

Postimagen de la ciudad turística

Eloy Méndez*

La ciudad turística es destino de consumo que prioriza la vivencia del hoy mismo, del fragmento de espacio protegido en la burbuja, de lo efímero. Con ella, la imagen como representación del atractivo publicitado abandona la prisión material del papel impreso en la tarjeta postal o el grabado del cartel y se vuelve etérea en la pantalla. El volátil espesor de la imagen fija se esfuma en mega-píxeles, los gránulos fotográficos se atomizan en el plasma. Es decir, la ubicuidad de las imágenes ya no se retiene en el cuadro, más bien sugiere un flujo continuo que sin permiso invade a su antojo territorios, mientras la inusitada movilidad del turista desaloja privacidades y experimenta sensaciones. Cuando la representación plástica se desprende sin trámite del cuerpo que le soporta se pierde su control, se logra que las narrativas se tornen arcaicas de manera cada vez más apresurada.

¿Qué queda tras los vestigios de la imagen? El residuo es la postimagen. Permanece el cuerpo desnudo de la simulación, el patio trasero de la casa, el teatro sin bambalinas, la fuente dislocada de sus emanaciones. Es el imaginario, o si se quiere, la imaginación, el origen sin cara, puesto en el punto justo de la prefiguración, donde las representaciones vagan sin dueño, cuando se decide la morfología de las cosas, algo así como la vista del espejo antes del reflejo figurativo en su superficie. Ahí ya se ha posicionado el artista y en particular el diseñador, por eso no es extraño que se

*Doctor en Urbanismo. Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F. Investigador SNI III. Línea de investigación globalización y territorios (CEAN) Colegio de Sonora.

adjudiquen la gracia divina de dadores de forma y de vida, un poder recientemente expropiado por las inmobiliarias y los gestores urbanos que se distribuyen la ciudad sin mediaciones sociales. Y en este vértice podría ubicarse la meta de nuestras reflexiones colectivas con el propósito de incidir en las formas y distribuciones que ha de adquirir la nueva ciudad, pues el imaginario nos pertenece, no es objeto de expropiación y sí es fuente inagotable de mundos posibles, de innovadas utopías.

Va aquí una brevísima argumentación. René Magritte sugirió desde la pintura varias aristas de la diferencia entre el objeto y la imagen, claves para analizar y ante todo evidenciar la autonomía de la imagen. En *La condición humana* (1935), plasmó el reducido fragmento de una vista al mar desde el interior de un edificio ubicado al ras de la arena. Cielo, mar y playa iluminados aparecen a través de un vano, donde a su vez está un cuadro sobre el caballete en el que se continúa la vista del exterior. El cuadro se hace ventana para captar justo lo que no vería el pintor debido a la opacidad del muro y de la tela del cuadro. Irónico, recogió el cuadro del cuadro, o la vista de la vista. Para el observador no se trata de la sustitución del paisaje por una pintura, sino la representación de la representación que prescinde del original y brinda autonomía a la imagen. Esto, no sólo por el hecho de repetir el objeto, sino sobre todo porque es un instrumento de manipulación visual que recuerda que el paisaje no está en ninguno de los dos planos registrados y confundidos en uno. El autor no intentó obsequiarnos con el privilegio de una composición marina, ni siquiera con mostrar la posibilidad de engaño mediante la imagen, sino enseñar el tránsito de la realidad en el ámbito de la pintura. Se propuso hacer visible la imagen plasmada para sólo señalar que es imagen. Juega con el

paso de lo visible a lo legible y aplanando lo visto evitando la diferenciación de los planos en profundidad a la vez que delimita la geometría precisa de las figuras, logrando la ambivalencia entre volumen y plano. Y la paradoja: lo legible descansa en la desconcertante levedad de la imagen.

El orden cósmico del sol, y por extensión las intermitencias cíclicas de la luz, es origen del imaginario urbano primario, la legibilidad. En el imaginario medieval Dios es luz, del mismo modo que lo alto y fuerte escapan de lo bajo y vulnerable. Tanto la arquitectura como las ciudades han sido en la historia persistentes pruebas corpóreas del orden que inspira la centralidad solar. El trazo de calles y caminos, la ubicación de las construcciones, el acceso a la ciudad, al templo o a la casa, se convirtió en rutina asociada al levante y al poniente, a su vez cargados de valores naturales y sacros. Las sociedades han adecuando el espacio habitado a los ciclos astrales, al amanecer y anochecer, a la luna llena y luna nueva, las estaciones, sequías y lluvias, así como a las topografías, temperaturas y vientos. Cada cultura guarda cierta correspondencia con las coordenadas de su territorio, ha subordinado el espacio manufacturado o cuantificable a la diacronía. Luego, la forma en que los modernos imaginan su sociedad supone un orden moral que rige lo justo y anima al esfuerzo por obtenerlo a lo largo del tiempo.

Este orden se sustenta en normas de coexistencia acordes con una visión del mundo compartida, instrumentada en el derecho y la economía. El bien actuar se propondría satisfacer el beneficio mutuo y la seguridad colectiva. Los antiguos suponían que la ciudad propiciaba vida plena, luego asociada en la Edad Media con la idea de

libertad, símbolo de la vida social ideal a lo largo de la historia. Con la globalización, las marcas culturales se han desterritorializado, a la vez que las ciudades se constituyen en los núcleos urbanos condensadores del fenómeno cultural en general, no tanto sedes de objetos o atractivos singulares. La gran ciudad como totalidad es el atractivo de consumo, ante un turismo que borra la tradicional dualidad de residentes y turistas, más todavía, cualesquier núcleo urbano aparece de pronto con potencialidad para el turismo y el nativo tiene al alcance la experiencia turística en su lugar de residencia. Más bien, las poblaciones se diferencian por su arraigo o desarraigo. En otras palabras, el turismo como experiencia fuera de lo habitual abre posibilidades inéditas mediante la alteración efímera del entorno cotidiano. Así lo confirma la simulación de la línea fronteriza México-estadunidense en un pueblo de Hidalgo, o los tours en el riesgoso Tepito defeño, o el *mall* subterráneo con clima tropical en el Canadá. La condición previa para lo extraordinario lúdico es la legibilidad, el dominio del código de lo ordinario.

Lo legible deriva de los materiales y su disposición, o diseño. También puede decirse que guía la manufactura de la luz (al hacer una escultura en una pieza de mármol, ¿se esculpe la masa compacta o la luz etérea?). Los prismas puros y los planos limpios dejaron de ser sólo geometrías materializadas o volúmenes útiles, concebidos ahora como variaciones en la percepción de la luz. Esto es, un material constructivo expuesto no importará ya tanto por su función –que suele ser prescindible–, sino por su apariencia. Sin embargo, los proyectistas modernos del estilo internacional inclinaron sus prácticas hacia la racionalidad económica que propició la certidumbre tecnológica, antes que jugar con la ambivalencia planteada. O sea, ante la atracción ilusoria de la

transparencia de la casa de cristal, se construyó la utopía del reflejo evanescente del plano espejo mediante muros de vidrio, mármol pulido, pilares cromados y espejos de agua. Ante ésta, se naturalizó como real la caja híbrida contenedora de movimientos, fabricada con vidrio y estuco, marginado el espejo. Con la preservación de la privacidad se prolonga lo legible como equivalente a lo visible. Lo propio del lugar es visible o, más bien, sensible, para quien lo construye, a la vez que se oculta o es invisible, o desdeñable para quien sea ajeno al sitio. Es decir, las convenciones edificatorias recuerdan que el orden no sólo distribuye o dosifica, también impone límites a la mirada, la cual no sólo se remite a lo que se “ve”, también a lo que se recuerda, a lo que se da por sabido o vivido. Con la centralidad del consumo, el consumidor cosmopolita demanda espacios homogenizados, reconocibles y hasta familiares. Pero la ciudad como fenómeno material es fragmentaria, induce movilidad, concentra emblemas y así alimenta la segmentación del tiempo-experiencia y el espacio-episodio. Cada segmento se resuelve con la fórmula de la tematización alegórica según la McDisneyficación, dispuestos en montajes de escenarios fantásticos-mágicos-espectaculares.

Mas la morfología de la ciudad se desliga de los contenidos, la forma cobra autonomía y retiene significados que no contiene. Con la irrupción de los medios masivos en las multitudes y extensiones metropolitanas, los movimientos en el espacio urbano se tornan sincrónicos y asincrónicos, continuos e intermitentes, plegándose y desplegándose en función de múltiples centralidades dispersas que aglomeran las diferencias, interconectadas por los flujos de producción y de mercado que reúnen y se apoderan de las partes de lo urbano y de la naturaleza. Lo urbano es entonces forma de

simultaneidades que no sólo yuxtapone y sobrepone sistemas, también conjuga redes de núcleos centrales interrelacionados, lo cual aparece legible. Se trata de una legibilidad facilitada por la transparencia de la forma urbana, que revela y oculta tras lo garabateado e inacabado en calles y paredes a la vez “leído”, vivido y soñado, que se nos presenta como imagen mental de la ciudad. La cual reclama realidad y ésta a su vez muestra día a día la aberración ingenua de la representación alegórica de la seguridad separada de la inseguridad, contexto ineludible de la búsqueda turística de lo exótico, auténtico o genuino en elusión de lo cotidiano ordinario, posible de lograr mediante la reconfiguración extraordinaria de la vida cotidiana. Siempre y cuando se exima del riesgo.

Para terminar. Este horizonte plantea desafíos epistemológicos inseparables de las prácticas turísticas a impulsar y por ende reclaman creatividad e innovación: 1º., si la postimagen es desterrada por las prácticas generadoras de un marketing apoyado en formas visuales simples y homogéneas identificables en el mundo globalizado, supuesta demanda del consumo turístico rápido, con la justificante de la comunicación instantánea del hoy mismo, ¿cómo pasar de lo visual a la pertenencia local?, en otras palabras, ¿cómo fortalecer el atractivo cultural ligado íntimamente al lugar y a las poblaciones arraigadas?; 2º., cuando el nuevo perfil del turista, habilidoso e informado de la trastienda de la oferta, irrumpe los umbrales de la contemplación de la ciudad museo y se involucra en la ciudad escena, ¿cómo revalorar los bienes patrimoniales frente a la mirada evanescente del consumidor?, o sea, ¿cómo ingeniar montajes configurados en la lógica de lo extraordinario sin dislocar el entorno cotidiano?, y 3º.,

ante el urbanismo autoritario del enclave turístico que aplana las rugosidades de realidades locales para insertarlas en los circuitos globales de la simulación, ¿cómo preservar el encanto de lo auténtico, sin duda anclado fuera de los megaproyectos emblemáticos de la seguridad?

Éstas y otras preguntas más interesantes serán exploradas en el coloquio, según hemos visto en las ponencias y conferencias propuestas. Confiamos en que saldremos de aquí con nuevas preguntas y más herramientas para abordarlas.