



Un Mall sin límites

Rubén Nazario Velasco

El Mall ha entrado en la naturaleza de las cosas, no sólo como modelo arquitectónico sino también como teatro social. Ha desplazado al centro tradicional, para reunirnos en ritos de consumo y de imagen. Ha transformado la



Centro Comercial Palacio Hierro en Polanco, MX

geografía de la ciudad, creando nuevos territorios económicos, políticos y culturales. ¿Cómo abordarlo? En *El mall. Del mundo al paraíso*, un libro maravilloso que por complejo no deja de ser cautivante, Rubén Dávila propone varios caminos fecundos para entrar y salir del mall.

Su primera entrada es por la puerta ancha de lo general, de lo fundante. Dávila reflexiona sobre el accionar y el pensar del sujeto humano, en los límites de los lugares que él se construye en su historia, para desde allí pensar el sujeto que vive el mall. En esta primera parte los temas, todos relacionados al problema del conocimiento, son la representación, la subjetividad, el juego, el mito y la tecnología. En la segunda parte del texto, que yo llamaría el *Libro de los hechos*, cambia el registro para examinar la historia particular de los malls. Aquí nos adentramos en el análisis más específico de sus condiciones de posibilidad histórica, su relación con el carro, con el suburbio y con las tecnologías digitales. También conocemos los personajes que concibieron y desarrollaron los Malls, con su ánimo de lucro pero

también con cierto altruismo cívico y hasta religioso propio de las utopías urbanas. La parte final se centra en la discusión sobre la producción de la experiencia simbólica en los espacios y las prácticas del Mall, cómo se significa comprar y comer y parkearse, con qué sentido se mira y se camina en Plaza, qué emociones se producen al llegar a la fuente o al echar a la bolsa de marca unas medias de nylon.

A muchos sorprenderá que un libro sobre el mall escrito por un puertorriqueño no trabaje desde los entramados conceptuales de la americanización. Y es que el análisis de Dávila opera en otro plano de profundidad, conecta el mall con otras dimensiones de lo humano, con su necesidad de utopías, con la fragilidad de su conocimiento, con la plasticidad de su identidad. Es, y lo digo con agradecimiento, un libro post insularista.

De otra parte, si bien es cierto que el consumo organiza las utopías de nuestros tiempos, Dávila también propone que desde las utopías ancestrales se organiza y resignifica el consumo de hoy. El mall de Rubén Dávila no opera como mero orden de acción secular, más bien opera en el orden del mito y del juego y se constituye en paraíso. Más que un no lugar, transitorio, fugaz e inconsecuente, el mall se sitúa en un complejo entrecruce de tiempos, donde los mitos ancestrales se hacen jóvenes y donde los actos cotidianos se preñan ritualmente de sentidos. Si parece relegar los espacios e identidades comunitarias frente a las demandas narcisistas de los intereses consumidores, el mall también configura, en una peculiar combinación de fuerzas, nuevos campos de acción cívica, de juego de identidades, de constitución del deseo, de resignificación de la experiencia. Dávila problematiza las intencionalidades, tanto

de lo que venden como de los que compran, atento a sus procesos de fragmentación, disolución y reabsorción, logrando un análisis complejo del mall que, y otra vez expreso mi agradecimiento, evita los altos contrastes de la sociología de denuncia del consumo.

1. El mall como lenguaje

Lo que inicialmente se plantea como un problema del arte y de la lengua, como lograr la representación cabal de la experiencia, como navegar la brecha entre las cosas y las palabras, en el texto de Dávila se plantea como problema de la vida diaria. Atribuir sentido a la experiencia, no ya en los procesos artísticos, mas o menos concientes y deliberados de representación, sino en los más discretos, los de todos los días. Se trata de examinar la distancia entre nuestras acciones cotidianas y nuestro conocimiento de ellas, entre nuestra experiencia y su interpretación.

Asistimos a un homenaje a [Roland Barthes](#), ese pensador que transitó el muro entre la lingüística y la sociología insistiendo en que toda acción humana conlleva representación. Para Dávila, la representación es un orden perteneciente a la acción misma y no una forma pasiva, reflejo de la sustantiva o copia del original. Es desdoblamiento de la acción humana que toma distancia de la propia acción, creando sentidos y expresiones que son a la vez, parte de la acción, de la producción de sí misma.



Lugar trama de experiencia simbólica, el mall no debe verse como mero lugar de de consumo, de placer, de trabajo o de diversión. Es, más importante, el lugar de la representación de esas acciones, que no existen sin ser representadas. Es un lugar de elaboración y atribución de sentido a esas y otras experiencias sociales que el mall succiona y, aún más, es lugar de la representación del mall mismo. Se trata de ver que nuestra experiencia en el mall no tiene significados evidentes, sino altamente codificados, y que aun la intencionalidad de nuestros actos en el mall se remite, más que a una constante natural, a este código convencional. Se trata de ver el mall como vería Borges el lenguaje, como un espacio que ha sido poblado con imágenes que, tras mucha reflexión, algún día uno se da cuenta, trazan la imagen de uno mismo.

Un cambio en cursiva distingue secciones cortas, al principio de cada capítulo, que exponen lo que podríamos denominar el abordaje metodológico. Sólo que aquí la exposición del método parece mas bien una densidad mayor del cuerpo del trabajo. Es decir no son textos muy diferenciados. Y es que como el mall se construye más que como lugar de compras y paseo, como lugar de dar sentido a la experiencia, entonces estas secciones introductorias metodológicas, donde se analizan los caminos que llevarían a conocer el Mall, las formas de interpretarlo y darle sentido, se integran con el objeto mismo que es el Mall como fecundador de sentidos.



Como he dicho, Dávila plantea que el discurso, y en general los elementos de representación, son parte inherente de la acción, no son copia o reflejo de un original. Ahora bien, nos advierte Dávila, en la representación hay más que representación. Hay accionar. La imagen no es un recurso vacío o pasivo, tampoco es indiferente, sino configuración de fuerzas y formas que tienen impacto. El problema ocurre precisamente cuando esa representación se naturaliza, haciéndose inmediata, evidente y así, invisible, porque entonces se oculta el proceso de representación.

Pensar que el Mall no es natural, extrañarse, tomar distancia, y preguntar por que, como y de donde, porque natural no es. O lo que es lo mismo, traspasar el montaje de transparencia que impide tomar nota de la arbitrariedad de la creación. Esto es muy difícil, como sabemos los profesores de CISO, y como advierte Dávila desde la primera oración, porque los órdenes de acción social tienden a consolidarse precisamente mediante dispositivos de simulación de transparencia o naturalidad. En distintos momentos, las Escrituras, la ciencia, el mercado, han logrado convertir la acción política y la contingencia histórica en natural, o más que natural en obvia, en conocimiento directo. Hoy día esta ilusión de transparencia se logra mediante la forma de imagen televisiva.

Un ejemplo. En un anuncio de ATT, para el nuevo celular que transmite imagen, aparecen unos personajes que no logran enunciar lo que ven. No pueden comunicarse, son personajes de Babel. Pero ahora, gracias a la tecnología, se podrán ahorrar el engorroso trabajo de poner las cosas en palabras, es decir, de



pensar. Moraleja, el lenguaje no será transparente, pero la imagen digital sí lo es.

Por supuesto, no lo es. Dávila plantea que con las tecnologías televisivas asistimos a una intensificación insospechada del montaje del espectáculo. Por un lado, una estética hiper realista (y mientras más realista mas ocultadora de su naturaleza fingida). Un mundo virtual, de efectos especiales. Por otro lado, unos sujetos acostumbrados a suspender el sentido de la realidad frente a televisores cargados de acción. Leyendo esto, miraba la invitación de ésta actividad, el mural de Adán y Eva de Massacio, y me preguntaba cuál sería la reacción un florentino del 400 al ver esas figuras volumétricas, que se escapan de la pared de la iglesia. Un



historiador de arte, creo que Gombrich, ha dicho que la perspectiva fue un efecto especial del Renacimiento. Pero, no se, hay muchas razones para pensar que con el efectismo televisivo, con esa virtualidad que en el Mall se encuentra tan en casa, hemos llegado a un extremo de la capacidad de representación, que es condición humana, con sus peligros y sus posibilidades. Sus posibilidades, el vuelo de la imaginación y la creatividad. Su peligro, que se haga más difícil tomar distancia, que se oculte, cada vez más, la arbitrariedad del propio proceso de representación. Son las posibilidades y peligros que acechan en el Mall.

2 El Mall como espejo

Para Michel Foucault, el problema de la arquitectura pública desde los griegos hasta los góticos, era el de presentar un espectáculo que se hiciera visible al mayor

número de personas. Así el teatro y el templo. En el XIX se desarrolló otra forma arquitectónica, el panóptico, donde el problema se invierte, se trata de hacer el mayor número de personas visibles a un celador. Así la cárcel y el manicomio. Dávila, creo yo, plantearía el Mall como una síntesis, donde los espectadores se hacen ellos mismos espectáculo. La arquitectura del Mall debe entonces poner a la vista, en el espectáculo, al mayor número de personas que son, al mismo tiempo, los espectadores. El Mall funcionaría como el espejo de todos. Un espejo colectivo. Por eso Rubén a veces llama al ciudadano del Mall el autómatas. Forma desdoblada de la identidad, categoría de identificación o de reconocimiento que escenifica el doble proceso de posibilidad y sometimiento. Ser a la vez imagen y espejo.

En una película genial de Robert Altman, un niño perdido en el Mall pregunta Where's mom? Y la cámara se enfoca en el anuncio de los mahones GUESS. Una mujer enloquecida se baña desnuda en la fuente del Mall, y la cámara se enfoca en el letrero del chocolatero Godiva. ¿Censura? ¿Comprensión? Los códigos del Mall, con sus referentes míticos, con sus alusiones a los juegos infantiles, se constituyen en clave especular y espectacular de nuestros actos.

El espectáculo del Mall logra entretejer una identificación subjetiva subsumida al mercado. Lo que se presenta como espectáculo, dice Dávila, es la sociedad de participación, de libertad, de democracia, en el mercado. El Mall se inserta en la lógica de la encuesta, del sondeo, del consenso. Así, se representa como terreno de captación de la voluntad popular y no de producción de condiciones y de influencia de la opinión. Pero ese consenso en la identidad o mejor en la performatividad de

consumidor, que se ofrece él mismo como espectáculo de participación y abolición de las diferencias, queda ubicado en el campo del consumo, en las coordenadas del lucro.

Las movidas son observadas con cámaras y encuestadores, y todo un conocimiento sobre el comportamiento de los compradores se desarrolla en institutos con nombres como el *Marketing Mind Laboratory*. Una ciencia de la compra *Why we Buy* rige la puesta en escena del romance entre las mercancías y los compradores. Romance de una novela que Silvia Álvarez, en su ensayo precursor sobre la arquitectura de los centros comerciales, titularía *Las flores del Mall*. Como los barones industriales del siglo XIX, que espiaban sus trabajadores para aprender a hacer sus operaciones más eficientes, los barones de los Malls monitorean el comportamiento del consumidor con manipuladora intención de lucro. Pero, como nos recuerda Dávila repetidamente, las intenciones, aun sin ser ambiguas o inconcientes como suelen ser, son intenciones, y una vez la acción esta afuera comienza el proceso de reconfigurarse según se va contaminando con otras fuerzas, revistiéndose con imprevistos, según va entrando en otros campos de acción. Es preciso esperar a ver por donde coge la cosa. Por eso, no debemos desestimar completamente las formas de participación. Sus elementos de vigilancia y manipulación también entran en contradicción y cancelación. Lo que si debemos es precavernos contra el deslumbramiento de ese espectáculo de democracia, impedir que el montaje de participación nos vuelva pasivos, y tratar de forzarlo, de subvertirlo, en el sentido de nuestras problemáticas intenciones.

El *entertainment* es pasivo, tiende a posicionar al espectador como receptor y a trivializar los contenidos. Implica una cierta suspensión del tiempo y opera en clave de lucro. Pero el *entertainment* puede fragmentarse, disolviéndose algunos de sus aspectos, reabsorbiéndose otros. Algunos de sus elementos escapan control y entran a otro campo de acción, el del juego. El juego opera en un mundo proposicional, en subjuntivo, algunos dirían en contra del instinto, pero quizá sea mejor decir en clave de aventura. El juego permite modelar situaciones, explorar sin grandes riesgos lo desconocido, ensayar estrategias creativas. El juego es de héroes, el *entertainment* de célebres.

Juego y *entertainment* entran en oposición en el territorio del Mall. Uno no compra medias, sino piernas. No bebe café en Borders sino que comulga con otros feligreses del estilo. Uno no manipula *flippers*, sino se vuelve piloto en el simulador de vuelo. En esto puede haber tanto *entertainment* pasivo y narcotizante como juego activo y creador. Se trata de lograr que los aspectos lúdicos se internen en la superficie de las prácticas del *entertainment*, y desde allí socaven el show, subviertan los montajes, con su vocación aventurera, libertaria y trastornadora.

La significación de la acción humana requiere una especie de reificación, es preciso detener sus flujos para fijarla en una interpretación. También requiere interponer una distancia, la que nos permite hacernos objeto de nuestra propia mirada. Esta reificación, esta distancia se relacionan con las formas de la tecnología y la representación. Saber e historia, pisada y huella. Las nuevas tecnologías del espectáculo, condición de posibilidad del Mall, implican nuevas formas de producción

social de lo humano. Dávila no habla de ellas solo para denunciar el Mall como espacio de manipulación, de estrategias que el poder dirige contra víctimas que están fuera, a merced de estos vectores de fuerzas, sino para ubicarnos como parte de sus órdenes de acción que afortunadamente mutan y se desplazan y terminan cancelando muchos de los supuestos que mantienen su equilibrio. Se trata, por tanto, de potenciar estos movimientos, el disloque de estas configuraciones, de estas formas de escenificar la acción y concebir la experiencia humana. Estamos en el espacio cerrado del Mall, pero podemos decir con Hamlet:

*Oh God, I could be bounded in a nutshell
and count myself a King of infinite space.*

Muchas gracias.