



EL EXTRANJERO DEL VIDRIO

Modernidad y estéticas sociales

JOSÉ LUIS GROSSO*

Obra: "No tienes que hablar con nadie" Foto: Perucho Mejía

6

El extranjero

Uno es su biografía, su circunstancia. Mi vida, mis intereses, mi cuerpo, mi percepción, hasta donde no sé, han sido tocados por Cali, por su clima y por su gente. En este sentido, un extranjero es atravesado por el lugar donde reside, refracta más o menos el entorno, y por eso digo "el extranjero de vidrio": está expuesto al contagio de la manera local de ver, de sentir, de vivir, y constituye una superficie donde los locales o "autóctonos" pueden mirar-se, leer-se en lo que han hecho de él. (Por supuesto que no quiero hacerlos responsables de todo lo que ven en mí.) El extranjero es un vidrio, un espejo, una página; y como tal, es ocasión de refracción y de reflexión: espejo que refleja y vidrio que refracta.

V Simposio Pensar a Cali. "Estéticas urbanas". Instituto Departamental de Bellas Artes, 3 de Octubre de 2003

*PhD. Antropología Social, U. de Brasilia, Brasil. Maestro en Historia Andina, U. del Valle, Cali. Filósofo U. del Salvador, Buenos Aires, Argentina. Posgrado

La ciudad de vidrio

He sido tocado por la creciente presencia silenciosa del vidrio en la ciudad, manera como la Modernidad (de)genera sus formas de vida en nuestra periferia: figuras de la modernidad social. Y así he formulado, en mi contacto cotidiano con la ciudad, un programa de investigación en el que todavía me encuentro y que he nombrado como *La estética urbana del vidrio en la época de la imagen del cuerpo*. La silenciosa tecnología del vidrio ha transformado nuestra socialidad urbana, o mejor, ha intervenido de un modo determinante en la construcción de nuestras maneras urbanas de vivir.

Tomen, en todo caso, esta rara lectura que propongo como propia de un extranjero, es decir, como

en Cultura y Sociedad en los Andes, Centro de Estudios Regionales Andinos, Bartolomé de las Casas, Cusco, Perú. Docente titular del Instituto de Pedagogía de la U. del Valle.

la mirada de quien vive el cotidiano desde otro lugar, cargado de una historia que habla de otras tierras. Un extranjero siempre es de alguna forma disonante, nunca acierta del todo en el sentido de la ubicación: ésta es su marca, su “locura”, que se evidencia en la mueca de molestia o de desconcierto que causa, pero también ahí está su encanto. Por eso, de alguna manera hoy hablaré como un personaje urbano: “el extranjero del vidrio”.

Llamo la atención sobre el lugar invisible del vidrio como elemento estructural de la nueva teatralidad social, vidrios que vuelven imagen los cuerpos y hacen posible el circo de las miradas en el que se construye la modernidad social. Y hoy estamos, en nuestra cultura occidental y global contemporánea, en esta Modernidad tardía, en el “mercado de la mirada”: compramos y vendemos, consumimos, las miradas mutuas de unos sobre otros. (Virilio, 2000).

La generalización de lo político durante los siglos XIX y XX amplió la participación social, involucrando en el escenario protagónico de la “ciudadanía” a los actores de los anteriores estratos de la “sociedad barroca”. (Romero 1984). De una sociedad jerarquizada, estratificada, heterogénea, regida por protocolos claramente diferenciados y establecidos de acuerdo con las categorías sociales, “barroca” por su topografía de luces y sombras, su opacidad y su espectro de relaciones, se pasó al nuevo escenario de lo público, involucrando a sectores crecientes de la población en su calidad única de “ciudadanos” para la gestión de lo común. Por lo que la cultura ciudadana irá cambiando según el criterio y las marcas estéticas de los sectores medios ascendentes. Durante la primera mitad del siglo XX, la ampliación democrática se consiguió a través de luchas sociales por el reconocimiento, por reivindicaciones laborales y por la calidad de vida.

Simultánea y progresivamente, las políticas del mercado y del consumo en América Latina han continuado la ampliación de la base social convocada a estas formas de vida de sectores medios, aunque sin que, correlativamente, las políticas económicas de los Estados hayan garantizado de hecho el ascenso social. Esta inclusión se hizo (y se hace) bajo el nuevo rigor de la publicidad mediática y de una “semiosis social dirigida”. (Baudrillard, 1995 p. 201).

En este proceso, las clases medias, protagonistas de las ciudades en acelerada expansión, se preocupan por la apariencia, usurpan identidad social “adelantando el ser mediante el parecer”, apuestan a la magia performativa de apropiarse de las apariencias para tener la realidad, de aferrar lo nominal para tener lo real, pretenden modificar las posiciones en los enclasmientos objetivos modificando la representación de las plazas ocupadas o de los principios mismos de enclasmiento. (Bourdieu, 1998. p.250).

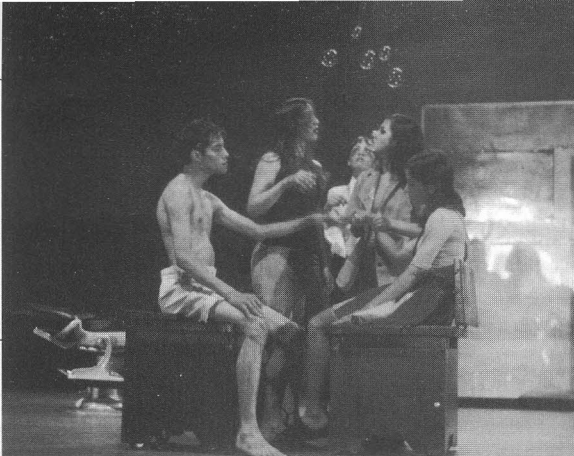
“El pequeño-burgués es aquél que, condenado a todas las contradicciones entre una condición objetivamente dominada y una participación en intención y en voluntad en los valores dominantes, está obsesionado por la apariencia que muestra al otro y por el juicio que el otro tiene sobre su apariencia. Llevado a hacer demasiado por temor de no hacer bastante, dejando ver su incertidumbre y su preocupación por encontrarse preocupado como está al tener que demostrar o *dar la impresión*, está destinado a ser percibido, tanto por las clases populares, que no tienen esa preocupación de su ser-para-otro (aunque de un modo creciente las va involucrando el mercado y el consumo), como por los miembros de las clases privilegiadas que, seguros de su ser, pueden desinteresarse del parecer (aunque también van siendo involucrados en la procura compulsiva de marcar los

signos de su distinción en el nuevo teatro público del consumo), como el hombre de la apariencia, obsesionado por la mirada de los otros, y ocupado continuamente en 'hacerse valer' a los ojos de los demás. Al

tomar partido por la apariencia, la que debe dar para cumplir su función, esto es, para *desempeñar su papel*, para hacer creer y para engañar, para inspirar confianza o respeto y dar su personaje social, su 'presentación', su representación, como garantía de los productos o de los servicios que propone... pero también para afirmar sus pretensiones y sus reivindicaciones, para hacer avanzar sus intereses y sus proyectos de ascensión, se encuentra propenso a una visión berkeleyana del mundo social, reducido así a un teatro en el cual el ser nunca es otra cosa que un ser percibido o, mejor, una representación -mental- de una representación -teatral-." (p. 250).

En este escenario se desarrolla la historia oculta del vidrio en nuestra ciudad, por detrás de otros factores más explícitos y evidentes: el vidrio todo lo transforma en imagen, aportándole la magia y el aura de su brillo; el vidrio permite extender la mirada sobre las diversas escenas, exteriores e interiores; el vidrio disuelve el límite visual entre adentro y afuera, permite observar lo público en sus diversos espacios, hace retroceder las paredes de lo privado; el vidrio todo lo pone a la luz, "a la luz pública"; el vidrio devuelve la imagen que se proyecta, pone en escena la mirada permanente del otro, combate el descuido, impone la cotidianidad callejera del espejo. La profusión de vidrios en las calles, en los interiores, paredes y vitrinas, crece junto con la preocupación ciudadana por la apariencia, por la mirada sin

Foto: Perucho Mejía



descanso de los otros. Ya desde finales del siglo XIX y comienzos del XX la plaza-jardín-paseo (que sustituyó a la plaza-mercado-gobierno), los paseos abiertos, grandes avenidas y alamedas, calles-salón, constituyeron

nuevos espacios de representación del estatus e introdujeron el consumo urbano de la imagen del otro, precursoras de las democráticas peatonales y centros comerciales de la segunda mitad del siglo XX, hasta hoy.

Cuando, a partir de los 80s, los vidrios se velan y se recubren de negro, generando el enigma de quien se muestra (y se quiere mostrar) ocultándose, para manifestar, por vociferante contraste, su ostentoso, veloz y cercado de peligros ascenso social, en Cali asoma una nueva estética: la de aquellos que desean ser (ad)mirados sin ser vistos. Los vidrios polarizados brindan un espejo rotundo a la ciudad, sin la ambigüedad del vidrio, donde los sectores medios pueden contemplar sus más oscuros deseos de ascenso social; son el rostro perverso de la modernidad social, una táctica desviada en los límites de la legitimidad y al filo de la muerte. Y esta marca de distinción también se amplía a los sectores pudientes, quienes asumen "por razones de seguridad" esta tecnología de defensa y esta estética de estatus.

Modernidad europea y modernidad social periférica

La Modernidad europea se caracterizó por la transformación simbólica y el nuevo uso material de la luz. La genealogía de la luz se hunde en la doble vertiente semítica y greco-latina de la cultura cristiana

Europea occidental, sobre la que se desarrolla la Modernidad (Ver, Nieto Alcaide, 1997). Podríamos decir que en la Modernidad se produce una secularización de la luz: la “luz natural” del conocimiento, la “luz de la Razón”, la “luz pública”, son expresiones comunes en el lenguaje de los modernos. Simultáneamente, cobran un gran desarrollo los estudios ópticos como campo de desarrollo del método científico. La imagen del mundo que sostiene la ciencia moderna lo concibe progresivamente inundado de luz, abierto, barrido de sombras, vuelto transparente: sólo reflejos y refracciones de la Luz de la Razón a diestra y siniestra, un mundo translúcido que multiplica representaciones. La luz y el vidrio constituyen un conjunto tecnológico impulsado por las fuerzas más primarias de la Modernidad.

Pero me interesa ahora cuál ha sido el proceso social del cual la Modernidad es su síntoma ilustrado y su discurso escrito: aquella modernidad social que se construye, específicamente, en nuestra periferia latinoamericana. Señalo, en esta recontextualización, tres lecturas tecnológico-metafóricas realizadas contra el fondo de tres estampas históricas: los cielos de la física de los siglos XVII y XVIII, el arte gótico y el culto progresivamente desarrollado por la cultura moderna a la velocidad y al flujo, que ha dado lugar a la revolución de los transportes, a las tecnologías de comunicación e información y a la proliferación de electrodomésticos. Tres lecturas constitutivas de nuestras estéticas sociales, con las que me propongo mostrarles hoy a ustedes la omnipresencia de los vidrios invisibles en nuestra ciudad y en las más triviales relaciones de unos con otros:

- El vidrio en su uso social será la escala urbana de los cielos transparentes de la física europea de los siglos XVII y XVIII, transportada al escenario de lo público: para la física, los cielos eran vidrios cósmicos que comunicaban mónadas solares; a escala urbana, los vidrios sociales comunicarán mónadas subjetivas. (Ver Descartes 1989 pp. 228-231). Por lo que la categoría ético-estética del “individuo” no será contradictoria con la publicidad permanente de la existencia social, sino más bien su condición tecnológica de posibilidad: los “individuos autónomos” están expuestos unos a otros, a sus mutuas miradas a través de los vidrios. La mirada de los otros y mi apariencia son material necesario de mi trayectoria “individual”: soy “yo”, con nombre y apellido, porque mi reflexión está habitada por los otros que me ven, vigilancia de la norma y del ideal.
- El vidrio público como superficie única, mural, en una tonalidad homogénea y continua, que transforma los cuerpos en figuras; no vidrios de colores que componen en mosaico la figura al ser atravesada por la inmaterialidad de la luz, figura aérea, suspendida, en la verticalidad de la relación divina, como en el arte gótico. (Nieto Alcaide 1997) El vidrio público produce la transfiguración de los cuerpos, los suspende visual y horizontalmente en la apariencia: el cuerpo es vuelto imagen.
- La luz, su ininterrumpido movimiento entre transparencias y espejos, en flujo, velocidad indetenible: paradigma cultural que ha generado cambios cada vez más acelerados en los transportes, en la comunicación, en la información y en los menesteres domésticos.¹ *Fluir: dar vuelta una*

¹ Marshall Berman señala “el uso que hace Baudelaire (en *El heroísmo de la vida moderna*, 1847) de la fluidez “existencias flotantes” - y la gaseidad - “Nos envuelve y empaapa como una atmósfera” - (como) símbolos distintivos de la

vida moderna. La fluidez y la volatilidad se convertirán en cualidades primordiales de la pintura, la arquitectura y el dibujo, la música y la literatura conscientemente modernistas, que emergerán a finales del siglo XIX.” (Berman 1991 p. 143).

*página, pasar de una cosa a otra, pasar, pasar, pasar!!!... La superficie tersa, lisa, "liquida", del vidrio permite seguir, resbalar, deslizarse, pasar a otra cosa.*² Metáfora material de las trayectorias sociales: estar en el brillo de lo nuevo, la moda³, lo otro de mí, estar en pasarela concentrando las miradas, punto de convergencia en la cresta de ola de la vanguardia, cometa incierto iluminando la oscuridad imbatible del futuro, cuota efímera de popularidad, terror de caer, repulsión de lo común, de empantanarse en el barro del pasado, heroísmo de la apariencia herido de muerte.

Pero más aún, finalmente, en nuestra modernidad social periférica, los vidrios urbanos ocultan y muestran la interculturalidad histórica que nos constituye.

Vidrios e interculturalidad urbana

La ciudadanía urbana, hegemónica, ha sido desbordada en nuestro siglo por las tradiciones diferenciales de los migrantes. Con los migrantes, lo urbano explota en la heterogeneidad étnica y en las múltiples historias de procedencia, y se ensancha en las periferias. Santiago de Cali es muy buen ejemplo de esto: en los últimos cuarenta años asomaron a la escena social nuevos "caleños" o no-caleños inauditos exigiendo espacio y reconocimiento. Las identidades centrales han

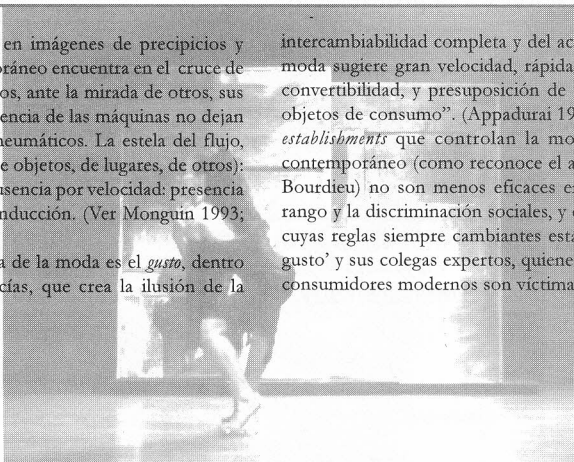
vivido este proceso creciente como "invasión", y por eso tal vez suele ser común que los sectores medios y altos locales se expresan respecto de la Cali actual sintiéndola ajena, como si se hubiera vuelto exterior, desconocida, experiencia paradójica de extrajeros natales que sólo en los recuerdos de infancia la sienten como propia, querida, como el lugar raigal de pertenencia.

Un sentimiento de creciente tenebrosidad vivenciado en los espacios públicos de las ciudades latinoamericanas, por la inseguridad y la presencia temida de los otros, se manifiesta en la protección del cuerpo tras los vidrios de vehículos que se desplazan en tránsito veloz. Es un temor de sectores medios y altos, ante la ciudad invadida por oscuros migrantes que despiertan los terrores de la alteridad próxima. Los espacios públicos ya no son para quedarse, para estar en ellos; si se lo hace, un monitoreo constante de los alrededores, de la apariencia de los otros, de su *gestalt* gestual y kinésica, pone sobre aviso de lo no deseable o de lo peligroso: los vidrios refractan sobre los transeúntes y vendedores de semáforos los fantasmas de la barbarie. En las grandes ciudades latinoamericanas, la comunicación a distancia, la bendición móvil del celular, conjura los riesgos del espacio público: se vive conectado en familia, con "los suyos", y la red vial y el tránsito veloz aseguran la separación de todo contacto fortuito (escamoteo de la

2 La publicidad de automóviles es pródiga en imágenes de precipicios y desiertos. El itinerario del individuo contemporáneo encuentra en el cruce de desiertos y en el riesgo de las alturas y abismos, ante la mirada de otros, sus metáforas más certeras. La sequedad e indiferencia de las máquinas no dejan otro rastro en la arena que la marca de los neumáticos. La estela del flujo, travesía del vacío, atravesar el espacio vacío (de objetos, de lugares, de otros): la estela como escritura de la velocidad, de la ausencia por velocidad: presencia reciente y ya distante, robinsonismo de la conducción. (Ver Monguín 1993; Kreimer 2001).

3 "... lo que se limita y controla en el sistema de la moda es el *gusto*, dentro de un universo *siempre cambiante* de mercancías, que crea la ilusión de la

intercambiabilidad completa y del acceso irrestricto" (p. 42); "... el término *moda* sugiere gran velocidad, rápida rotación, ilusión de acceso total y alta convertibilidad, y presuposición de una democracia de consumidores y de objetos de consumo". (Appadurai 1991 p. 50). Un control de los flujos: "los *establishments* que controlan la moda y el buen gusto en el Occidente contemporáneo (como reconoce el autor que han demostrado Baudrillard y Bourdieu) no son menos eficaces en limitar la movilidad social, señalar el rango y la discriminación sociales, y colocar a los consumidores en un juego cuyas reglas siempre cambiantes están determinadas por los 'hacedores del gusto' y sus colegas expertos, quienes habitan en la cima de la sociedad. Los consumidores modernos son víctimas de la velocidad de la moda..." (p. 50).



interacción corporal, que es una de las figuras periféricas de los “no-lugares” de Marc Augé). Los vidrios vehiculares protegen de los “otros” y permiten el fluido rápido entre lugares propios.

Foto: Perucho Mejía



Mientras, en los vidrios-calle, vidrios-edificio, vidrios murales, se da un trabajo cultural sobre la alteridad: los ciudadanos medios cargan con el peso rastrero de su cuerpo y de su historia, pero rememoran para sí el modelo único, o la diferencia estereotipada, del consumo; entonces, sus singularidades locales, sus protuberancias, desaparecen de las pantallas, de los campos cotidianos de visión y hasta de los espejos. Cada mirada busca en la imagen el molde que ajusta su cuerpo a la normatividad que impone suavemente el consumo, rodeando la cirugía de placeres. Para cada uno su propia disciplina, dulces rigores, dolorosos reconocimientos. Los vidrios públicos han proliferado y la nueva hegemonía del mercado global los ha reconvertido en vidrios de consumo: los movimientos sociales son domesticados en el mercado de identidades.⁴

Las luchas simbólicas (Bourdieu 1998) (en muchos casos silenciosa, en la mudez corporal) por los modos de percepción y por la representación de la alteridad son el escenario invisible de nuestras ciudades de vidrio. El centro comercial es la nueva ágora que reúne, no ante el pasado y la memoria de la ciudad, sino ante el laberinto del consumo. Las pantallas son la nueva ágora que suma muchedumbres solitarias bajo el imperativo

⁴ “Los caminos para llegar a la propia identidad, a ocupar un lugar en la sociedad humana y a vivir una vida que se reconozca como significativa exige visitas diarias al mercado.” (Bauman 2000 p. 48) Un mercado de identidades (ver p. 51).

de las formas de vida del éxito individual y de los sueños estereotipados, purificados del sudor y del dolor creativo de la historia. Pero en los vidrios, en la sombra de sus figuras, en su grosor material, son aún los cuerpos oscuros y densos de nuestra interculturalidad:

desblanqueados, desestilizados, desimaginados, los que se reflejan y refractan, haciendo otra ciudad, otra Cali: la Cali de los otros, la que todavía está en cuestión. Como extranjero, por la rara locura de mi ángulo de visión, la veo: aquí y en las ciudades de mi país veo que llega por detrás de los vidrios la ciudad de los otros.

BIBLIOGRAFÍA

- APPADURAI, Arjun. *Introducción. Las mercancías y la política del valor.* (1984) En A. APPADURAI (ed.) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías.* Grijalbo - Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México 1991 (1986).
- BAUDRILLARD, Jean. *El sistema de los objetos.* Siglo XXI, México 1995 (1968).
- BAUMAN, Zygmunt. *Trabajo, consumismo y nuevos pobres.* Gedisa, Barcelona 2000 (1998).
- BERMAN, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad.* Siglo XXI, Bogotá 1991 (1982).
- BOURDIEU, Pierre. *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto.* Taurus, Madrid 1998 (1979).
- DESCARTES, René. *El Mundo. Tratado de la luz.* Anthropos, Barcelona 1989 (1633).
- KREIMER, Roxana. “El automóvil en el imaginario moderno: violencia, velocidad y riesgo en la urbe contemporánea.” *Egipan de Vidrio*, Revista virtual de Filosofía N° 3, 2001.
- MONGUIN, Olivier. *El miedo al vacío.* FCE, Buenos Aires 1993.
- NIETO ALCAIDE, Víctor. *La luz, símbolo y sistema visual. El espacio y la luz en el arte gótico y del Renacimiento.* Cátedra, Madrid 1997.
- ROMERO, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas.* Siglo XXI, México 1984 (1976).
- VIRILIO, Paul. *La fin de la vie privée. Manière de voir* N° 52, *Penser le XXIe siècle*, Juillet-Août 2000. pp. 46-49.