



Vol 4, Nº 9 (febrero/fevereiro 2011)

LA SEGURIDAD EN VIRILIO Y AUGE: DE LA TESIS DE LOS NO LUGARES A LA CIUDAD-PÁNICO

Por Maximiliano E. Korstanje

The Philosophical Society of England, Newcastle, UK.

International Society for Philosophers, Sheffield, UK.

Universidad de Palermo Argentina

Resumen

En un momento, en que los miedos y las cuestiones identitarias parecen estar a la orden del día, el siguiente trabajo de revisión enfatiza en las contribuciones y limitaciones de dos filósofos post-modernos de talla internacional, Paul Virilio y Marc Augé. Desde una perspectiva crítica, sometemos a sus trabajos a la luz de una óptica que pone en duda la capacidad de la modernidad para generar lugares carentes de sentido y vínculo histórico. Aun cuando son innegables los avances tecnológicos en materia de imagen y desplazamiento, parece algo dudoso que la esfera estética haya avasallado a la ética y la política.

Palabra Claves: Sobre-Modernidad, No Lugares, Imagen, Augé, Virilio.

Abstract

In a moment of social life characterized by the emergence of fears and identity issues, the present paper puts emphasis on the contributions and limitations of two well-known post-modernist philosophers as Paul Virilio and Marc Augé. Based on a critical perspective, we put their contributions under scrutiny confronting the adequacy of modernity to create non-places lacking from historical background. Even though, it would be unquestionable the recent advances in technology and displacement fields, it appears to be hard to believe that aesthetic sphere rules over politic and ethic ones.

Key Words: Post-modernity, Non-Places, Image, Auge, Virilio.

Introducción

Los enfoques existentes sobre la filosofía del turismo descansan en tres elementos principales interrelacionados entre sí: el turista, su medio de locomoción y el anfitrión que lo recibe. La realidad ontológica del fenómeno se funda sobre una de las necesidades humanas de evasión y descanso. Según la bibliografía especializada, la división del trabajo impone cierta disciplina de la cual el individuo busca desprenderse temporalmente: esas son las vacaciones, espacio mítico consagrado a la restitución¹. El vacacionar turístico no implica quedarse a vivir en un lugar específico –aunque pueda suceder-, ese accionar se configura como un acción dialéctica de relación con ese otro – hombre o lugar- visitado. En consecuencia, el desplazamiento está condicionado por un estímulo o motivo que le da nacimiento. Por regla general, el interés del turista o viajero no es otra cosa más que su propia visión del mundo. La experiencia turística puede comprenderse desde la visión del turista, en-el-ser-turista y la relación construida con el sistema turístico². El presente trabajo de revisión crítica focaliza en dos autores que han estudiado en los últimos años el tema de la movilidad y el temor como formas institucionales vinculantes. Tanto el polémico Marc Augé con su tesis de los no-lugares como Paul Virilio con su trabajo sobre las ciudades-pánico parecen tener algo que decir en este fenómeno postmoderno que es la inseguridad que el propio viaje despierta, precisamente en una época caracterizada por la exacerbación simbólico-cognitiva de la seguridad.

MARC AUGE

El desplazamiento y la creación de lugar

El término no lugares fue acuñado por el etnólogo y filósofo francés Marc Augé. En el año 1992 escribió *Non-lieux. Introduction a une antropología de la submodernité*, cuya edición en español se tradujo como *Los No Lugares, espacios de anonimato*. Para el autor “*si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar*”³. La tesis central de Augé, es que los no lugares surgen como espacios de anonimato producto de los viajes modernos en donde no hay identidad ni conocimiento del otro. Si el lugar es hogar antropológico como espacio productor de identidad, entonces un “no lugar” reconvierte la territorialidad. En palabras del propio autor, después de definir un “no lugar” como un espacio de no identidad, dice “*la hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que, contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos*”⁴.

Entre los elementos analíticos que forman un no lugar se encuentran: a) una saturación de sentido de hechos presentes producto de la sobre-modernidad, b) la superabundancia espacial del presente, producida por los medios de transporte y la comunicación, c) la exacerbación del ego provocado por el universo de la territorialidad. En resumen, la condensación de presente olvida la historia, los lazos sociales y propia identidad del

¹ Guzmán, J. J. “Algo de Filosofía en torno al turismo“. Gestión Turística, número 1, volumen 1 Diciembre, 2007, pág. 72-87. – Muneé, F. *Psicosociología del Tiempo Libre*. México, Editorial Trillas, 1999.

² Panosso Neto, A. “Filosofía del Turismo: una propuesta epistemológica“. Estudios y Perspectivas en Turismo, volumen 16, número 4, 2007, pág. 392.

³ Augé, M. *Los no lugares: espacios de anonimato*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1996, pág. 83.

⁴ Op. Cit. Pág. 83.

viajero quien a su vez, se convierte en un portador de la sobremodernidad. El anonimato de aquellos quienes transitan por un no-lugar que puede ser una ruta, un aeropuerto o una Terminal de buses desarticulan los procesos de vínculo con el territorio. En este contexto, las fobias y los temores a viajar no serían otra cosa más que reacciones equilibrantes por el exceso de anonimato. No obstante, la postura y el desarrollo del autor parecen insuficientes en cierto sentido por tres motivos principales. En primer lugar, su retórica y su método hacen la lectura en ciertos párrafos sumamente ambigua y confusa. Segundo, el autor no puede precisar cuales son las causas que generan un no lugar como así tampoco los contextos específicos por los cuales un lugar se convierte en un no-lugar. Por último, si se parte del supuesto inicial que existen ciertos procesos macro-estructurales generadores de no lugares como ser la sobre modernidad y los viajes, no queda del todo claro cual es el papel subjetivo del hombre en ese proceso. Si un lugar, puede ser convertido o reconvertido en no lugar por la interpretación del sentido de ese tiempo y espacio, entonces como explicar aquellos procesos donde se produce el efecto contrario: las muertes en las rutas que construyen sentido para los deudos, las huelgas laborales en las terminales aeroportuarias, el recuerdo de un inmigrante que retorna después de muchos años, y el festejo de miles de personas tras un triunfo deportivo (entre otros muchos)⁵. Sobre este último punto, Augé se va a referir en *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos* cuando sugiere, “*lo que para algunos es un lugar, puede ser un no lugar para otros y viceversa. Un aeropuerto, por ejemplo, no tiene la misma condición a los ojos del pasajero que ocasionalmente pasa por él y a los ojos de aquel que trabaja en ese lugar todos los días*”.⁶

El mundo contemporáneo

Marc Augé considera que tanto el territorio como las construcciones simbólicas alrededor de éste forjan la identidad de grupo; así “*el espacio de la antropología es necesariamente histórico, puesto que se trata precisamente de un espacio cargado de sentido por grupos humanos, en otras palabras, se trata de un espacio simbolizado. Esta simbolización, que es lo propio de todas las sociedades humanas, apunta a hacer legible a todos aquellos que frecuentan el mismo espacio cierta cantidad de esquemas organizadores, de puntos de referencias ideológicos e intelectuales que ordenan lo social. Estos temas principales son tres: la identidad, la relación y, precisamente la historia*”.⁷ Pero, ¿cual es la acción de la historia en ese proceso?.

Específicamente, el etnólogo francés divide la historia como forma de registro de los hechos empíricos pasados de la historia experimentada y rememorada simbólicamente, cuya construcción persigue las dinámicas propias del grupo. En toda sociedad coexiste un movimiento tendiente a “la historia pasada” preocupado por la tradición y otro a “la historia futura” orientado hacia lo que va a venir. En este contexto, la modernidad actúa reduciendo las lejanías, los espacios y modificando las formas de alteridad. El otro, ya no es un ser “lejano, exótico y diferente”, sino que se encuentra -real o imaginariamente- cercano integrado a un mundo más amplio. En este sentido, “*el otro, sin los prestigios del exotismo, es sencillamente el extranjero, a menudo temido, menos porque es diferente que porque está demasiado cerca de uno*”.⁸

⁵ Korstanje, M. “El Viaje: una crítica al concepto de no lugares”. Atenea Digital, 10 (Otoño), págs. 211-238.

⁶ Op. Cit. Pág. 147.

⁷ Augé, M. *Hacia Una Antropología de los Mundos contemporáneos*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1998, pág. 15

⁸ Op. Cit. Pág. 25.

Por otro lado, la (post)modernidad “crea pasado inmediato” en forma desenfrenada; en otras palabras, todos los días se viven acontecimientos pasados e históricos que desdibujan la línea divisoria entre actualidad e historia. El constante pasado inmediato, genera modificaciones en las formas de concebir la alteridad y la territorialidad. Pero, ¿por qué el acercamiento debería generar miedo?. El vínculo o la relación es el criterio por el cual Augé define un lugar de aquello que no lo es. El autor considera dos ejes analíticos en cuanto a las representaciones de la modernidad: a) el binomio lugar y no lugar, y b) modernidad y sobre-modernidad. En este sentido, un espacio empírico puede ser comprendido como un “no lugar” cuando carece de vínculo e historia común. Por tanto, el traspaso de uno a otro estará marcado por la simbolización subjetiva. *La sobre-modernidad* se distingue de la modernidad por tres factores claves: una aceleración de los hechos históricos (condensación de presente), un encogimiento del espacio y una individualización de las referencias comunes. Ello conlleva a una pérdida del vínculo y en consecuencia en un sentimiento generalizado de angustia y miedo.

Las grandes ciudades están experimentando en sus centros una gran saturación de imágenes lo cual atrae a miles de viajeros y turistas por medio del espectáculo; pero por otro lado, este proceso despersonaliza las relaciones territoriales e históricas entre los actores. En los espacios urbanos predominan el consumo, las imágenes, las redes de información, medios de difusión, y la escenificación del mundo en detrimento de las relaciones humanas y la tradición. En parte, el acercamiento despersonalizado es el que genera temor. En otras palabras, el extranjero se acerca no como invitado sino como personaje anónimo. La modernidad ha encontrado una crisis de sentido que no es otra cosa que una crisis de alteridad. Hoy la identidad se impone a la alteridad. “*El endurecimiento de las categorías hombres/mujeres o nacionales/inmigrantes en una serie de países y fenómenos presentados a veces exageradamente como fenómenos de resurgimiento o de retorno (resurgimiento de los nacionalismos, retorno de lo religioso) atestiguan más bien el predominio de la lógica de la identidad sobre la lógica de la alteridad*”⁹. Por lo tanto, en la imposibilidad de concebir al otro como tal, se lo ha extranjerizado (extrañado).

El turismo como objeto de crítica.

Pero ¿qué relación tiene ese malestar al viaje?, ¿es el miedo al viaje un fenómeno derivado de la sobre-modernidad?. Marc Augé, no va a responder a esas cuestiones sino en la tercera de sus obras analizadas, titulada *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes* en la cual despliega toda su capacidad y argumentación retórica. Entonces, Augé dirige su crítica hacia las “formas estereotipadas” de viaje que genera el turismo, ficcionalizando el mundo y creando personas en espectáculos. En este sentido, “*el viaje imposible es ese viaje que nunca haremos más. Ese viaje que habría podido hacernos descubrir nuevos paisajes y nuevos hombres, que habría podido abrirnos el espacio a nuevos encuentros*”¹⁰. En efecto, las compañías turísticas “cuadrículan la tierra”, creando diversos recorridos, formas de estadías en espacios reservados para el no contacto. Las agencias de viajes son (según Augé) “*las primeras responsables de convertir a unos en espectadores y a otros en espectáculos. Quienes se equivocan de papel, como es sabido, se ven prontamente estigmatizados y si es posible se los envía de vuelta en charters a sus lugares de origen*”¹¹.

⁹ Op. Cit. Pág. 87.

¹⁰ Augé, M. *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1998, pág. 15.

¹¹ Op. Cit. Pág. 16.

En este sentido, el autor sugiere que es menester volver a aprender a viajar, para comenzar a ver nuevamente; ¿ello implica que viajamos ciegos?. Claro que una cosa es realmente viajar y otra hacer turismo, escribe el mismo Augé, pero ésta no parece ser la cuestión central sino comprender la relación que existe (si es que existe) entre el miedo y el viaje, o ¿es el miedo un resultado de la ficcionalización embriagante producida por el turismo moderno?. Nuevamente, Augé sugiere que el turismo crea sobre-realidades producidas por la ficcionalización; este espectáculo que pone cualquier realidad lista para ser observada sin más esfuerzo que sólo mirar un folleto o una pantalla, crea visiones “instantáneas”; en analogía con Disneylandia, el turismo permite visitar lo “no existente”¹². La accesibilidad a los destinos turísticos, como ser una playa, está supeditada a las diferencias y desigualdades propias de la sociedad; pero en esos escenarios la imaginación y la memoria se funden bajo ciertos recuerdos en donde uno pasa el tiempo, y el tiempo transcurrido sólo se recupera allí¹³. En los pasajes sucesivos, el autor advierte “*hubo un tiempo en el que lo real se distinguía claramente de la ficción, un tiempo en el que se podía infundir miedo contando historias aun sabiendo que uno las inventaba, un tiempo en el que iba a uno a lugares especiales y bien delimitados (parques de atracciones, ferias, teatros, cinematógrafos) en los que la ficción copiaba a la realidad. En nuestros días, insensiblemente, se está produciendo lo inverso: lo real copia a la ficción. El menor monumento de la más pequeña aldea se ilumina para parecer una escenografía*”¹⁴.

¿Que factores coadyuvan en la formación de estas escenificaciones?. La respuesta del autor a esta pregunta es, el primero de ellos es el turismo, seguido del crecimiento de las imágenes, la ecología, la lucha de clases y la demografía entre otros. La privacidad está puesta al servicio del no conflicto, o mejor dicho, al de la segregación entre los diferentes grupos: los ricos viven en sus residencias alejados de los pobres, los ancianos reclusos a geriátricos aislados de sus familias, etc. Los centros turísticos (ficcionalizados) serán el futuro del mundo real. En esta tesis, Augé invierte el sentido del verdadero viaje, del viaje turístico continuo. Si la modernidad creaba sentido de pertenencia, y el viaje adquiría un sentido relacional entre los hombres; el turismo y la sobre-modernidad se recluyen sobre lo falso. Por tanto, se comprende al turismo como un proceso de ficcionalización del viaje (auténtico) y de la creación de “otredad”. Siguiendo esta línea de pensamiento, no existe miedo a los viajes sino sólo a los desplazamientos o al turismo. En consecuencia, el recluso descansa sobre el firme suelo de lo real y todo viaje implica un miedo natural. Las representaciones orquestadas permiten desligarse del miedo al otro, que no es más que el miedo a viajar. A dejarse llevar por lo desconocido. El turista encarna ese otro ficcionalizado, representado estereotípicamente mientras que el inmigrante golpea la puerta de la realidad como otro cercano no contemplado por la sobre-modernidad. La tensión entre lo conocido y lo no-conocido se desdibuja por la ficcionalización del viaje turístico.

Tanto en la descripción de los no lugares, como en el Viaje Imposible, el autor relata su impresión de lo aparente, de aquello precisamente que sus ojos captan. Se trata de “una ideología de la mirada” (en sus propios términos) que llega al conocimiento por todos los órganos sensitivos (experiencia). Por tanto, su interpretación no se refiere tanto al objeto en sí, sino a una prolongación de su propia experiencia o a lo que Kant llamará

¹² Op. Cit. Pág. 31.

¹³ Op. Cit. Pág. 43.

¹⁴ Op. Cit. Pág. 57-58.

juicio sintético¹⁵. Filosóficamente, esta postura puede ser considerada como hermenéutica (como interpretación del con-texto). No obstante, la construcción de Augé con respecto al viaje y al turismo requiere también ser sometida ante los ojos de la crítica por varios motivos que se exponen a continuación. Más específicamente, existe una confusión entre lo aparente y lo subyacente. La tendencia del autor a considerar lo aparente como subyacente y viceversa, no permite una clara lectura del problema. Además, no queda claro el motivo por el cual la “sobresaturación de imagen” debe influir sobre los individuos disminuyendo sus vínculos relacionales, o mejor dicho, como la imagen desdibuja la historia y la memoria.

En el sentido expuesto, la hermenéutica se establece como una herramienta o una técnica de conocimiento filosófico (explicación sobre el como) pero no postula ni invierte la naturaleza propia del mismo (explicación sobre el que). El viaje es viaje, la imagen es imagen y el sueño es sueño para la hermenéutica. Como acertadamente, criticara H. Belting en su trabajo sobre la imagen, “*la producción de lo imaginario está supeditada a un proceso social, por ello la ficción no ocupa necesariamente el lugar de lo imaginario. El propio Augé, quien afirma esto, tiene que admitir que una imagen no puede ser otra cosa que una imagen. El poder que recibe vive únicamente del poder que nosotros el otorgamos. Este nosotros, sin embargo, no es en modo alguno tan anónimo como para que el yo se extinga de él*”¹⁶. El autor sugiere a Augé, que la virtualidad de una imagen no depende del anonimato ni del vínculo, sino del sentido social puesto sobre el objeto. De todos modos, el abordaje de Marc Augé (a pesar de su carácter algo profético y futurista) algo ha dejado como aporte en la relación de la imagen con el viaje. En otras palabras, el poder de la imagen para confeccionar los escenarios imaginativos en los que el yo estará inserto durante el viaje (predisposición). Al imaginar el nuevo destino, se ponen en juego construcciones pictóricas y semánticas previas provenientes de la literatura, el cine, la imagen, y los medios masivos de comunicación entre otros tantos. En realidad, no significa que el turismo genere ficcionalización del mundo y falta de relación, sino que su inicio (turismo) coincide con una construcción real o falsa puesta de antemano. ¿Aclara P. Virilio las dudas que deja la lectura de los trabajos de M. Augé?

PAUL VIRILIO

El motor de la imagen

Al igual que M. Augé, Virilio está concentrado en analizar el papel de la imagen en la modernidad y como esta afecta, de alguna u otra manera, la vida cotidiana de los hombres. Aun cuando ambos partan de análoga preocupación, diferentes serán sus correspondientes desarrollos en cuanto a la causa del problema sobre el cual meditan. En el siguiente apartado se discuten críticamente dos de los trabajos de P. Virilio, *el Arte del Motor* dedicado en primera instancia al análisis de la imagen y de los medios tecnológicos en el mundo moderno y *Ciudad Pánico*, obra la cual se refiere a la fractura del mundo luego del atentado al World Trade Center en 2001 en conjunción al afloramiento de los miedos urbanos.

En consecuencia, en *El Arte del motor*, Virilio sostiene que los medios masivos de comunicación industriales ejercen un poder sobre la población en general que raramente puede ser controlado. Cualquier intento por censurar la información transmitida por estos medios es vano, como así también las omisiones en las cuales estas grandes

¹⁵ Kant, I. *Crítica de la razón Pura*. Buenos Aires, Ediciones del Libertador, 2004.

¹⁶ Belting, H. *Antropología de la Imagen*. Buenos Aires, editorial Katz, 2007, Pág. 102

cadena comerciales caen para modelar la opinión pública acorde a sus intereses. En uno de sus párrafos el autor dice *“cuando la cuestión no consiste tanto en saber a qué distancia se encuentra la realidad transmitida, sino a qué velocidad viene a mostrarse su imagen sobre nuestras pantallas, es posible preguntarse, en efecto, si los medios industriales no alcanzaron un umbral de tolerancia que sería menos deontológico que etológico”*¹⁷. En efecto, el autor reconoce en el hombre una capacidad natural para comunicarse con otros, como así también una habilidad para adaptarse y sobrevivir a su entorno. La distinción entre lo que creemos real de aquello que no lo es implica la acción de ponerse en lugar del otro; esta proximidad audiovisual une a los hombres dentro de un mismo territorio, con signos compartidos y experiencias comunes.

Empero, la mediatización de la imagen a través de las cadenas de consumo industriales produce el efecto inverso, masifican la heterogeneidad en cuanto a un solo espectador; sin ir más lejos, en el teatro comenta el autor, cada espectador ve su propia obra mientras que en el cine todos ven e interpretan lo mismo. En consecuencia, para Virilio no puede hablarse de información sino de complejo informacional. Estas constantes sobrecargas de virtualidad generan en el hombre soledad, reclusión y malestar. El acercamiento de las distancias y la revelación del secreto, inventan a un otro enemigo. La naturalización de lo real y su imposición crean hegemonía y control; pero, ¿porqué afirmar que demonizan al otro?, o ¿no debería generar un efecto contrario?.

Al respecto, y aunque al igual que Augé, Virilio no puede responder a esa cuestión en forma específica. El autor entonces advierte *“con la aceleración ya no hay el aquí y el allá, sólo confusión mental de lo cercano y lo lejano, el presente y el futuro, lo real y lo irreal, mezcla de la historia, las historias y la utopía alucinante de las técnicas de comunicación”*¹⁸. Luego explica, si la distancia conserva la historia y las costumbres, es decir, los pueblos más lejanos aún se parecen más extraños y “congelados en el tiempo“, entonces el acercamiento hará que los hombres se crean más contemporáneos que ciudadanos. Las gacetas y los diarios íntimos de viajes han dado lugar los periódicos y cadenas informativas; de la crónica privada se ha pasado la publicación masiva. A la vez que se tecnologizan y aceleran los tiempos de las publicaciones también lo hacen los transportes y la forma de viajar; por lo tanto, en Virilio desplazamiento espacial y transmisión informacional son anverso y reverso de un mismo problema.

¿Es el acercamiento geográfico y psíquico una forma de declinar la imaginación?. En efecto, si lo es; y entonces Virilio afirma *“la prensa ejercerá así un control casi absoluto sobre la industria del libro, tendrá sobre las artes, las letras, el pensamiento, una influencia que ningún príncipe ... se ha atrevido a pretender hasta entonces, escribiría Luis Veuillot, quien afirmaba que las revistas terminarían por matar al libro. No serán las revistas o los premios literarios amañados los que lo matarán, y la literatura de las grandes distancias se agotó al mismo tiempo que las distancias geográficas, con el efecto de empequeñecimiento provocado por la aceleración de las técnicas de transmisión y transporte”*¹⁹. No obstante, Virilio refuerza la apuesta y entabla una relación entre información, transportes y la guerra. Esta última, ha dado como resultado el surgimiento de la información sistematizada, como también las nuevas innovaciones en materia de transporte. Asimismo, el ejército debe responder por

¹⁷ Virilio, P. *El Arte del Motor: aceleración y realidad*. Buenos Aires, ediciones el Manantial, 1996, Pág. 17.

¹⁸ Op. Cit. Pág. 45.

¹⁹ Op. Cit. Pág. 57.

sus actos en la guerra pero al igual que los medios nunca lo hacen. En sí, todo movimiento implica una ceguera temporaria. El mundo que miramos, está pasando y en el desplazamiento, o mejor dicho en la aceleración del mismo, se pierde la mirada. Esta forma de relacionar aceleración y observación une (parcialmente) el pensamiento de Virilio al de Augé.

Virilio se encuentra interesado en un desarrollo diferente y enfoca sus esfuerzos en el papel de la maquina como forma artística. La velocidad es puesta al servicio de quien puede pagarla; hoy día los viajeros de primera clase conectan dos ciudades en tres horas mientras los de tercera hacen el mismo trayecto en seis. Los inicios de la era industrial trajeron consigo un exceso de trabajo y una disminución de su tiempo en las sociedades, como también una gran mortalidad por los esfuerzos físicos diarios. *“El advenimiento del motor, al permitir a la mayor cantidad de personas tener una vida más larga, creo una nueva aprehensión del tiempo, la de un exceso de tiempo ligado a una menor cantidad de movimientos del cuerpo pesado y a la naturaleza diferente de sus rendimientos motores, cierta ociosidad que al relativizar nuestras acciones relativizaba también nuestros pensamientos”*²⁰. Los progresos en materia de comunicación verbal, audiovisual y física transformaron la manera de comprender el desplazamiento. Ya no existe la idea de un *aquí* para un *allí*, sino de un *ser ahí* y un *no ser ahí*. Las incomodidades del viaje de hace siglos, se transforman en una gradual pérdida de sensaciones; hoy día una película (generalmente de moda) reemplaza el tránsito y las sensaciones que se pueden experimentar por parte del viajero. El hombre continúa viajando por medio de la mirada, pero ese paisaje es puesto a voluntad por un motor virtual. Asimismo como en Augé, Virilio está convencido que el turismo también es una puesta en escena que incurre en la deslocalización de lo local pero con un interés de dominio: *“el actual turismo internacional renueva una vez más esa violencia colonial, con la implantación de clubes de vacaciones o palacios que en lo sucesivo se parecen a puestos avanzados, en regiones la mayoría de las veces miserables y hostiles”*²¹. En pocas palabras, el turismo y la hegemonía del capital deben su existencia a la aceleración motriz.

Ahora bien, si los medios de locomoción reducen el tiempo de traslado, ¿no implicaría ello mayor disponibilidad de tiempo para el sujeto?, y si es como dice, ¿por qué se empecina el autor en sostener el agotamiento final del tiempo por la velocidad?. Si el espacio se agota en el tiempo, entonces existe más tiempo, ¿cómo se emplea?. En este sentido, Virilio sugiere que ese ser-en-el-tiempo de sobra es utilizado en ocupaciones inútiles, alienantes, y absurdas. El exceso de velocidad implica un sentimiento de inferioridad y de angustia por el cual se recurre a la idea de poder “dominar el propio destino” por medio de mecanismos que distorsionan la propia realidad (como por ejemplo la droga). La partida es análoga a la vida y la llegada a la muerte, la aceleración constante las confunde; y así, *“a partir de ahora ya no se sube, se cae”*²² escribe elocuentemente Virilio al referirse a los nuevos deportes extremos practicados por cada vez más turistas; pero entonces ¿qué papel juega el miedo y cual es su relación con la velocidad y lo vertiginoso?, ¿es una superación del super-hombre nietzscheano?²³. El

²⁰ Op. Cit. Pág. 92.

²¹ Op. Cit. Pág. 98.

²² Op. Cit. Pág. 102.

²³ Cabe sobre el paso del Superhombre al hombre sobreexcitado, una aclaración: P. Virilio explica que todo exceso se basa en un placer más allá de toda ley. Las sociedades sedentarias están más sujetas a experimentar excesos en comparación con las nómades. Los medios masivos de locomoción han

tiempo dedicado a lo alienante, es ocupado por los medios de la información y en ese contexto, la democratización del acceso a esa velocidad genera anomia, desocupación, desolación y miseria. “*Turistas de la desolación*” es el nombre que P. Virilio les da a estos “errantes viajeros”. Finalmente, existe un pasaje del “super hombre” hacia un “hombre excitado”; esto se traduce en la frase “*cuanto más aumenta la velocidad más se incrementa el control*”²⁴.

La información reemplazará en un futuro no muy lejano al mundo de los transportes, anulando el mundo de los sentidos, y en consecuencia del vínculo; de repente “todo llega” sin que sea necesario partir. Todo se precipitará sobre el hombre, el cual será un blanco fácil del asedio y la falta de imaginación. Citando a Pascal, Virilio no se equivoca cuando señala “*nuestros sentidos no perciben nada extremo. Demasiado ruido nos ensordece. Demasiada luz nos deslumbra. Las cantidades extremas son nuestras enemigas. Ya no sentimos, sufrimos*”²⁵. Empero, el autor no trata una causalidad directa entre viaje y miedo; es decir, no es el miedo un producto del viaje sino sólo una expresión proyectada de una causa anterior. De hecho, el temor es un sentimiento humano genuino positivo frente al avance de la modernidad y la tecnificación alienante. Entonces, cabe cuestionarse ¿cuál es el tratamiento que el autor hace sobre el miedo?, ¿en qué contextos éste se transforma en pánico?, y ¿cuál es el papel de la urbanidad en ese proceso?.

El miedo y el pánico en las grandes urbes.

Las grandes ciudades pueden ser para algunos lugares desconocidos a los cuales temer. Sin embargo, la ciudad de mediados de siglo XX se ha transformado en una aglomeración “memorial de un pasajero objetivado”. El hábito de descubrir por un lado orienta pero a la vez promueve una ceguera temporaria. La sistematización de conocer evita el reconocimiento; la búsqueda frenética por encontrar evita el reencuentro. En efecto, como sostiene Virilio “*inversamente, cuando el descubrimiento se convierte en hábito, en acostumbramiento al espacio de los barrios, y comenzamos a orientarnos, esa visión clara desaparece para dejar lugar a una ceguera propicia al reconocimiento automático de los lugares*”²⁶. La arquitectura urbana tiende a fomentar la comunicación bajo un clima de indiferencia absoluta. Dice entonces el autor, “*en efecto, si la torre habitacional ha reemplazado a la colina, a la fortaleza y a su campanario, es porque era el único medio de alcanzar el cielo y extenderse verticalmente. De aquí en más, con el jet supersónico o el cohete, la torre se ha motorizado. Se ha despegado del suelo como de su gravedad para emerger hacia lo más alto, adquiriendo así la velocidad de liberación de la gravedad terrestre*”²⁷. Si no fuera por el “montacargas” luego

aumentado el tiempo ocioso de los hombres modernos, lo han inmovilizado en su estar; éste tiempo se ocupa por una virtualidad localizada en un espacio físico. En palabras del mismo autor, “*como la deslocalización entraña a su vez una incertidumbre sobre el lugar de la acción efectiva, el repositionamiento se hace imposible, lo que vuelve a poner en cuestión el principio de la anticipación. Al perder el ¿Dónde? Su prioridad sobre el ¿Cuándo?, y el ¿Cómo?, queda una duda, menos acerca de la eficaz verosimilitud de la realidad virtual que sobre la naturaleza de su localización y, en consecuencia, acerca de las posibilidades mismas de controlar el medio ambiente virtual*”. Op. Cit. Pág. 167. Un ejemplo, de lo expuesto lo representa el GPS el cual ejerce una doble función orientar al sujeto moderno en cuanto a una localización específica pero a la vez mantenerlo controlado.

²⁴ Op. Cit. Pág. 140.

²⁵ Op. Cit. Pág. 142.

²⁶ Virilio, P. *Ciudad Pánico: el afuera comienza aquí*. Buenos Aires, Libros el Zorzal, 2007, Pág. 17.

²⁷ Op. Cit. Pág. 28.

transformado en ascensor, las grandes edificaciones no hubieran sido posibles; éstos conectan más de cien pisos en minutos en analogía a los grandes medios de locomoción.

En este mismo sentido, el profesor Igarza sugiere que las grandes urbes se han convertido en lugares imbuidos en burbujas mediáticas que se introducen en la vida hogareña de los hombres desdibujando precisamente las tradicionales líneas entre el trabajo y el ocio. A diferencia de otros tiempos, la modernidad no tiene aún claro cual es la esfera del ocio y del trabajo, indistintamente los usuarios se conectan en la Web o utilizan los TICs en sus oficinas y/o en horarios laborales o trabajan en sus hogares. Según nuestro autor, el mundo capitalista moderno exige una gran competitividad lo cual genera a su vez una carrera por el conocimientos y las habilidades, pero paradójicamente los medios utilizados para “la razón instrumental” en el sentido adorniano son dispuestas para satisfacer necesidades psicosociales personales. Hace ya algunos años, los eruditos advirtieron que los teléfonos celulares se convertirían en armas de control que afianzaría el antiguo poder patriarcal sobre los hijos; sin embargo, los hechos han demostrado (contrariamente) que gracias a esta tecnología los jóvenes han burlado dicho intento de control. A diferencia de Augé y Virilio, para Igarza, el uso de las tecnologías digitales no sólo se presenta como una entropía ambigua e incierta a efectos desconocidos sino también a la creación de una nueva forma de practicar el ocio que burla indudablemente los límites geográficos y espaciales tradicionales (inter-spatial)²⁸.

En la era del “conformismo mediático” y la “estandarización de la producción”, los hombres tienden a conformar su mundo en tiempo real. La lógica de la modelización de la globalización lleva a la demagogia del accidente por el accidente mismo (sea este local o global). Al respecto Virilio explica “*crear el accidente más que el acontecimiento... romper el encadenamiento de causalidad que caracteriza tan bien a la normalidad cotidiana; esa clase de expresionismo es buscada hoy en día universalmente*”²⁹. Nuevamente el autor insiste con su tesis de la confusión entre la partida y la llegada, el despegue de un avión puede confundirse contra las Twin Towers, el zarpe de un buque con su mismo naufragio.

En analogía a lo expuesto, Bauman afirma toda sociedad líquida de consumidores se ve inserta en un tiempo “puntillista”, pulverizado, discontinuo plagado de eventos, incidentes, accidentes, y aventuras cada uno de ellos encerrados sobre la no dimensionalidad; en el universo puntillista la tasa de abortos de la imaginación es altísimo³⁰. En parte, todo medio de desplazamiento es creado para sucumbir. Crear un acontecimiento, accidente, tragedia o atentado, es hoy en día romper la cotidianeidad y la homogeneidad de los comportamientos sociales. Citando a Layard, Bauman sostiene que la felicidad puede ser alcanzada por medio de satisfacer ciertas necesidades, pero esa satisfacción tiene un umbral específico y pasado dicho límite el consumidor no sólo no encuentra la felicidad añorada sino que se somete a un “yugo hedonista”³¹.

En consecuencia surgen sentimientos antisociales de inconformismo, inseguridad, infelicidad, depresión o estrés en aquellos grupos en donde predomina la riqueza y el

²⁸ Igarza, R. *Burbujas de Ocio, nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2008.

²⁹ Virilio, P. *Ciudad Pánico: el afuera comienza aquí...* Op. Cit. Pág. 37.

³⁰ Bauman, Z. *Vida de Consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007, págs. 52.

³¹ Op. Cit. Pág. 69.

consumo acelerado. Para Bauman, el consumo moderno desafecta los vínculos, socava la confianza en el otro, y profundiza los sentimientos de miedo e inseguridad. Por otro lado, la promesa de satisfacción continúa sólo es posible en la insatisfacción real de los consumidores; cuando el deseo no es plenamente satisfecho puede prescindir de los límites. El mercado de consumo no promueve la razón puesta al servicio de la toma de decisiones en el consumidor, sino precisamente su contralor la irracionalidad forjada en una decisión producida por sobrecarga de información y el vaciamiento de la imaginación. Como resultado, el consumidor (sujeto capaz de abstracción) pasa a ser un bien consumible y consumido.

Retomando el argumento de Virilio -al igual que M. Augé y Z. Bauman-, se observa que el accidente subvierte la condensación de presente en detrimento al pasado y la sincronización de las emociones humanas. Tal como pensó, M. Weber cuando postuló la profecía de la “jaula de hierro”, existe una dinámica industrial tendiente a relegar y controlar las emociones y los sentimientos. Las guerras y los conflictos, son convertidos en temibles dramas pasionales con nuevos episodios cada “tres horas”; la velocidad de propagación de las diferentes imágenes llega en minutos a los hogares de los televidentes con el fin de crear un “misterio del miedo”³². El miedo pasa a ser no sólo un mecanismo de control político sino también un bien de consumo o “fetichismo de la subjetividad”³³.

En este sentido, la compleja tesis de Virilio se esmera por probar que la imposición de la imagen informativa genera una psicosis colectiva. El miedo es un ingrediente básico de la fantasía pero su teatralización persigue fines de hegemonía política. Esta figura de dominio se construye tanto por lo transmitido como por lo excluyente como las diversas bombas arrojadas por el ejército estadounidense en poblaciones civiles y cuya constatación se encuentra ausente en cualquier museo. Por ese motivo, Virilio denomina *Ciudades-Pánico* a las aglomeraciones cuya catástrofe más evidente es su propio existir. Una virtualización del desastre encapsulada en la propia ciudad. El caos y el desorden transmitidos por los medios informativos llevan a la reclusión de los hombres en grandes ciudades, con la esperanza de encontrar seguridad por medio de mecanismos sustitutivos como el consumo generalizado. Entonces, Virilio admite que “*a la hiperconcentración megalopolítica se agrega no sólo el hiperterrorismo de masas sino también una delincuencia pánica que reconduce a la especie humana a la danza de muerte de los orígenes, convirtiendo nuevamente a la ciudad en una ciudadela, o dicho de otro modo, en un blanco para todos los terrores, domésticos o estratégicos*”³⁴.

En el voyeurismo de la tragedia existe una política de la riqueza, la aceleración y la acumulación. La pérdida de la localización física (domicilio) completa la visión aterradorante de lo externo; el temor infundido funciona como forma de distracción y aprehensión ritual. El afuera comienza aquí esboza la idea de que el colonialismo mercantil tome una naturaleza “extravertida” fuera de cualquier localización geográfica y el “crepúsculo de los lugares”. Los medios siempre están anunciando una gran “catástrofe” anulando así el Estado de derecho. En otras palabras, la crisis y el miedo como forma de institución refuerzan el sentido de la desmesura y legitiman el valor de mercado por sobre el humano, y así éstos dejan de “ser” para simplemente “valer”. El derecho que apunta a “proteger al más débil” se transforma “en el derecho de ejercer la

³² Virilio, P. *Ciudad Pánico: el afuera comienza aquí*. Buenos Aires, Libros el Zorzal, 2007. Pág. 41

³³ Bauman, Z. *Vida de Consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007, págs. 39-41

³⁴ Virilio, P. *Ciudad Pánico: el afuera comienza aquí*. Buenos Aires, Libros el Zorzal, 2007, Pág. 98.

fuerza por el más fuerte. De esa forma, se genera una escenificación del vínculo y una cosificación del pasado y de la emoción.

Si tuviéramos que catalogar al pensamiento de Virilio en dos palabras, se podría decir: audaz y apocalíptico. Audaz, porque en parte intenta construir lenta y contestariamente una forma moderna de vivir; apocalíptico debido a su constante preocupación por el devenir de un futuro incierto (casi profético, siempre peor al actual). Hay que comprender que la filosofía no es una ciencia de la adivinación sino de la explicación. Más específicamente, los puntos importantes en Virilio versan sobre tres ejes: a) la desregulación del tiempo genera un vacío cuyo espacio es ocupado por los medios de la información y el consumo; b) el turismo debe ser comprendido como una forma virtual de enajenación y separación entre los hombres; c) el miedo adquiere una función política desde el habitar urbano y moderno.

El temor al viaje, finalmente, se explicaría como un triunfo del pánico informativo. Desde el inicio hasta el fin del viaje, nada puede perturbar al viajero, pues éste ya deja de ser un viajero para transformarse en un turista; su partir es idéntico a su llegada (es decir nunca partió realmente). Lo desconocido se torna conocido en un espacio sin localización histórica. Temer al viaje implicaría hacer más turismo. Pero, ¿qué pasa con los profesionales organizadores de viajes turísticos?, ¿pueden ellos temer al viaje?. Estas incógnitas son el punto débil de la tesis de P. Virilio por dos motivos, en primera instancia, si todo viaje turístico es desolador por su artificialidad y su falta de causalidad, en el temor a organizar viajes existe un retorno al principio de causalidad desde la artificialidad. Por ejemplo, los turistas desconocen todos los obstáculos reales (Causa-efecto) los cuales debe afrontar un agente de viajes para organizar una excursión. En este sentido, es posible que el turista no tema hacer un viaje turístico mientras su agente de viajes sí tema viajar. Mientras el turista se disocia del eje causa-efecto, su agente lo vive en su labor cotidiana. En la praxis se da un devenir de lo ideal y lo práctico desde el rol y la experiencia. Por lo tanto, la alusión a los medios como formas doctrinarias de imposición unidireccional del miedo y del consumo queda en cierta forma cuestionada y reducida a una variable causa-efecto real que no ha desaparecido. El segundo problema, es precisamente no contemplar el mundo trabajo y ocio complementariamente sino como invasivos y excluyentes. Tener mayor tiempo es mayor alienación y tener más trabajo es mantenerse inmunizado contra el exceso.

Conclusiones

La cuestión de si todo desplazamiento puede ser considerado turístico, de placer o no queda sin resolver tanto en Augé como en Virilio, aun cuando ambos aporten en sus conclusiones hipótesis similares, la sobre-modernidad ha generado una “dictadura” o “saturación” de la imagen que desdibuja las líneas fronterizas entre pasado, presente, futuro. Los avances tecnológicos en materia de desplazamiento han creado en el hombre un mayor tiempo de ocio, el cual lejos de ser emancipador se torna alienante. El sentido desdibujado de la afiliación a la territorialidad explicaría, aun con muchos problemas, porque los lazos sociales parecen debilitarse cada día más. Lo que está en juego tanto en Augé como en Virilio no es el anonimato en sí o el grado de temor experimentado y/o producido por la imagen, sino la esencia de la vida social, la civilidad. Hemos discutido críticamente en el siguiente trabajo las limitaciones de los autores mencionados. A nuestro punto de vista, aún existen en ellos nudos teóricos asumidos apriorísticamente sin ninguna reflexión crítica.

La territorialización, la sobremodernidad y la identidad, evidentemente, parecen haberse visto afectadas. No obstante suponer por ello que el hombre se encamina hacia una especie de virtualidad de lo real, es una hipótesis que debe ser reconsiderada por dos motivos principales. Los no-lugares, espacios donde predomina el anonimato, reciben a diario a miles de personas quienes se encuentran lejos del sistema de consumo postmoderno. Desempleados, gente sin hogar, sin cobertura médica sin el mismo principio de hospitalidad, acuden a estos espacios en búsqueda de protección. Si partimos de la base que todo espacio dotado de tradición constituye el ejercicio del derecho y de la ley del hombre, los no-lugares engendrarían no-derechos, y en consecuencia no-personas. Esta forma de pensar, no sólo se constituye como hegemónica al status-quo dominante sino peligrosa para la integridad jurídica de quienes habitan en los no-lugares. Es quizás este punto aquel en el cual ni Augé ni Virilio han reparado. Por otro lado, es difícil determinar indicadores fiables y claros de cuando y cómo un no-lugar se transforma en un lugar. Si el lugar se redefine en-el-habitar del sujeto, el miedo sería parte de ese habitar de donde nace la hostilidad (como forma protectora de la morada). Tememos en el sentido hobbesiano porque tenemos apego a determinado objeto. Quien nada tiene por nada teme. Por lo tanto, sería contradictorio afirmar como lo hace P. Virilio que el anonimato de las grandes ciudades sienta las condiciones para el advenimiento del temor. El anonimato desdibuja las fronteras del espacio antropológico al cual llamamos lugar y en donde reside el temor mismo. El temor se reduce frente a la indiferencia y declinación del lazo social.