista y el obrero. Nuevas funciones, la producción de mercancías. Nuevas formas de relación basadas en la asimetría de la riqueza y en la posesión de la propiedad. Nuevos comportamientos, los que corresponden a la división de la sociedad en clases sociales. Nuevos conflictos, la lucha de clases. Todos ellos de manera individual y actuando

conjuntamente construyen un inquietante panorama. No sólo porque alumbran una nueva realidad sino porque quiebran tradiciones ancestrales, sus movimientos alumbran fenómenos para los que no encuentra respuestas fáciles; sean, por ejemplo, fenómenos migratorios-especialmente la traslación de personas del campo a la ciudad. Las ciudades incrementan el volumen y la densidad quebrando la calidad ambiental y el carácter bucólico de los ecosistemas naturales; las fábricas extienden la dimensión ocupando espacios y haciendo visibles las consecuencias menos bondadosas del crecimiento industrial. Los conflictos en forma de protestas, huelgas o altercados, comienzan a formar parte del panorama social, son los datos del cuadro que se rellena a base de repetir los mismos movimientos; los empresarios y los trabajadores se acercan y diversifican organizando una polifonía para cuyos sonidos nadie está preparado; las nuevas formas políticas unen y desorganizan a la vez, pero las consecuencias que desatan no dejan inmune a nadie ni a nada. Representaciones pictóricas como el realismo social, escritores como Charles Dickens o Emile Zola, intelectuales como K. Marx, agitadores como Bakunin, profetas como A. Comte, soñadores como Saint Simón, activistas como Ch. Fourier o nobles como A. De Tocqueville, se citan en la fábrica como si ésta fuese el nuevo laboratorio para escrutar *aquello que nos pasa*. Nada les es indiferente, pero nada o casi nada queda a su alcance, la dinámica industrial coge vuelo propio dejando detrás de su dinamismo imperecedero las miradas absortas de todos los que quieren entender lo que pasa, pero sin que puedan proseguir el ritmo que las nuevas circunstancias industriales demandan. La fábrica es el escaparate de los nuevos tiempos, es el paisaje social que describe su éxito y la institución que mejor detecta las consecuencias negativas que los tiempos modernos acarrear.

Los impresionistas supieron detectar, seguramente antes de que de verdad ocurriera, el paisaje natural del individuo moderno y quienes dieron a la vida urbana con sus incontables apuntes de plazas, cafés, rincones, parques y calles populosas, el brillo que hasta entonces parecía reservado al campo y a los paisajes populares. La ciudad es el marco favorito para las correrías de los personajes de Balzac, ¿qué sería de Balzac y su Comedia Humana sin las calles, los cafés o los restaurantes de París?, de Ch. Dickens y de sus descripciones de la vida urbana, de Thackeray, Dostoievsky, Flaubert, Zola, Stendhal, Sterne, Fielding. La literatura y el arte comparten con la sociología una visión ambivalente, una perspectiva intrigante de la ciudad como si ésta fuese una sucesión de misterios sin resolver. Hay, por ejemplo, una perspectiva difícil de comprender si no se ha transitado previamente por la literatura. Diría más, los temas de la sociología urbana están ya fijados en las obras con las que literatos y artistas habían descrito con detalle la vida en la ciudad. Quien se acerque a leer a Simmel y la recreación que hace de la vida

urbana en la obra *Metrópoli* y *Vida Mental* no deja de admirar detrás de sus penetrantes análisis las figuras renqueantes de la literatura dickesiana o los atribulados personajes que trajinan la vida urbana parisina en las obras de Balzac. Es como si el arte y la literatura hubieran pergeñado un paisaje que la sociología *pone en limpio*.

La ambivalencia está presente en los temas; se suceden las descripciones de la penosa vida en los barrios, se asiste al peregrinaje de los ciudadanos urbanos a los centros de asistencia social, se admira la ciudad por ser el espacio donde el individuo puede ejercer la libertad y gozar de autonomía personal alejado de los controles sociales inmediatos, pero se desconfía de los gestores del anonimato, de la progresiva banalidad de las redes sociales, de la ausencia de cobertura social que ofrecen las relaciones sociales densas, de la soledad del individuo en la ciudad, de la angustia de tener que empezar todos los días, de la distancia social que la vida urbana propaga como si de una pandemia se tratase, de los barrios que clasifican, jerarquizan, separan y ordenan los estilos de vida. La ciudad no es el paraíso con el que se podría soñar pero tampoco la malvada *madrasta* con la que hay que acostumbrarse a vivir sin posibilidad alguna de transformar la estructura de sus afectos.

Otros paisajes se sobreponen a este estado de ruinas para definir otras perspectivas; la ciudad es el lugar de encuentros donde las relaciones de vecindad son posibles, los lazos de solidaridad pueden tejer complicidades mil y la libertad hallar el espacio de confrontación que requiere para crecer. Las dos caras son reales y trazan las paradojas que significa vivir en la ciudad; tierra de fuego y espacio de compromisos. En todo caso, el hombre sin atributos que describe R. Musil es más el hombre del retrato de la indeterminada y difusa civilización moderna que el moderno urbanita, más cercano al manipulador de miradas y al seductor que al atribulado pastor de almas que nunca puede con el peso que los pecados del mundo han puesto sobre sus espaldas.

Los paisajes con los que describe el tiempo moderno corresponden a retratos singulares que acercan la complejidad de la modernidad a las salas del museo. Los retratos son los del burgués, el obrero, el intelectual y el burócrata. Estos ocupan un puesto distinguido entre las obras de artistas como Millet y Daumier y los memorables retratos políticos y económicos que trazan algunos novelistas como Dickens, Fielding, Thackeray, Balzac o Proust.

La sociología la retrata de forma magistral. Qué mejores cuadros que las obras de Marx o Weber para comprender el estado del alma del burgués, del obrero o el burócrata. Qué mejor que la obra de historiadores como

Ranke, Michelet, Macaulay o Gibbon, para comprender cómo son los personajes que retratan. Igualmente notables son los retratos de las novelas. Es impensable comprender la densidad de la vida social sin acercarse a vivir como viven los personajes que la describen. Desde *Los Hermanos Karamazov* o *Raskolnikov* en *Crimen y Castigo*, la *Anna Karenina* de Tolstoi, hasta el *Père Goriot* de Balzac, el Julien Sorel de Stendhal en *Rojo y Negro* y la *madame Bovary* de Flaubert o, el *David Copperfield* de Dickens, la Becky Sharp de Thackeray en la *Feria de las Vanidades*. Puede ampliarse el espectro hasta elaborar una lista de retratos memorables de artistas que recrean paisajes y retratos, absorben el mundo que les toca vivir y lo describen con una sutileza incomparable. Sería un error afirmar que la intención principal de cualesquiera de los novelistas sea la de dar expresión a un tipo social o personificar directamente determinada condición o imagen social. Es erróneo negar que son conscientes de la sociedad en que viven, que tienen una considerable intuición de los tipos de personas que explotan o son explotados, que sufren, gozan, aman u odian y un profundo sentido de hasta qué punto lo universal puede darse en lo concreto.

Muchos de los personajes son tipos sociales, los mismos que van a poblar las páginas de la sociología del siglo XIX y XX. Los tipos sociales, los tipos ideales del burgués, el obrero, el burócrata o el intelectual son personajes tipo, es decir, criaturas despojadas de cuanto sea superficial o efímero, y reducido a lo central y unificador. Nada más citar el retrato viene a la cabeza el nombre de Marx. Nadie que lo conozca y que haya leído algunas de las obras importantes puede obviar el carácter de ese personaje que subordina todo a las exigencias del éxito de su negocio, a la retórica de las exigencias del dinero y a las relaciones que se iban extendiendo rápidamente, siguiendo al sistema de producción. El hombre que tenía alma económica, el hombre despojado de su humanidad es retratado con tino por la literatura. Dickens brinda en *Tiempos Dificiles* un cuadro del capitalista no muy diferente del de Marx. Sus Thomas Gradring y Josiah Bounderby, sobre todo éste último se cuenta entre los más llamativos tipos producidos por la revolución industrial. Paradójicamente, el retrato del burgués que nos brinda Marx resulta falto de la especie de rencor que encontramos en algunos afamados conservadores de época como Ruskin, Carlyle o Disraeli. Después de todo quizá los mayores elogios del *enemigo burgués* los encontramos en el *Manifiesto Comunista*. La capacidad de crear, de poner el mundo a su disposición, transformar lo que tocan o de dirigir el proceso de transformación como nunca antes había visto la historia, llenan las páginas del pensamiento de Marx sobre el burgués. Otra cosa es que Marx avanza una profecía, el burgués *nace para morir*, para ser superado por las propias condiciones que él crea. La vida que engendran está llamada a ser superada. El Marx profeta raya a menor altura que el analista porque no comprende que los deseos y la historia no



son cuestiones que, en muchos casos pueden unirse o que la naturaleza humana almacena más paradojas, ambivalencias y ambigüedades de las que es capaz de reconocer o que el destino no está circunscrito a un juego de suma cero, sino que la historia demostró que las profecías tienen su lugar en el mundo y prever el curso de los acontecimientos no es algo dispuesto para los humanos sino para los designios de los dioses. En todo caso, construye un cuadro vigoroso que ensalza la imagen que de este personaje tan notable la historia deberá encargarse. A pesar de Tocqueville, Carlyle o Balzac, la imagen que pasa a la historia es la que pintó Marx en su retrato. Hasta el momento, llamar a alguien burgués o capitalista es crear el retrato de una forma de vida, un repertorio de atributos basados en la teoría del individualismo económico que exige la subordinación de todos los valores a los intereses económicos.

Por el contrario, el burgués que pinta Max Weber, no está guiado por el afán de conseguir más riqueza ni por el afán de acaparar sino por la convicción de que en la creación de grandes riquezas, en la consagración a los negocios, las finanzas y el trabajo, se hace realidad los designios de Dios. La vocación naturaliza al burgués, pero el afán por alcanzar riquezas no se agota, hay un principio espiritual que lo determina; asegurar que Dios le mira, que aprueba su gestión porque él más allá está más acá.

Tenemos que agradecer a Marx la plasticidad para pintar otro retrato magistral; el del obrero o proletario. Obviamente no está Marx solo en esa tarea. Algunos de los novelistas que he citado —¡cómo no Dickens!— y otros como Victor Hugo en *Los Miserables* o Zola y su inolvidable *Germinal*, describen de forma sobresaliente la vida del obrero. No obstante, Marx introduce el alma en el destino del obrero. Explica el por qué de este tipo, le ofrece un destino y le augura resultados favorables en su peregrinar por la historia. Marx está seguro de que en los vaivenes de la historia se encuentra el destino del trabajador. La liberación del proletario se explica por la situación objetiva que lo define. Esclavizado por el hombre y la máquina, explotado por el sistema económico, reducidos al nivel de subsistencia, alienados de su trabajo, víctima del fetichismo de la mercancía y de las comodidades y del egoísmo del capitalista es, no obstante, capaz de reconstruir la vida a través de la reconstrucción de la historia de su liberación a través de la construcción del socialismo. Es en este proceso donde descubre el destino, descubre que comparte la situación e intereses con aquellos que tienen condiciones similares a las suyas y en este proceso de creación de solidaridad, irán desvelando que puede llegar a ser otra cosa. El obrero se dota de un destino confrontándose con el capitalista y descubriendo en el proceso sus auténticos intereses. La víctima no es

tal por mor de lo que realmente puede llegar a ser. El llegar a ser es el destino que descubre en la confrontación, es lo que puede redimir la situación objetiva en el proceso productivo y en el proceso de la vida.

El intelectual toma distancia sobre su mundo, aunque vive dentro de él, pero se aleja para comprenderlo en toda la dimensión. Puede utilizar como herramientas la literatura, el ensayo o el artículo periodístico. No es extraño que autores como Alexis de Tocqueville se dieran cuenta que el compromiso con los valores racionales, sobre todos los demás, por parte de los intelectuales, conducía a la guerra interminable entre éstos y las caducas estructuras institucionales del antiguo régimen. Los intelectuales se aventuraban con una labor de crítica impenitente a las estructuras y se adelantaban a su tiempo proyectando en el papel cómo podría ser el futuro. La crítica intelectual y el valor social de esta figura depende de la capacidad para leer el presente y para no conformarse con él, relatando aquello que era, para ellos, *manifiestamente mejorable*. El intelectual representa el profetismo en el compromiso con el tiempo y con la publicitación de sus puntos de vista. Ese querer decir y el querer estar le enajena de los lugares habituales, le aleja y le extraña de las corrientes dominantes de su tiempo, segregando un cierto *malditismo* de crítico del presente. El intelectual, en el retrato que se construye de él no es el individuo cómodo, es la conciencia de lo que quiere ser dicho, aunque no deba ser dicho. Es la naturaleza del *desvelador*, *el emboscado* que atisba lo que puede ocurrir, lo plasma y publicita.

### ***Las posadas de la modernidad tardía***

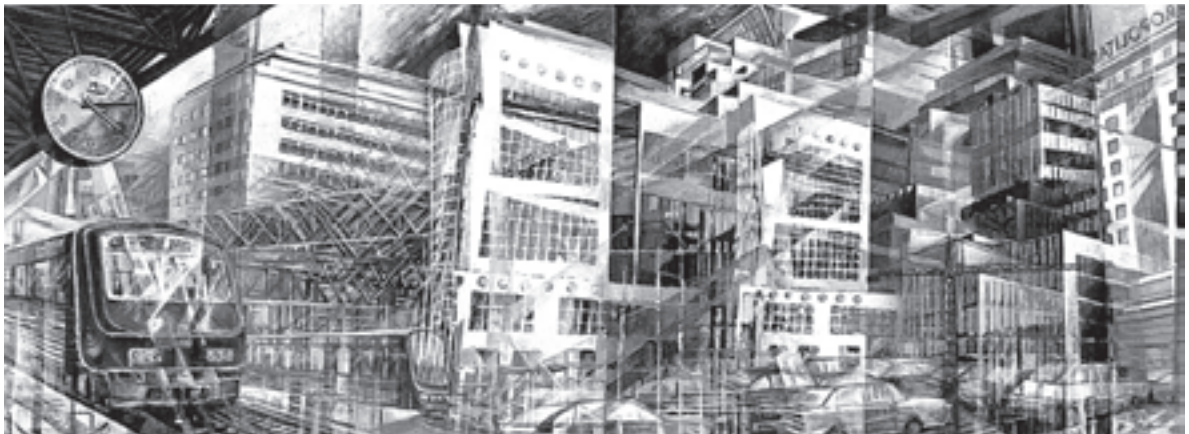
Esos retratos, esas figuras van y vienen a mi cabeza cuando intento buscar la salida de nuestras ciudades. Miro y miro como nada ha quedado fuera del «furor» urbano, de las construcciones aceleradas, de la prisa por ocupar los milímetros de suelo urbanizable. Sólo las pequeñas plazas, desperdigadas aquí y allá, donde casi no cabe construcción alguna recuerdan y hablan de la socialidad. Quizá los escolares pueden abandonar las aulas para ver y tocar lo que es el fenómeno urbano y los efectos de la industria invasiva. Traerlos aquí, que vean, que toquen, que huelan la ciudad ¡Qué lejos queda del sueño de los urbanistas ingleses del siglo XIX o de las desesperadas llamadas del locuaz Howard y de sus ideas de ciudad jardín. No oímos hablar a nadie de Le Corbusier, parece que no hay lugar para el art decó o que el modernismo y el racionalismo no tienen cabida en sus calles. Quizá sea alguna «maldición» desconocida para mí lo que me impide atisbar más de seis árboles seguidos, ningún jardín y sí la hegemonía del urbanismo invasor que une y destruye con pasión y constancia. Atravesando las

calle creemos encontrar una tarea para los héroes que en el mundo son; rescatar el urbanismo de las garras de la especulación urbana, conceder a las ciudades la posibilidad de ser lugares de encuentro y de humanizar los entornos urbanos. Vista la perspectiva me pregunto si los paisajes que contemplo no son nuevas posadas, las posadas comerciales como referentes de «nuestra» nueva vida ¿Media Market, Leroy Merlin, Saturn, Ikea... no son lugares de culto?, ¿posadas donde descansar y entablar conversación con uno mismo y con los objetos que todo lo invaden? En estos nuevos «templos» no se habla del turno de trabajo ni de las condiciones de vida, sino de colores, de productos electrónicos, qué sofá comprar o cuál es el ordenador más potente.

El tránsito por estas avenidas no deja indiferente a nadie. El viajero cuando pasea mira y mira el hormiguero formado por personas, coches en movimiento continuo y la aceleración de los gestos que inundan el nuevo solar. Vuelvo la mirada hacia atrás y ya no hay chimeneas, o al menos yo no las veo. Una persona joven pregunta, ¿sabe usted donde está Ikea? Y yo, nada proclive a vivir fuera de ese mundo, señalo el lugar exacto de la posada. Ella se dirige con paso firme a la búsqueda de los nuevos mesoneros, las viandas que le esperan no irán al estómago directamente sino a engrosar la larga lista de cosas que nos permiten ser y estar en este margen de *la ruta de las posadas*. Uno no puede dejar de pensar que la mutación es de tal calibre que tardaremos tiempo en percibirla con toda su grandeza. Hace quince años estábamos trabajando el hierro y los barcos, hoy *vendemos* ocio y consumo; ¿podemos hablar que estamos transitando desde Altos Hornos a Ikea, desde la Naval a Carrefour o de la Babcock a Leroy-Merlin..?, ¿de la fábrica al laboratorio?, ¿del producto al diseño?, ¿del proceso al prototipo?

FOTO 3

La ciudad que emerge (BADOSA, 2000).



ANDER GURRUTXAGA ABAD

Lo que descubren las nuevas posadas es que los paisajes miran hacia adentro, se reconocen en lo que pueden ver, oír, tocar y soñar, que el paisaje que domina es el del consumo, que éste es *la vocación* y que el cuadro de necesidades irrefrenables no se somete a la lógica del límite. Por eso casa mal con la lógica de la necesidad. El consumo no trabaja para satisfacer necesidades ciudadanas sino para fomentar «vocaciones», erigir estilos de vida y un destino ante el que hay que inclinarse; ésta es la vara de medir, con ella y a través de ella el consumo es evidente, «*lo único por lo que vale la pena vivir*», la medida de las cosas. Es la manifestación del triunfo de la basura; el cubo de la basura representa la cara más real de la actitud del consumidor; se compra para tirar y ¡qué mejor recipiente que el cubo de la basura! por eso cuanto más desarrollo socioeconómico, más consumo y más desechos. Desarrollo y basura son dos procesos de un mismo hecho; la evidencia del consumo. El placer de consumir sucede al placer de consumir y éste al siguiente hasta crear una cadena de nodos ilimitados que se alimentan a sí mismos y que exhiben el placer de la evidencia de la vocación de los consumidores.

No se consume ni para ser ni para tener, tampoco para estar, se consume para usar, tirar y olvidarse de lo que acabas de consumir. Por eso, el consumo es una identidad que encierra los secretos de la vida. Es, si se me permite la expresión, una nueva religión y la sacralización del Dios de la banalidad. De eso se trata y a eso se juega. Su importancia y su valor no sólo incide en el campo de la economía, en los territorios de la cultura o en la socialidad del vínculo social; es identidad, es estilo de vida; es norma de vida, es vocación, es interlocución y es una forma de estar en el mundo y ante el mundo y el éxito no es tampoco la acumulación de paradojas y de contradicciones sino que puede ser todo esto a la vez. Como si de un compuesto químico de nuevo diseño se tratase sintetiza contradicciones y paradojas, las singulariza y transforma en estilos de vida. Por eso, es economía, cultura, sociedad y política. No desdeña nada sino que todo lo engulle para sintetizar nuevas formas de vida. Es, dicho de otra manera, la respuesta a la naturalización de la incertidumbre y a los problemas de sentido y significado de nuestro tiempo. Su verdad no se encuentra en los dispensarios de las grandes marcas o en los anuncios publicitarios. No. Su verdad está en el cubo de la basura. Sígase el recorrido y los contenidos de esos recipientes y averiguaremos cual es la verdad de la sociedad de la información y del consumo. Los procesos de nuestro tiempo pueden descansar cuando saben que uno de los túneles de entrada y de salida tienen como principio y puerto de llegada algunas de las múltiples agencias de consumo y, casi siempre cerca de ellos, «un tumultuoso basurero».



FOTO 4  
Lector frente a un paisaje imaginado  
(BADOSA, 2000).

### ***Paisajes de ahora***

La exhibición de la marca es el signo de este paisaje. Es como si el espacio y el tiempo estuviesen ausentes de la situación. No se trata de superarlos sino de reconocer que no están, que no juegan papel alguno, que cuando se les nombra es para decir: *no están*. Es, por ejemplo, lo que ocurre con la identidad de las marcas, podemos encontrarlas en cualquier sitio y en cualquier lugar pero las tiendas que las venden no son sino los soportes desnacionalizados de la imposible nacionalidad. Las marcas sobrevuelan los procesos espaciales a los que se las quiere someter. Se puede estar en Canberra, Londres, Berlín o Singapur, comprar trajes de Armani, vestidos de Ralph Laurent o deportivas Nike. Puedes entrar en el hotel y tendrás que pararte a pensar donde estás porque el orden del espacio será, si no idéntico, sí muy similar al que dejaste en la ciudad de origen o en tu último destino. La música del ascensor será «internacional», el orden de las habitaciones similar al que conoces y el hotel responderá a la lógica organizativa que tan bien distinguen los usuarios. La pregunta que cualquier cliente puede hacerse no es baladí; *¿dónde estoy?* Seguramente tendrá que pararse a pensar la respuesta porque la impersonalidad de los objetos definen un espacio que no es el local, ni del que procedes ni el reivindicado, ni tan siquiera el soñado, es un espacio genérico, impersonal, adaptado a la generalización del espacio que te acoge. Funcionan porque son espacios sin arraigo, espacios de consumo, los utilizas, desgastas, pero no esperas nada de ellos, no son ni espacios impersonales ni espacios con sentidos, están suspendidos en el aire., flotan y se ofrecen para *aparentar tener y para ser*.

Internet es uno de los ejemplos ilustrativos de los espacios genéricos de innovación, podíamos decir que este soporte es el instrumento, ¡sí! pero es la apertura a un nuevo espacio, el espacio mediatizado, recogido en pantalla, pleno de órdenes precisas para su funcionamiento. Bajo su dominio funcional relatas y ves lo que ocurre a través de la pantalla. Es, en este caso, la mediación necesaria. Pero lo mismo que ocurre con Internet, ocurre con la telefonía móvil, la televisión por satélite, los portales de Internet o los espacios de juego y admisión como Google, YouTube, etc. ¿Qué producen?, ¿qué crean?, ¿qué consumen? Es economía ingrátida o es, por seguir la expresión de G. Ritzer, es la globalización de la nada, pero eso no quiere decir que los resultados económicos se hayan volatilizado, como si el mundo estricto, material, de la economía ya no estuviese. Todo lo contrario, en una economía de flujos donde los instrumentos son las piezas irremplazables de esa economía, éstos son la garantía de que las redes están, lo que ocurre es que no obedecen al orden de la producción material de la etapa fordista donde el sistema de la producción se materializa en productos mensurables, en mercancías que obedecen al valor de la producción. Hoy la producción tiene un expositor; Internet y las tecnologías al uso que la acompañan en su desarrollo, pero la producción no necesita grandes fábricas que definen el ciclo productivo completo sino que dependen de que funcionen los laboratorios donde se crea el conocimiento.

Los laboratorios crean prototipos y diseños y una vez que se experimenta con ellos se transforman en productos, en marcas, en signos que diferencian y distinguen, pero lo que producen y acumulan tiene que ver con lo semiótico, con los signos. Los grandes centros de producción de la economía del conocimiento crean mercancías —signos, un sentido genérico y conocimiento— o dicho de otra manera, crean *la diferencia que homogeneiza la universalización de la diferencia*. De tal manera, lo que se acumula es semiótico y no material. Lo que se acumula tiene dueño, es abstracto y debe ser valorado. Se valorizan los prototipos, los diseños y las marcas. Los valores intangibles como las ideas adquieren valor porque la pugna en el mercado es por el control de las ideas susceptibles de transformarse en prototipos que producen el valor simbólico y semiótico, la diferencia que valoriza la materialidad del producto. Todos llaman a innovar, como si detrás de la puerta de salida del museo colgara una frase: *innova*.

Es como si el atributo del individuo fuese el «hombre sin atributos» de la segunda modernidad, es decir, «*el hombre con retrato*». Este no se presenta sin nada ante la sociedad sino con un conjunto de reglas y éstas no son el peor instrumento de su arsenal. En todo caso, exige al individuo que sea al menos un estratega de su propia vida, que maneje

la racionalidad con arreglo a fines —como si esto fuese fácil—, que planifique sus deseos, previendo consecuencias y resultados, que adopte una mentalidad flexible, abierta al cambio y a la innovación, es más que acepte el cambio como estrategia vital de vida, que sepa mirar por sus intereses no comprometiéndose con los demás por encima de lo que marcan y demandan. No debe olvidarse del cálculo ni de las consecuencias más desalentadoras que algunas de sus acciones pueden tener en relación con sus intereses. Llevado este argumento hasta su plano lógico, lo que de verdad anuncia es la opción, la definición personal de los bienes sociales y las instituciones sociales y el fin de las imágenes fijas, predefinidas, del hombre.

El ser humano tiene que elegir entre posibilidades, es *homo optionis*. La vida, la muerte, el género, la identidad, la religión, el parentesco, el matrimonio, los vínculos sociales, todo ello se vuelve objeto de decisión. El peligro es que es ese nivel de habituación colectivas, de cosas dadas por descontadas, lo que está desfragmentándose en una nube de posibilidades que deben dilucidarse y negociarse a cada paso. La capa de las decisiones hipotecadas se está metiendo por la fuerza en el nivel de la toma de decisiones. El retrato nos indica que la vida pierde su cualidad de obviedad. Esto crea un mercado para la industria de las respuestas, cuando esto se produce es el momento de acudir a los expertos, a aquellos que manejan la información sobre las consecuencias de este tipo de cosas, es el momento de la aparición estelar de aquellos que saben manejar la información, la soledad y las incertidumbres, es como si la individualización generara sus saberes. Una y otra están protegidas y son gestionadas por aquellos que «saben» manejar la información de su soledad e incertidumbre.

Es como si los parques industriales de la tardía modernidad elevaran la información, la gestión de la soledad y el manejo de la incertidumbre a la categoría de industrias básicas de esta segunda modernidad. A su alrededor se gesta el mercado y las mercancías; la popularización de la psicología, de las técnicas y de los textos de la autoayuda, de la religiosidad laica de la *new age*, misticismos diversos, orientalismo para andar por casa, técnicas ancestrales como el yoga, revivales étnicos, invenciones de nuevas diferencias y así un largo etcétera. Todas son respuestas posibles ante la incertidumbre que provoca al *homo optionis* su bien predilecto; la opción individual.

Todo vale si «valer» significa individualización, de tal suerte que las cosas pueden ser híbridas, ambivalentes, ambiguas, carecer de sentido para aquél o aquellos que se encuentra alejados de ellas, pero en cambio, ser coherente y válidas para aquellos que con ellas se identifican. No es

extraño que lo híbrido y lo ambivalente se sitúen en el mismo plano que otras realidades, aparentemente más antiguas, más tradicionales, con más «pedrigí». Es el triunfo del relativismo individualizado que deja de serlo cuando es adquirido por grupos o individuos en el mercado de la diferencia que señala la individualización. Igualmente, los temas en los que se diluyen y agotan los individuos se proyectan en las más diversas esferas de la vida. Pueden variar desde cuestiones pequeñas, inmediatas, de la vida cotidiana, hasta cuestiones más elevadas que tienen que ver con la definición de principios. La consecuencia de este proceso imparable es que a medida que gana terreno la segunda modernidad, «Dios, la naturaleza y el sistema social están siendo paulatinamente sustituidos, a grandes y pequeños pasos, por el individuo, un individuo confundido, despistado, indefenso y sin saber qué hacer ni a qué santo encomendarse. Con la abolición de las antiguas coordenadas surge una cuestión que ha sido a la vez reprobada y aclamada, ridiculizada y sacralizada, y declarada culpable y muerta; la cuestión del individuo. Cosa rara, el individuo lo ocupa todo, pero ¿dónde está? ¿porqué se esconde? Quizá debemos volver al museo.

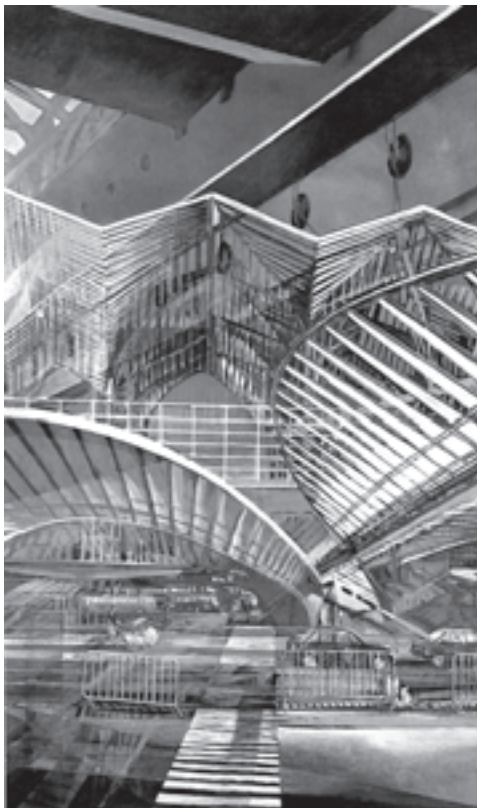


FOTO 5  
Paseando entre el complejo laberíntico de la modernidad contemporánea  
(BADOSA, 2000).