



Vol 5, Nº 12 (junio/junho 2012)

## LOS MANTEROS DE LA CALLE FLORIDA: TEORÍA DE LA CAPITALIZACIÓN DEL VÍNCULO.

**Maximiliano Korstanje**

Escuela Internacional en Administración Hotelera y Turística

[maxikorstanje@hotmail.com](mailto:maxikorstanje@hotmail.com)

### **Resumen**

El presente trabajo de revisión cuestiona de raíz la tesis de los no lugares y toma como objeto de estudio el conflicto acaecido en los últimos meses entre los manteros de la calle Florida y el Estado circunscripto a la ciudad de Buenos Aires. Para los primeros, existía un derecho a instalarse en un espacio público por motivos laborales mientras ese derecho era rechazado por el segundo, ya que se argumentaba los manteros no pagaban impuestos. Esta relación de conflicto culmina con la expulsión y posterior reconducción de los manteros a ferias periféricas de la ciudad de Buenos Aires. Unidos al capital como forma primaria de relación social, tanto estado como manteros emprenderán una lucha simbólica y mediática por su territorio en plena peatonal Florida. Los turistas y su poder adquisitivo, en este punto de discusión, se transforman en el eje central de conflicto y negociación entre los involucrados.

**Palabras Claves:** rehenes, capitalización del vínculo, calle Florida, Manteros.

### **Introducción**

Durante mucho tiempo la realidad de la peatonal Florida se mantuvo cubierta por un manto de consumo y desarrollo turístico. Miles y miles de transeúntes, diariamente, la recorrían con el fin de comprar souvenirs, ropa y otros artículos de recuerdo. Una mañana, el paisaje de la calle pareció cambiar radicalmente. Un grupo de “manteros” conformados por artesanos quienes vendían sus manualidades en la calle y revendedores de ropa, condujeron una violenta trifulca con la policía metropolitana de la ciudad de Buenos Aires. Lo que a ojos de M. Augé parecía un no-lugar, se había transformado en un campo de batalla productor no solo de identidad sino de pertenencia simbólica. El gobierno de la ciudad de Buenos Aires obligó a los manteros a retirarse del lugar aplicando el uso monopólico de la fuerza conferido por la ley. Particularmente, entre los

comerciantes de la zona y los “manteros” había un viejo conflicto ya que, al no pagar impuestos, éstos últimos competían en desigualdad de condiciones. No obstante, en apariencia el fenómeno no era tan simple como lo contamos. Lejos de querer incluir una gran bibliografía académica, como en otros trabajos, en este reducido ensayo sólo nos remitiremos a examinar los hechos a la luz de la tesis de la “reflexividad” la cual ha sido ampliamente estudiada por la sociología moderna. La modernidad encierra un discurso que se mueve bajo la lógica de la “extorsión” similar en comparación al terrorismo. El sujeto demandante utiliza a un tercero, que no se encuentra a la altura de las circunstancias, como objeto legitimador del deseo propio. Esta nueva forma de violencia es característica de la posmodernidad. La vejación del más débil en la cadena de predadores es utilizada como un mecanismo de disuasión contra el más fuerte.

### **Los No-Lugares de M. Augé a Dean Maccannell.**

La movilidad es una característica inextricablemente ligada a la modernidad. Esa es la base epistemológica que mueve el interés del etnólogo francés Marc Augé en su conceptualización de los no lugares los cuales nacen 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. La sobre-modernidad, insiste Augé, produce no lugares porque desdibuja las fronteras entre el presente y el pasado, saturando a ambos con la expectativa de futuro. Los elementos que hacen a un no lugar van desde la exacerbación del ego y el hiper-consumo hasta el declive de la tradición como forma de relación entre los actores (Auge, 1996). El pensamiento de Augé puede ser homologable al de muchos teóricos posmodernos pero se asocia estrechamente al de P. Virilio y D. Maccannell. En la siguiente sección discutiremos sus puntos centrales, retomando también una tarea de varios años de crítica hacia los no lugares.

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. Virilio afirma que *“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”* (Virilio, 2007: 17). 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). En este punto, el accidente subvierte la condensación de presente en detrimento al pasado y la sincronización de las emociones humanas. El vértigo postmoderno vacía de sentido las prácticas preexistentes.

Al igual que Virilio, Augé no duda en que 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 (Augé, 1998a: 37).

El autor acuña el término “no-lugares” para simbolizar el vaciamiento que ya hacía referencia Virilio. 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*” (Augé, 1996: 83). 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*” (Augé, 1996, 83).

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 viajero quien a su vez, se convierte en un portador de la sobre-modernidad. 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 en ciertos párrafos al texto sumamente ambiguo y confuso. 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) (Korstanje, 2006). Por último, asumir que existen espacios desprovistos de sentido implica despojar de derechos y responsabilidades a quienes habitan en él. En efecto, en Latinoamérica como en otras partes del mundo, los llamados no-lugares son un refugio para ciudadanos sin hogar. Si la ecuación apunta a señalar que el lugar es definido en cuanto a la práctica social circunscripta en el territorio, el hábito y la tradición, en tanto se puede afirmar que los espacios son productores de personas. Partiendo de dicha premisa, entonces los no-lugares son generadores de no personas. El discurso de la postmodernidad como vaciadora de los lugares funciona como una herramienta de legitimación política más que una tesis científica.

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” (Augé, 1998a: 15). Augé 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. 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 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.

Tal vez, el problema de la modernidad como adhiere Cass Susstein, los derechos de la ciudadanía implican un costo a la sociedad que sólo puede ser compensado por medio de la imposición de obligaciones. De esta forma, los derechos se encuentran legitimados por el pago de impuestos, las votaciones, etc. Sin esa relación, la democracia no podría sostenerse y colapsaría desde sus cimientos al no poder mantener sus costes (Susstein, 1996). Empero, como veremos a continuación la modernidad parece haber desdibujado dicha lógica subsumiendo tanto al ciudadano como al estado en agentes de índole económicos. Al primero como consumidor y al segundo como ente recaudador.

A la reflexividad cognitiva que caracterizaba la vida de los siglos anteriores se le ha reemplazado por una reflexividad estética que rechaza de plano todo tiempo cronológico y cálculo utilitario. Una de las características de la modernidad es el vaciamiento progresivo de sentido de los espacios y el declive de las relaciones sociales. Al capitalismo industrial organizado se le sucede un capitalismo desorganizado que no conoce de jerarquías sino de redes de intercambio de servicios abstractos entre el centro y la periferia. Para Lash y Urry, mientras el símbolo se constituye como una versión privada del espacio cuyas características son jerárquicas y estructurales, la alegoría bucea por la hermenéutica y la reflexividad estética. Ello rompe con la idea romántica de la comunidad (*gemeinschaft*) para instaurar un espacio que se produce constantemente así mismo. Sin embargo, ello no significa un vaciamiento total sino una nueva reconfiguración que se determina por el declinar del lazo social.

El poder de la imagen hace su aparición en la vida social del sujeto subordinando todas sus instituciones y desdibujando los alcances del espacio cartesiano. La tesis central de los autores es que *“en Occidente, en el curso de los siglos XIX y XX, se estableció una reflexividad acerca del valor de ambientes físicos y sociales diversos; segundo, que esta reflexividad se basa en parte en juicios estéticos y nace de la proliferación de formas múltiples de movilidad real y simulada;*

*tercero, que esta movilidad contribuyó a vigorizar una postura cosmopolita que se afirma: una capacidad de experimentar y discriminar naturalezas y sociedades con diversa historia y geográfica, y de exponerse a ellas; y cuarto, que la organización social del viaje y el turismo ha facilitado y estructurado ese cosmopolitismo” (Lash y Urry, 1998: 344).*

Mismo argumento puede observarse en Maccannell quien afirma que el turismo se articula como una estructura ideológica cuyo fin es la expansión de la sociedad moderna. Las relaciones laborales son cada vez más impersonales y frías, a la vez que gran parte de la vida emocional del sujeto es relegada a la esfera del ocio, y sobre todo a la industria de los viajes y el turismo. Esta especie de burbuja se presenta como una realidad ilusoria que atrae y transporta temporalmente al sujeto hacia un destino basado en la fantasía y la irrealidad. *“El acto de realizar una visita turística es, entre las alternativas ociosas, el que mejor se adapta para que el turista participe en una relación con la totalidad social moderna. En cuanto trabajador, la relación del individuo con su sociedad es parcial y limitada, asegurada por una frágil ética laboral y restringida a una posición única entre los millones que conforman la división del trabajo. Como turista, en cambio, el individuo puede entrar en el drama universal de la modernidad” (Maccannell, 2003: 10).*

Al igual que Augé, Maccannell sostiene la tesis de la alienación propia de la lógica post-moderna. En efecto, el turismo y el ocio moderno se constituyen como compartimentos en donde los sujetos pueden expresar sus emociones “reprimidas” en la vida social y laboral diaria. Nuestro sociólogo estadounidense, considera “a la visita turística” como un ritual que intenta recuperar en una experiencia que se presenta como “única” los diferentes fragmentos de la modernidad. Los viajeros buscan una autenticidad que los ayude a vencer la alienación de la cual son producto, pero lejos de eso, el turismo los subsume en una realidad fabricada a medida (en un viaje imposible). La experiencia turística, una vez retornado, está caracterizada por la reafirmación de los estereotipos previos antes de la partida. En este sentido, el papel de la tradición en la industria cultura moderna juega “un papel servil” con respecto a los caprichos nostálgicos de los turistas que deben ser satisfechos. En consecuencia, el vínculo entre visitante y visitado se torna impersonal, frágil e ritualizado (Maccannell, 2003: 80-83).

En un trabajo titulado *Lugares de encuentro vacíos*, Maccannell sugiere que el turista a diferencia del migrante consume espacios que son localizables pero a la vez genera lugares de encuentro que se vacían de tradición y sentido. Alternando nociones psicoanalíticas con principios existencialistas en base a la culpa, el autor sostiene que la modernidad se ha construido sobre las bases de las sociedades salvajes bajo la lógica de la expoliación y la dominación. Esta represión del

principio de placer en combinación de la destrucción de lo natural convergen en una retirada hacia la artificialidad del signo y la imagen (Maccannell, 2007).

Lo expuesto hasta ahora lleva a preguntarnos ¿Por qué el turismo debe ser considerado un mecanismo de alineación o porque es menos autentico que una barra de chocolate o que un film?. Al igual que Maccannell para Marc Augé, el turismo se transforma en un viaje imposible porque determina la actividad por medio de imágenes previas. El etnólogo francés 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”* (1998b: 15). En efecto, las compañías turísticas “cuadriculan la tierra”, creando diversos recorridos, formas de estadías en espacios reservados para el no contacto. 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 allí. 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”* (Augé, 1998b: 57-58).

Los factores que coadyuvan en la escenificación 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”. 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. El turista encarna ese otro ficcionalizado, representado estereotipadamente mientras que el inmigrante golpea

la puerta de la realidad como otro cercano no contemplado por la sobre-modernidad. 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).

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. Por otro lado, si bien se reconoce en Augé una influencia notable de M. De Certeau (2007) y la construcción de un “otro” no vinculado a la proximidad geográfica. La realidad es que De Certeau no está preocupado por el espacio (secularizado) sino por el espacio religioso, la vida como metáfora del viaje espiritual y el sentido de la trascendencia.

En perspectiva, 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*” (Belting, 2007: 102). Belting le replica a Augé, que la virtualidad de una imagen no depende del anonimato ni del vínculo, sino del sentido social puesto sobre el objeto. Una de las contribuciones de Augé versa en el poder de la imagen para confeccionar los escenarios imaginativos en los que el sujeto está 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 coincide con una construcción impuesta de antemano. Ese es precisamente el punto que asemeja los aportes de M. Augé con D. Maccannell. La estructura social tiende a replicar sus estereotipos, roles y funciones por medio de la imposición del ocio y el juego



(Huizinga, 1968). El turismo, como un subtipo del ocio, también contribuye a la re-estructuración del orden discursivo vigente y por lo tanto es generador de conflicto social.

### **El conflicto como generador de Lugares.**

Según la escuela posmoderna, que inician teóricos como Harvey o Giddens, las instituciones modernas están sufriendo un quiebre en la forma de concebir la autoridad y la lealtad de sus miembros. Bajo modelos de consumo más rápidos y móviles, las relaciones inter-personales se encuentran subsumidas por la capacidad de compra, crédito y consumo. Bajo esta óptica, el hombre moderno se ha convertido en una “maquina” de consumo cuya lealtad no se encuentra determinada por el Estado sino por el mercado. P. Harvey dice que la posmodernidad nace como vanguardia estética promovida por el mercado y la adaptación económica a las nuevas condiciones de producción luego de la guerra árabe-israelí en el 73.

Para una mejor comprensión del posmodernismo hay que detenerse en su constante fragmentación y su caótica transformación creativa. El posmodernismo parte de varias narrativas todas ellas consumidas dependiendo del contexto del sujeto, sin un lugar de poder fijo sino simplemente transmutable. Si una de las características fundamentales de la modernidad es hablar por los otros pero bajo un único argumento, la posmodernidad enfatizará en que todas las minorías tienen su propio derecho a expresarse y a ser aceptados (concepción pluralista). Los textos narrativos de los actores serían complejos textos y voces que anteceden y destruyen la posibilidad de instaurar cualquier meta-narrativa. Básicamente, el posmodernismo quiere perfilarse como una forma de experimentar y estar en el mundo pero su fragmentación conlleva a un problema psicológico el cual no ha sido observado en otras épocas, el riesgo, la ambigüedad y la incertidumbre. Esta especie de creación destructiva genera no solo conflicto sino nuevas formas de vínculo del agente respecto al mercado (Harvey, 2004).

En este sentido, Jameson hace referencia a lo posmoderno como un collage en donde predomina la superficialidad, el impacto “instantáneo” que reverencialmente se sustituyen animismo en el tiempo. El posmodernismo, no sería otra cosa, siguiendo este desarrollo, que una lógica subyacente del capitalismo tardío (Jameson, 1984). Entre tanto el concepto de cultura juega un rol primordial en la configuración de escenarios estéticos, cuyo valor agregado, conllevan a una estimulación en el consumo. Si para Jameson, el quiebre de la modernidad es cultural en D. Harvey es económico. Como se ha adelantado, la ruptura entre la posmodernidad con la modernidad nace de la crisis Árabe-Israelí en 1973 que puso en vilo a todo el mundo Occidental por el embargo a las exportaciones de petróleo. Como resultado de un aumento en las fuentes energéticas, el capital

existente tuvo que diversificarse hacia el préstamo y una posterior acumulación flexible. De esta forma, las nuevas económicas de mercado hicieron un fuerte énfasis en el signo como criterio de consumo principal. Si la lógica fordista de montaje exigía a los fabricantes tiradas de productos seriadas, la nueva forma económica se centró en el consumo a medida cuya reacción fue la creación de un capital global y móvil. Los constantes cambios que exige el capital móvil obligan a los consumidores no solo a vivir el día a día sino además a verse envueltos en un clima de constante incertidumbre donde la antigua compresión del espacio-tiempo se ha desdibujado por completo. La ilustración y la crisis de valores que ella despertó obligaron a mirar el mundo por medio de un nuevo prisma, los mapas. De esta manera las crisis subsiguientes del modernismo y posmodernismo empujaron a una nueva concepción de espacio y tiempo. La paradoja central de la posmodernidad, sin lugar a dudas, es cuanto menores son las barreras espaciales para la movilidad individual, mayor es la sensibilidad del capital a los cambios. En consecuencia, el incentivo para reciclar y diferenciar los lugares para atraer flujos de capital es un fenómeno más que interesante para investigar.

Sin embargo, existe un aspecto de estas teorías, el cual nos proponemos explicar, que no ha sido estudiado con claridad, y que muy bien aplica a la realidad de la calle Florida. Los agentes sociales tejen sus relaciones a otros agentes por medio de diversos criterios como ser el parentesco, familiaridad, amistad, o simplemente anteponiendo al dinero como mediador. Estas formas específicas de relación están basadas en dos aspectos: a) la legitimación y b) la reciprocidad. La primera categoría se refiere a la capacidad del agente de conferir expectativas a la acción de un alter. En este tipo de procesos prima la aplicación del poder y la internalización de una narrativa que acompaña ese dispositivo de poder. En el segundo caso, la reciprocidad habla, más bien, de la necesidad de entablar acciones con arreglo a expectativas determinadas. Toda acción en un sentido no solo es moral sino que despierta una reacción en otro. Como resultado, los agentes sociales se vinculan a un grupo mediante criterios de legitimación a la vez que ya insertos, establecen prácticas de supervivencia conjuntas para legitimar la fuerza de ese grupo.

Estos dos elementos parecen de capital importancia a la hora de comprender la relación de los manteros con el Estado y su resistencia a abandonar lo que denominaban, su lugar de trabajo. El eje central de la discusión radica en el capital y como éste vincula las relaciones de poder entre los actores sociales. La necesidad de miles de personas, que por varios motivos, se encuentran relegados del trabajo formal obliga a adoptar nuevas formas de comercio y de adaptación que van desde la reventa de ropa de “marca” o de segunda línea, en centros comerciales hasta el comercio de artesanías. Estas relaciones se han tejido a los ojos del mercado y de espaldas al Estado. El mantero se define como tal en cuanto a su cercanía respecto del poder adquisitivo del turista que promueve

el intercambio comercial. Si el comerciante accede al turista por medio del Estado que licencia su actividad por medio del impuesto, el mantero lo hace en forma directa (no existe usufructo del Estado). Empero cabe aclarar que su vínculo tampoco es con el turista en sí, sino más bien con su capacidad de consumo. Durante largos años, este grupo de vendedores informales supo instalarse en un territorio que les ha dado su identidad, pero a la vez, también supieron entrar en conflicto con los comerciantes de la zona (de locales preestablecidos) con quienes se disputaban esa relación con el turista. A diferencia de los comerciantes, los manteros no pagaban impuestos al Estado y esa ha sido la causa central de la disputa entre ambos. Si el desalojo se hubiera llevado a cabo en apenas días de instalados, la resistencia hubiese sido menor. Empero, el transcurso del tiempo sirvió como elemento de normalización para los manteros. Ellos se consideraban, en vista de lo expuesto, como “legítimos comerciantes” que en igualdad de derechos con otros, tenían que resistir el atropello del Estado y del intendente Mauricio Macri.

Si bien desde una perspectiva narrativa, los manteros vinculaban al estado con las grandes corporaciones económicas que los obligaban a pagar impuestos, lo cierto es que de base se trataba, incluso su propia resistencia, de un asunto puramente capitalista. Los manteros no querían ser reconducidos, aunque sin admitirlo abiertamente, a otras ferias ya que el poder adquisitivo del turista que diariamente recorre la calle Florida, era superior al de otros lugares. Los comerciantes, a su vez, aducían al Estado su rechazo a seguir pagando impuestos si las condiciones del mercado se les presentaban desfavorables. Finalmente, la situación culminó como el cualquier sociedad moderna capitalista, los comerciantes siguieron pagando sus impuestos y los manteros fueron desalojados, y/o algunos reconducidos a nuevas ferias por la fuerza pública. El turismo parece funcional a la proliferación de este tipo de situaciones. A este proceso los hemos llamado “competencia desjerarquizada” cuyas características son:

- a) Una lógica reflexiva de cuestionamiento continuo entre agentes y Estado.
- b) La primacía del capital como forma de relación o conflicto entre los agentes. El poder político sucumbe frente al capital.
- c) La necesidad de conectarse al poder adquisitivo del cliente o turista antes que a la autoridad de grupo.
- d) Predominio de identidades fragmentadas que no obedecen a criterios clásicos, sino simplemente a cuan cerca se está de los consumidores.
- e) Aplicación subjetiva de la normativa vigente.
- f) Se desdibuja la antigua relación entre derechos y obligaciones.
- g) Relación de chantaje con el Estado.

La observación del punto último es de capital importancia porque demuestra la veracidad de nuestra construcción teórica. En perspectiva, ante la imposibilidad de resistir a la fuerza coaccionaría del Estado, el agente emprende una retirada hacia el centro del mercado. Toma la fuerza del Estado, la canaliza y la redirige contra sus propias bases, el capital. En efecto, como una huelga aeroportuaria en plena temporada alta, los agentes sociales han aprendido, en la modernidad tardía, a negociar en situaciones extremas llegando incluso un “chantaje epistémico”. Dadas las condiciones que el capital sostiene tanto al mercado como al estado, los agentes saben que su posición privilegiada con respecto a los portadores del capital (consumidores) pone a los que se ubican por encima de la pirámide (jerarquización social), al menos en una posición complicada. Rechazar la demanda de los agentes implica un costo importante para el sistema, pero aceptarla también. A esta subtipología de la tragedia griega, le precede el poder de negociación tanto de maneros como de comerciantes. Los primeros respecto impedir el tránsito de los turistas por Florida, los segundos amenazando con no pagar impuestos. Como sea el caso, ambos están unidos por un conflicto suscitado por el capital pero apelan al estado que en este proceso se transforma en un elemento más del mercado. Esta observación no solo puede ser aplicada a la protesta social en el turismo y la hospitalidad sino que atraviesa una nueva forma de relación institucional entre el agente y las instituciones que lo representan. El encuentro, hoy, entre huéspedes y anfitriones ha cambiado radicalmente... a diferencia de M. Augé, nuestra tesis apunta a que la conflictividad social producida por el avance del capital crea lugares, reconfigurados bajo la lógica instrumental del consumo en donde prima “la capitalización del vínculo”.

## **Referencias**

Augé, M. (1996). *Los no lugares: espacios de anonimato*. Barcelona, Editorial Gedisa

Augé, M. (1998<sup>a</sup>) *Hacia Una Antropología de los Mundos contemporáneos*. Barcelona, Editorial Gedisa.

Augé, M. (1998b) *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*. Barcelona, Editorial Gedisa.

Belting, H. (2007). *Antropología de la Imagen*. Buenos Aires, editorial Katz.

Certeau, de M. (2007). *El Lugar del otro*. Buenos Aires, Editorial Katz.

Giddens, A. (2000). *Un Mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid, Taurus.

Harvey, P. (2004). *La Condición de la Posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Huizinga, J. (1968). *Homo Ludens*. Buenos Aires, Eméce.

Jameson, F. (1984). "Postmodernism, or the cultural logic of late Capitalism". *New Left Review*, 146: 53-92.

Korstanje, M. (2006). "El Viaje: una crítica al concepto de no lugares en Marc Augé". *Athenea Digital*. Vol. 9: 211-238.

Lash, S. y Urry, J. (1998). *Economías de Signo y Espacio: sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires, Amorrortu.

Maccannell, D. (2003). *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona, Melusina Ed.

Maccannell, D. (2007). *Lugares de Encuentro Vacío*. Barcelona, Melusina Ed.

Susstein, C. (1996). *Legal Reasoning and Political Conflict*. Oxford, Oxford University Press.

Virilio, P. (2007). *Ciudad Pánico: el afuera comienza aquí*. Buenos Aires, libros el Zorzal.