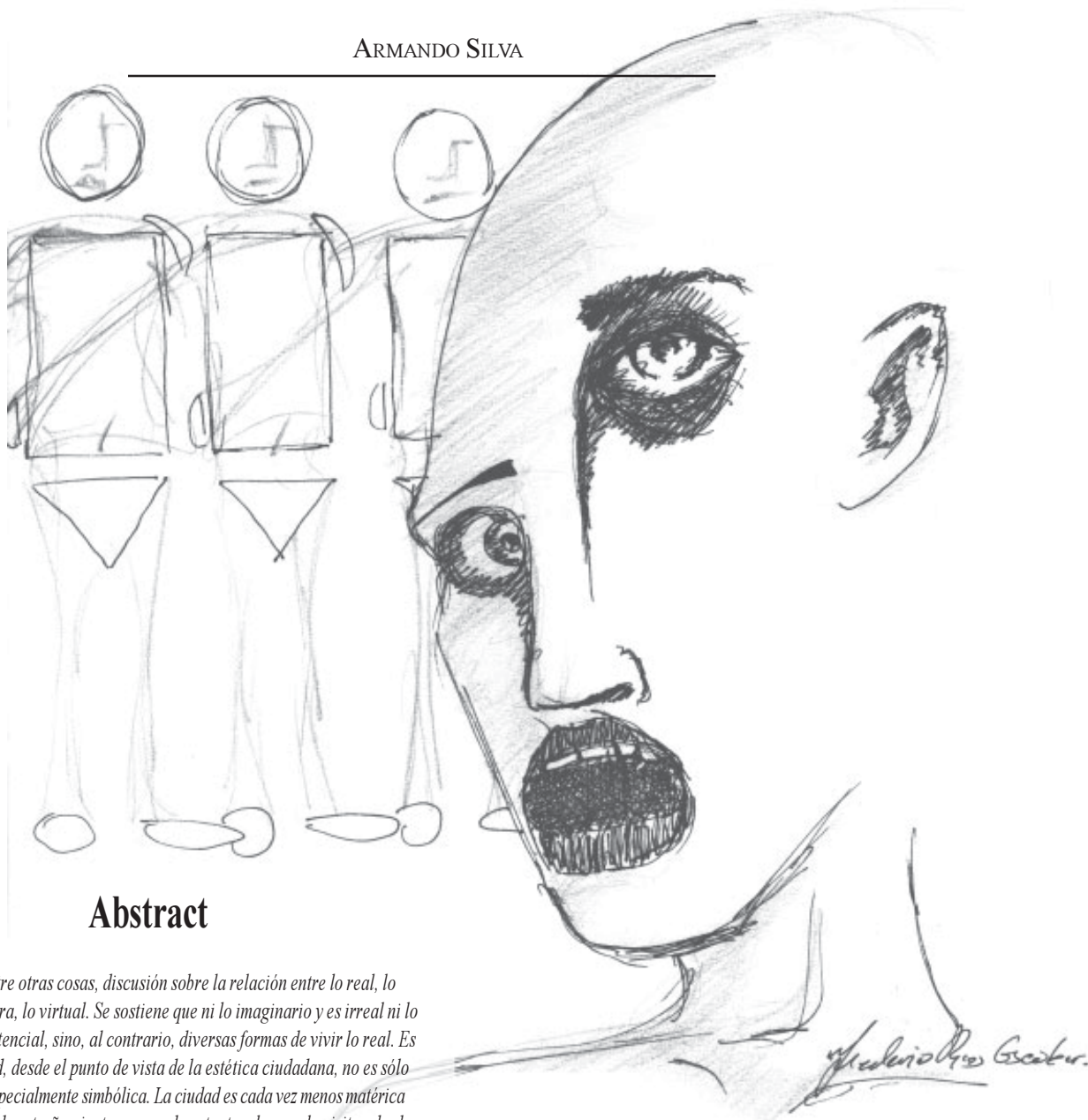


Imaginarios sociales y estética ciudadana

ARMANDO SILVA



Abstract

Se plantea, entre otras cosas, discusión sobre la relación entre lo real, lo imaginario y, ahora, lo virtual. Se sostiene que ni lo imaginario y es irreal ni lo virtual es sólo potencial, sino, al contrario, diversas formas de vivir lo real. Es decir, la realidad, desde el punto de vista de la estética ciudadana, no es sólo material sino especialmente simbólica. La ciudad es cada vez menos material debido al efecto de extrañamiento que produce tanto a los que la visitan desde fuera como a quienes viven en ella.

Palabras clave: Imaginarios sociales, estética ciudadana, ciudad virtual.

El tiempo imaginado

«Le dije a un amigo que yo podía concebir el universo sin espacio pero que no podía hacerlo sin tiempo, sin sucesión». Así comienza el poeta Jorge Luis Borges¹ una discusión sobre un mundo humano puesto en una geografía donde se ha instalado la cultura. Lo fundamental será el tiempo. No sería imaginable un mundo donde al pensar en la tierra lo estuviésemos haciendo de modo simultáneo en otras galaxias, en los astros, donde no hubiese tiempo. Sería un error porque nuestro concepto del espacio depende de nuestros sentidos. Si hay una naturaleza humana, como ya lo señaló Spinoza y lo escribieron tantos psicoanalistas, es el deseo. Y éste depende de los otros y de cómo podamos imaginarlos. Imaginar se da en el tiempo. ¿Acaso la imaginación no apunta por naturaleza al futuro? Y entonces ¿el mundo imaginado no es tiempo sin realizar en un espacio inexistente? Pero también ¿la ciudad imaginada no es el sustento de esa real de los espacios ciertos o constatables?²

El parentesco entre los imaginarios y las estructuras profundas de la mente es apenas natural, lo mismo que entre lenguaje (que mediatiza todo) y sociedad, entre libertades individuales y expresiones colectivas o entre medios modernos de comunicación y gustos personales. Puesto que todas esas instancias tocan las fronteras entre psiquis individual y estados colectivos, podemos decir que son constructos imaginarios³, quizá uno de los términos más reveladores para señalar hoy en día el encuentro de los fantasmas colectivos con los sentidos y los saberes sociales. Y si hoy estamos al frente de un fenómeno novísimo como es la no correspondencia entre ciudad y urbanismo, pues el urbanismo excede los cascos citadinos, los imaginarios

aparecen como una estrategia (más de naturaleza temporal, precisamente, que espacial) para dar cuenta de procesos urbanizadores que no son sólo manifestaciones de una ciudad, cuanto también del mundo que se urbaniza. Mientras la urbe concentra multitudes de ciudadanos dentro de límites geográficos más o menos precisos y territoriales, lo urbano viene desde afuera para romper las fronteras físicas de la ciudad y, de cierta manera, desterritorializarla. Lo urbano, así entendido, corresponde a un efecto imaginario sobre todo eso que nos afecta y nos hace ser ciudadanos del mundo: la radio, la televisión, el Internet, los sistemas viales, la ciencias o el arte; en fin, las tecnologías. Los estudios sobre imaginarios se dedicarán a entender cómo construimos, desde nuestros deseos y sensibilidades, modos grupales de ver, de vivir, de habitar y deshabitar nuestras ciudades y el mundo.

Entonces se puede revelar cuán poco afortunado ha sido el modo tradicional de enseñar el arte como si fuese una ilusión diferente de la realidad. Esa ilusión también es realidad⁴; es más, la construye y la constituye. Si el mundo del arte es creado por los seres humanos y corresponde a un universo dentro del cual vivimos, lo mismo puede decirse de los imaginarios, según los modos predeterminados por el uso o la evocación de una ciudad. El miedo al asalto callejero, digamos, es verdadero; pero las conductas y mapas sociales para evitarlo están en la mente de quien sufre sus previos efectos, lo cual condiciona que se elija una ruta sobre otra o un horario diurno sobre el nocturno. Los imaginarios serían pues una manera subjetiva, grupal y proyectual de llamar a las culturas, pues la reiteración del solo deseo individual como imaginario colectivo, no pasaría acaso de ser una conducta delirante.

Los imaginarios y lo público

Los imaginarios así entendidos, no son arte en sí mismos; no obstante, ambos hechos participan de la naturaleza estética. Mientras el arte obedece

1 «Borges en la Escuela Freudiana de Buenos Aires». Buenos Aires: Agalma, 1993. p. 65.

2 Aspectos más amplios de estas consideraciones sobre el tiempo imaginado las desarrollé para la revista española *Centro de Arte No 5*, editada por Esther Regueira en Sevilla, de donde tomo parte de las consideraciones que desarrollo en la primera parte de este escrito para la Universidad de Manizales

3 Retomo esta discusión de mi libro: Silva, Armando. *Urban imaginaries from Latin America Kassel*, Alemania: Documenta 11, 2003

4 Ernst Gombrich se arrepintió de titular su clásico libro *Arte e ilusión*, como lo dice en entrevista concedida a Didier Eribon. En: *Conversaciones sobre el arte y la ciencia*, editado por Didier Eribon, Trad Rubén Sierra, Bogotá, Norma, 1993 p. 73. Ver: Ernst Gombrich, *Arte e ilusión* (1959) Barcelona, Gustavo Gili, 1979.

a una actividad creativa, a veces especializada (pero en todo caso necesaria en todos los seres humanos como expresión), los imaginarios apuntan más bien a una categoría cognitiva para referirnos a la experiencia humana de revelar percepciones en calidad de seres sociales, no sólo por conveniencias, sino por deseos, anhelos o frustraciones. Ahora bien, si los imaginarios no son el arte (aunque deviene lo uno en lo otro), tampoco corresponden al espacio público; pero cada vez entendemos más una inevitable imbricación entre lo uno y lo otro, puestos en un horizonte estético.

La noción de lo público enmarcado en las «*sociedades urbanas de comunicación*»⁵ van a reunir no sólo las nuevas tecnologías generadas a partir del computador, el televisor y el teléfono, sino originales maneras de operar las sociedades reunidas en interacciones comunicativas bajo metáforas como redes, flujos de variables y pautas de conexión y dentro de criterios como interacción a distancia y posibilidad de convivir en simultaneidad de acontecimientos. Asiste el mundo a una nueva geografía de sus culturas bajo presupuestos comunicacionales que han puesto a pensar de nuevo qué significa lo público hoy, como algún hito garante desde donde todavía, a pesar del lento retiro del Estado de varias de sus misiones sociales, es posible pensar en un espacio colectivo no valorado por intereses personales económicos o de otra índole y donde la sociedad puede descansar y proyectarse como ente, resguardado éticamente y valorado estéticamente.

Crece a la par hoy dos «situaciones urbanizantes» contrapuestas, sobre las cuales se ubican las tensiones de lo público en cuanto a construcción imaginaria contemporánea: lo público en el sentido de autoproyección social, frente a lo público dentro de las utopías de bienestar exaltadas por un individualismo desafiante de valores comunitarios. Se dice que hemos llegado al punto en el cual lo público tiende a la autoconstrucción⁶ y en

su formación participan ciertos grupos privilegiados. Aparecen supuestos cognitivos, como la deliberación pública; otros éticos, en tanto los gestores actúan en términos de valores y no de intereses, revelándose lo público como la instancia para arrojar proyectos colectivos.

La idea de que lo público tiende hoy a la autoprotección significa que si bien antes estaba dado y reconocido por naturaleza el espacio público de un parque, un bosque, las calles y aceras de una ciudad o sus servicios más necesarios, hoy debemos ganarlo, construirlo y sostenerlo. Los modos de operar varían y van desde la presión de la sociedad civil o de distintos movimientos sociales, de género o de profesionales, hasta lo que al respecto pueden hacer actividades de orden inmaterial y más bien de naturaleza simbólica como el arte urbano de los últimos años, o bien la certeza de que los medios son acontecimientos públicos y hasta la conciencia social de que hay una ciudad imaginada colectivamente que debe afectar la los espacios 'reales' de las ciudades como lo reconocimos en la *Documenta 11*⁷. En esa medida, la realidad prevé un soporte imaginario que será parte de su estrategia hacia el futuro.

No obstante hay una contradicción entre lo público como construcción social frente a la utopía ciudadana del nuevo siglo de ampliar o sostenerse en la 'vida propia'. Algunos estudiosos⁸ han observado que la «vida propia» se asume como el gran paradigma de la sociedad tecnocrática posindustrial. La lucha cotidiana por la vida propia se ha convertido en una experiencia colectiva. Ella emerge de una sociedad altamente diferenciada que tiene por fin principal (y a veces excluyente) el rendimiento. En nuevas ciudades al sur de California de los Estados Unidos, planificadas por corporaciones privadas que mantienen el control de la tierra donde están construidas las casas y hasta ordenan las escalas de colores de sus fachadas, en el caso específico de Irvine, se podrá ver cuán perfecta es su organización y cuán lasti-

5 En: J. **Martín-Barbero** y Armando **Silva** (compiladores). *Proyectar la comunicación*. Bogotá Tercer Mundo, 1997. Ver los escritos de Gianni **Vatimo**, Dean **MacCannell** y otros.

6 Quizá el más sobresaliente exponente de esta tendencia es Jürgen **Habermas** en *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981. En España, el libro de José Luis **Brea**: *Un ruido secreto: el arte en la era póstuma de la cultura*, España; Mestizo, 1996

7 **Silva**, Armando. *Urban Imaginaries from Latin America*, citado anteriormente.

8 En: **Ulrich Beck**, *Vida Propia: esbozo para un análisis biográfico social*, Bogotá, Traducción del Instituto Goethe, 1998. También en España, en los estudios de Victoria **Camps**, *Paradojas del individualismo*. Barcelona: Crítica, 2000.

mosas sus emociones vitales. Esta tendencia de sobre valoración de los imaginarios higiénicos de la urbe va a la par con una descentración de sus ciudades, como puede verse en el 'desocupamiento' de las urbes tradicionales en Estados Unidos, donde una gran mayoría de población vive en suburbios, creándose un fenómeno de ciudades largueros alrededor de las autopistas.

En los Estados Unidos esa descentración corre a la par con nuevos habitantes que llegan a los centros, pues mientras se van los anglos (es decir europeos blancos), llegan minorías asiáticas, africanas y en especial latinas (o sea los no blancos, al menos culturalmente) en los últimos años, a 'ocupar' los centros de varias ciudades. El *Centro Institucional Brookings de Política Urbana y Metropolitana*, asegura que entre 1990 y 2000, las 100 principales ciudades de los Estados Unidos recibieron 3.8 millones de nuevos residentes latinos, lo que representa un crecimiento del 42%, mientras la población anglo sólo aumentó en un 5%⁹. Hoy en Estados Unidos se encuentran, si lo tomamos desde una evocación imaginaria, las segundas ciudades en extensión de países como México o Cuba, pues sus inmigrantes superan en extensión a los nativos de sus naciones; de la misma manera que en España se encuentra la segunda ciudad de Ecuador o que en Argentina la segunda de Bolivia¹⁰ o en Nueva York la sexta más grande de Colombia. Esta nueva geografía implica llevar la patria en sus cuerpos y fantasías ciudadanas, pues nada más ecuatoriano que un ecuatoriano en Madrid o que un colombiano en Nueva York. Y al mismo tiempo, los nuevos fenómenos mundiales que presenciamos en el siglo presente y que emergen por conflictos internos, guerras, terrorismo o hambrunas, conllevan desplazamientos o reubicaciones temporales de grandes poblaciones que reorganizan las geografías ciudadanas. Esto es, hablamos de la pérdida de un espacio concreto llamado región o país para unas también concretas formaciones culturales de tipo transnacional. Quizá en los mismos Estados Unidos crece un nuevo país imaginado que puede llamarse «lati-

no», pues salvadoreños, mexicanos, guatemaltecos, argentinos, brasileños, venezolanos, cubanos y colombianos, distribuidos por zonas geográficas donde en algún lugar son mayoría extranjera, se unen en una sola palabra que los indica y cubre: su latinidad. Tan cierta es esa transnacionalidad que cada uno vive las fiestas patrias de su nación de origen y, además, celebra el 4 de julio la fiesta de la tierra que lo recibió en la América del norte, donde crecen sus hijos hablando inglés y otra especie de «*spanishingles*» con el que se comunican en sus casas maternas. Pero también, en fin, viven sus cocinas, sus religiones, sus hábitos amorosos desde su latinidad. El espacio de sus migraciones se hace tiempo de sus nuevas culturas.

La ciudad expelida pero imaginada

Habría pues una especie de extrañamiento que viene ocurriendo en las mentalidades urbanas en sus dos vías: desde adentro, en los ciudadanos que moran sus propias ciudades, y desde afuera, esos que emigran por distintas razones y viven otra como la suya. Quizá se puedan mencionar, a manera de presentación de un panorama general, tres temas ejemplares por donde se hace más patente ese extrañamiento, como lo indico en libro próximo a aparecer¹¹: la ciudad como *desplazamiento*, la ciudad como *marketing* y la ciudad como *hecho virtual*. Veamos.

El turismo como evocación temática se revela como tema determinante de las ciudades de hoy en día. Es decir, el individuo que visita otra ciudad y aquel ciudadano local cada vez más exigidos a visitar su propia ciudad como si fuera su visitante. Y por extensión a la idea del visitante todos las movilizaciones urbanas de nuestra época: desplazamientos forzados, guerras, viajes de trabajo, estadias temporales, etcétera..

Ese vivir en «otro» sitio, sea de modo casi permanente u ocasional, y donde se toma asiento para habitarlo sintiendo la sensación de que se «está de visita», debe destacarse como un nuevo signo de la urbanidad actual, pues cada día más ciudadanos participan de esta situación de vivir en una ciu-

9 Informe de Ana Jaramillo del reporte de Doug Peterson, en *The New York Times*, New York, mayo 13 de 2001.

10 N. García Canclini. *Globalización Imaginada*. Buenos Aires, Piados, 2000. p. 52

11 Silva, Armando. *La ciudad extrañada*. Caracas: Fundación Cultura Urbana, 2003.

dad como si fuese de paso, así se constituya en su hogar muchas veces definitivo, incluso donde se va a morir. La gran mayoría de emigrantes latinos en Europa o en los Estados Unidos, por ejemplo, esperan con ilusión un día regresar a sus ciudades, así tengan una o dos generaciones que les siguen, quienes ya han nacido en esas «tierras extrañas». Lo mismo pasa a los desplazados por la violencia o por aquellas guerras dentro países limítrofes.

El segundo tema es la ciudad como *marketing*, es decir, la ciudad puesta para la venta. Cada vez las ciudades se ofrecen más, es decir, las ciudades están para ser compradas y vendidas, revelándose una relación entre economía y cultura, por supuesto, y las culturas mismas como mercado que produce dinero, como industrias de las culturas, que por supuesto expresan mucho de lo que hoy son las culturas urbanas del mundo. Comprar y vender constituye la base de la sociedad de consumo y del simbolismo que le es propio, como el hecho de afectar ese sentido de consumo a bienes de mayor calidad espiritual como el arte, la música o la literatura.

Han de ser los medios, pero en especial la televisión, los que más enfocan esa capacidad mercantil. Si hay una cualidad de la televisión en la vida social es que sirve para vender. Las relaciones entre individuo y ciudad pasan por la televisión, en especial cuando se trata de las imágenes del los productos de consumo físico o de la promoción de las mismas industrias culturales. El deporte y los deportistas, la farándula y sus actores, la moda o el prestigio social y las distintas marcas de reconocimiento tienen en los medios su afirmación y sus cotizaciones. ¿Qué se excluye de ellos? ¿Dónde ubicar el saber y la ciencia, por ejemplo? ¿Qué papel cumple la academia frente a ellos? Son preguntas que crecen, relacionadas íntimamente con el sentido de lo público dicho antes ¿Es la ciencia pública? ¿Cómo se da lo público de los medios?

Y un tercer tema, dedicado a la ciudad virtual, para tratar de responder a la pregunta sobre qué construye realidad, cómo se interrelacionan la ciudad física con lo virtual. Es decir, cuando hablamos de la ciudad virtual nos referimos a una ciudad que no existe o, precisamente, el mundo de hoy en día va avanzando hacia una mayor virtualidad y, por tanto, entonces, ¿eso mismo no empu-

ja a un efecto de extrañamiento, de distanciamiento, sobre la misma ciudad? La llamada por algunos investigadores como Manuel Castells y Javier Echavarría «teleciudad», la ciudad de lejos que crece por los aires y no tanto por la tierra, la ciudad de los satélites y de los computadores, de Internet, del *chateo*, de las redes de usuarios, no significa que sean las primeras virtualidades, pues esta condición nace con en el mismo lenguaje. Pero sí vivimos un momento en el que se amplía esa condición de vivir en las relaciones sociales a distancia, hasta hacerse una calidad estructural del nuevo milenio. Los mismos medios son el mejor ejemplo de participar en el presente de hechos lejanos o de participar en el presente de hechos que no han pasado, experimentándolos como si estuviesen ocurriendo en simultánea.

Lo virtual en estas circunstancias no puede ser el entendido filosófico de «*aquello que está en acto para un día hacerse real*». Lo virtual de las sociedades posindustriales y de comunicación digital corresponde cada vez más al modo de hacer certeza en nuestras vidas de trabajo, de viajes o de afectos. Incluso el arte. El arte virtual compite hoy con el arte matérico, no sólo por usar tecnología electrónica, sino por los temas que le son más inherentes, como el mismo tiempo y su experiencia vital, lo que bien pueden registrar con gran propiedad los montajes multimedia de artistas bien conocidos como Billi Viola, pues se trata de ausencia de espacios reales reconstruidos desde la ilusión de paso del tiempo.

Son entonces tres elementos o temas que pueden circular muy cercanos el uno al otro. Si planteo la ciudad como turismo, digo la ciudad en cuanto que es caminada, que es visitada; en cuanto que es objeto de asombro para mí o por ser expropiada en otras circunstancias. Si planteo la ciudad como marketing la pienso en cuanto consumo, en cuanto que soy ciudadano comprador y en la medida que soy consumidor también me puedo constituir, desde el otro lado, en sujeto invisible, desplazado y echado hacia fuera, expropiado, por carecer de la posibilidad de darme un precio. Y si uno asume la ciudad como compra, va a encontrarse con un aparato, el televisor, consolidándose en la relación profunda del marketing de la ciudad. Hoy se hace inseparable el televisor de la ciudad. La ciudad es mostrada y construida e en

una pantalla para muchos efectos, como, por ejemplo, los imaginarios de violencia asociados a una determinada ciudad. ¿La violencia se fragua en la ciudad o en las noticias de una ciudad? ¿cómo interactúan?

Y esto último nos abre a la ciudad a distancia, esa virtual que cada día distintos sectores viven más como su verdadera realidad. Lo virtual, que viene del latín *virtus*, valor y potencia para ser y que suele oponerse como antónimo a lo real, se va revelando como poder para construir la realidad física y socialmente, interactuando claramente con las dos circunstancias anteriores. Evolución etimológica similar a la de Urbano, del latín *urbs*,

que dio lugar a urbanidad, civilidad, buena educación, comportamiento moral ciudadano, para que hoy sea más bien *urbis*, ciudad física y su evolución en los últimos años a «mentalidad urbana», pues no se requiere vivir en la *urbis* para ser urbano. O sea que virtual y urbano se reencuentran para indicar ahora, digamos, mentalidades. Se puede decir que los ciudadanos, entonces, son compelidos cada vez con mayor fuerza a construir una ciudad imaginada desde donde habitan no sólo sus oficios y desplazamientos, sino también sus emociones. De ahí la fuerte conexión entre imaginarios y estética ciudadana.



Bibliografía

- Beck**, Ulrich. *Vida Propia: esbozo para un análisis biográfico social*. Bogotá: Traducción del Instituto Goethe, 1998.
- Borges en la Escuela Freudiana de Buenos Aires**. Buenos Aires: Agalma, 1993.
- Brea**, José Luis. *Un ruido secreto: el arte en la era póstuma de la cultura*. España: Mestizo, 1996
- Camps**, Victoria. *Paradojas del individualismo*. Barcelona: Crítica, 2000.
- García Canclini**, Néstor. *Globalización Imaginada*. Buenos Aires: Piados, 2000.
- Gombrich**, Ernst. *Arte e ilusión* (1959) Barcelona, Gustavo Gili, 1979.
- Gombrich**, Ernst. *Conversaciones sobre el arte y la ciencia*. Editado por Didier **Eribon**, Trad Rubén Sierra, Bogotá, Norma, 1993.

- Habermas**, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- Jaramillo**, Ana. Informe del reporte de Doug **Peterson**, en *The New York Times*, New York, mayo 13 de 2001.
- Martín-Barbero**, Jesús y Armando **Silva** (compiladores). *Proyectar la comunicación*. Bogotá Tercer Mundo, Escritos de Gianni **Vatimo**, Dean **MacCannell** y otros.
- Regueira**, Esther. Editora. Revista *Centro de Arte No 5*. Sevilla.
- Silva**, Armando. *La ciudad extrañada*. Caracas: Fundación Cultura Urbana, 2003.
- Silva**, Armando. Urban imaginaries from Latin America Kassel, Alemania: Documenta 11, 2003.