



12° CONGRESO ARGENTINO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

La Plata, junio y septiembre de 2021

GT16: La cultura como coartada: prácticas hegemónicas y subalternas en las ciudades contemporáneas

La museificación de la ciudad y sus dispositivos turísticos. El caso de la “puesta en valor” de Mar del Plata (2004-2013)

Felipe Luis Garcia. INHUS-CONICET Mar del Plata. felipe.roman2150@gmail.com

Resumen

La ponencia se centrará en las transformaciones de los dispositivos turísticos de la ciudad de Mar del Plata (2004-2013), con el fin de analizar un proceso de museificación de la ciudad -en los términos de Giorgio Agamben-. De esta forma, se interpretará las redes sociotécnicas y los imaginarios urbanos que producen performativamente la ciudad. Esta constante producción de la misma, se concibe tanto en el flujo de imágenes que impostan lugares, como así también, en las relaciones prácticas y la experiencia urbana concreta. Por tal razón, el trabajo intentará visualizar el proceso de revalorización urbana, reposicionamiento turístico y “puesta en valor” de la ciudad, que se pudo evidenciar post crisis del 2001 a través de su matriz de diagnóstico y producción de ciudad: el Plan Estratégico “Mar del Plata 2004-2013”. Haciendo hincapié en la reconstitución de la ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredón mediante la incorporación de patrones de consumo globales y el aprovechamiento de las condiciones político-económicas que emergieron a principios del siglo XXI. De esta manera, se ahondarán los diversos entramados socioculturales, simbólico-imaginarios y técnicos que permiten disponer de la ciudad como un objeto de consumo con valor exhibitivo ponderando ciertas lógicas museísticas que aparecen en todo proceso de revalorización de la ciudad en

su conjunto. Por ende, se buscará indagar acerca de la mutación en la configuración de la Mar del Plata reciente en relación con su imagen, sus edificios patrimoniales, sus recorridos estandarizados y sus prácticas urbanas que la enmarcaron –una vez más- como el sitio turístico bonaerense y argentino por antonomasia.

Palabras clave: *Dispositivos turísticos; museificación; “puesta en valor”; sitio turístico.*

Introducción

No es nueva la concepción de la ciudad contemporánea a partir de la circulación de flujos y de tránsitos, donde los objetos y agentes se relacionan a partir de una pluralidad de redes interconectadas (Ascher, 2004). En ella, convergen variados ‘elementos’ dentro de una lógica de una ‘múltiples velocidades’, suponiendo que las prácticas sociales de los individuos transforman la experiencia que se tiene de la ciudad (Castells, 2004; Jacob, 2011). Por ello, Ramiro Segura (2015) sostiene que la ciudad se nos presenta, al menos, en tres de sus variantes: la primera como *objeto que se mira* (espacio de representación); en segundo lugar, como *experiencia corporal* (límite del desplazamiento interior-exterior); y por último, como experiencia pública de vincularse con los *otros*. Si bien, la referencia al estudio del antropólogo sirve para indagar la experiencia urbana como los modos de ver, hacer y sentir *de* la ciudad y *en* la ciudad; la idea del presente análisis se enfoca en: detectar a la ciudad en tanto *objeto múltiple de consumo* circunscripto en la estela de la *producción comunicacional de espectáculos*. Por tanto, y en principio, debemos comprender que la ciudad devenida en *sitio turístico* implica la estandarización del paisaje y la elitización social (Muñoz, 2008). Suponiendo el advenimiento de un *sitio turístico* como producto de: la imagen como primer factor de la producción de ciudad; la necesidad de condiciones suficientes de seguridad urbana; la utilización del espacio público en términos de playas de ocio; y el consumo del espacio urbano a tiempo parcial (Muñoz, 2008). Ahora bien, toda esta maquinaria turística se pone a

disposición a partir de ciertos mecanismos y procesos que *producen espacial e imaginariamente la ciudad*.

Como se sabe, la vida urbana no se agota en el mapa, ya que la misma se constituye a partir de movimientos, relatos y prácticas que producen espacio. No obstante, al tratarse de un sitio turístico, el ensamblaje urbano¹ que posibilita la vida en las urbes requiere de dispositivos que operen sobre la imagen, la seguridad y el consumo de la ciudad. Por ello, consideramos pertinente concentrarnos en los *dispositivos turísticos* con el objetivo de dilucidar el proceso de *museificación*, en los términos de Agamben (2013) y Huyssen (2002). Partiendo del concepto de *dispositivo* como las múltiples modalidades de organización, tramas o disposiciones flexibles y móviles que no se definen desde la unidimensionalidad o cierta condición de clausura, sino que contienen la propiedad de variar de acuerdo con las condiciones del contexto o del estado de cosas (Agamben, 2015). La ciudad como sitio turístico es aquella que no puede ser representada en una geografía estable, sino que solo puede ser *percibida y concebida* siendo *vivida* (Lefebvre, 2013). Entonces, los dispositivos turísticos producen el devenir múltiple de lo urbano conduciendo la administración de todo ello con la lógica de presentarse como una *gran tecnología de codificación de las dispersiones*. ¿Qué quiere decir esto? Que estos son, precisamente, las redes que permiten la vinculación entre las dimensiones constitutivas de la producción espacial e imaginaria de la ciudad.

Dispositivos turísticos y museificación de la ciudad

La museificación anteriormente mencionada, hace referencia a un proceso por el cual, la ciudad se exhibe espectacularizada a los fines de ser *consumida turísticamente* (Costa, 2010). Sin embargo, este proceso heterogéneo e irregular está plagado de contradicciones y paradojas que se caracterizan mediante la tensión permanente entre la estandarización global del paisaje y las configuraciones turísticas locales. Por tal cuestión, la aplicación de un proceso de *museificación* de la ciudad en su conjunto contempla algunas operaciones entre las que

¹ La noción de *ensamblajes urbanos* que permite dar cuenta de esta multiplicidad del agenciamiento producido a través de asociaciones entre entidades humanas y no humanas que se hallan entrelazados y concatenados en múltiples niveles, planos y capacidades de acción en la ciudad. Cfr. Ignacio Farías (2011).

mencionaremos: la proliferación de *no lugares* (Augé, 2007), la potencialidad de los *lugares emblemáticos* (Maffesoli, 2013) y la *gentrificación estratégica* basada en la *destrucción creativa* (Arantes, 2016; Rosler, 2017; Sorando y Ardura, 2016). Pues bien, vayamos a la génesis de las distintas interpretaciones del proceso de museificación.

A lo largo de la historia cultural de las comunidades, la administración de las memorias, ya sean materiales o inmateriales siempre fueron objeto de disputa. Al asumir que los museos se conciben como ‘agentes culturales privilegiados’, la propia institucionalización y diseminación de los centros culturales se nos presenta en términos paradójicos. Debido a que, básicamente, la lógica museística ha ido mutando en su concepción de lugar de conservación elitista, bastión de la tradición y de la Alta Cultura hacia un medio de masas con marcos de espectacularización y una exuberancia operática dando paso a una masiva ‘democratización’. Sin embargo, esta ‘apertura’ de lo museístico trajo aparejada una espectacularidad que vertiginosamente asumió la atmósfera de consumo y restringió la contemplación a un acto maratónico de superposición de obras y representaciones de índole *artística*. Por tanto, la museificación se concibe como un *proceso de consagración de los espacios* que se constata en la separación de ciertos lugares que se consignan como ‘zonas dignas de ser visitadas’. La *captura de la vitalidad colectiva que constituía al espacio* es depositada dentro de un marco estandarizado, a la que se accede como una cadena de experiencias urbanas plausibles de ser consumidas turísticamente. Este proceso aporético y dinámico de reestructuración de los lugares emblemáticos alrededor de *nuevas prácticas de exhibición, espectacularización, y patrocinio* del discurrir urbano corresponden –en parte, al menos- a una *transformación en las expectativas del público*. En ellas, se vinculan tanto la *cultura del consumo* como el *status cambiante de la memoria* (Huysen, 2002). Con lo cual, problemáticas que ‘intuitivamente’ no ubicábamos en la estela urbana aparecen como potenciales determinantes. Esto ocurre, por ejemplo, con la teoría del valor emanada desde los estudios del consumo. El creciente predominio del valor de cambio no solo obliteró el valor de uso originario de las cosas y lo reemplazó por un valor de cambio abstracto, sino más bien, que dejó a la mercancía en libertad de

asumir un valor de uso sucedáneo en donde se contemplase su *valor exhibitivo* (Baudrillard, 2009). Es decir, una mercancía que al volverse imagen y espectáculo se reconfigura para que el tratamiento espacial del pasado se vuelva materia de entretenimiento (Jameson, 2012; Harvey, 2013).

Asimismo, podríamos profundizar en una de las aristas de la museificación, al formular la discusión que acerca Marc Augé por medio de la *proliferación de no lugares* como epicentros de *anonimato* donde -al apelar al tránsito continuo y la necesidad de movimiento- se cambia la concepción del ciudadano. Visto que, el ciudadano en los shoppings, aeropuertos y terminales, se lo estimula a incurrir en una lógica vertiginosa y provisoria con el propósito de consumir. Esta noción libidinal en la que se percibe a la experiencia del espacio como pasiva y dócil, contribuye a confrontar con la idea de *lugar* como el espacio en el que el lazo social orgánico - propio del estudio antropológico clásico de Mauss- se constituía mediante los procesos de identificación y de subjetivación. Puesto que, en ellos, Augé (2007) marca una disolución de la identidad, una desvinculación de su historia y significaciones para zambullirse en una atmósfera más propicia para el disfrute del consumo. En otras palabras, la obra de arquitectura predispuesta por el *capital en su faceta global* se encarga de devastar todo vestigio cultural, rescatando simplemente ínfimos rincones donde se preserva una débil resistencia que oficia de estorbo pintoresco para la finalidad lucrativa del emprendimiento en cuestión. Por tanto, el *mote cultural* se resignifica al *ponerse en valor* para lograr generar mixturas en la concepción de lo urbano donde se confrontaban las nociones de público y privado. Así, “el *shopping* se ha convertido en la plaza pública que corresponde a la época, e incluye en casi todas partes: cines, restaurantes y negocios, parques de diversiones bajo techo, galerías de exposición, salas de conferencias” (Sarlo; 2009, p. 17). En él, descansa una estética de la igualdad muy peculiar basado en las estrategias para disponer las mercancías de la mayoría:

“la estética del *shopping* iguala no por el lado de los precios ni por el del acceso a los objetos, sino por el lado estético de su disposición escenográfica. Es un paraíso del contacto directo con la mercancía. Por eso, el *shopping* es imaginariamente inclusivo, aunque los diversos niveles de consumo sean

excluyentes. Por el lado de la inclusión imaginaria, el *shopping* crea el espacio de esa comunidad de consumidores cuyos recursos son desiguales pero que pueden acceder visualmente a las mercancías en exposición de un modo que las viejas calles comerciales socialmente estratificadas no permiten” (Sarlo; 2009, p. 17).

De esta forma, “el *shopping* no es todo en la ciudad, pero es la forma que representa el punto culminante del ocio mercantil” (Sarlo; 2009, p. 17). En definitiva, esta lógica de control de la experiencia y la visualidad que se alberga en el *shopping center* –pregonando: orden, transparencia, limpieza y seguridad- se intenta trasladar al espacio urbano mediante los diversos dispositivos turísticos que actúan como agentes de constitución y producción permanente de la ciudad. A través de ellos, se intenta instalar un sistema que expulsa el relativo caos y la contingencia que surgen en las interrelaciones constitutivas de lo urbano. Sin embargo, Dipaola (2015) –en afinidad con Mongin (2006)- no concuerda con esta visión totalizadora de los *no lugares* como agentes principales de un proceso uniforme y homogéneo. Sino más bien, se encarga de señalar que, el vertiginoso panorama de las ciudades contemporáneas se presenta como una *plataforma integral* que engloba a los *no lugares* dentro de una *sinergia urbana mayor*, ligada a la mutación de las prácticas y lazos sociales y a la circulación de las *nuevas tecnologías de la información*. Es decir, que lo que se pone de manifiesto en los espacios de anonimato, no es la desintegración del lazo social, sino la *flexibilización* del mismo, permitiendo una dúctil mutación y un dinamismo al momento de adaptarse a la coyuntura. En esta línea, el devenir, la circulación y los ‘flujos’ indefinidos no forman parte de una disolución de los lazos sociales sino de series de experiencias de vida en las ciudades; nuevas formas de emprender y comprender la dinámica de esos lazos de interacción, que no sufren una ruptura, sino una nueva inscripción dinámica (Dipaola, 2015).

No obstante, lo cual, las experiencias de vida en las ciudades contemporáneas nos acercan a una nueva relación espacio-temporal que arrastra un innegable *vitalismo*. Por lo que, enfocarnos en la segunda operación de la museificación puede generar una amplitud analítica provechosa. A partir de la reconstrucción de pensadores tan variados como Simmel, Spinoza, Deleuze y Durand, Michel Maffesoli (2013)

concentra su análisis en los *lugares emblemáticos* como epicentros de la efervescencia simbólica y espacial que permite *religar* nuevos modos de estar-juntos. Este tipo de análisis basados en su *razón sensible*, no escapan a los juicios críticos en referencia a la mercantilización del espacio (público) o la reificación de la ciudad en tanto objeto de consumo; sino más bien, se disparan hacia la dimensión *libidinal* que constituyen potencialmente a los espacios colectivos. Brota en sus análisis una lectura abocada a captar los límites de esta reverberación mediante la analogía simmeliana del *puente* y la *puerta* en el que la propia frontera es 'lo que une'; o para destacar y consagrar ciertos *sitios elevados* para el uso tribal. Pues, esto, que es bien conocido –y explotado– por el marketing y la publicidad turística, Maffesoli lo hace '*jugar*' un rol preponderante a la hora de pensar los modos de desconfigurar esos mismos dispositivos. En consonancia con ello, siguiendo un análisis simondoniano, Margarita Martínez (2017) asocia esta red simbólica y técnica –propia del marketing– con la *magia*, ya que considera que estos *puntos-clave* en el espacio son los lugares y tiempos sociales consagrados donde se erigen las *capas paleo-psíquicas del deseo*, al ser constituidos por esquemas arcaicos de pensamiento que han sido actualizados en múltiples ocasiones. Es decir, estos *lugares emblemáticos* en los que se privilegia la elaboración de los 'misterios de la comunicación-comunión' son espacios de sociabilidad, moldeados de afectos y de emociones comunes, donde se consolidan el *potencial* cimiento cultural y espiritual. En ellos, se adquieren las características de un *aura lúdica* como: la agitación, la efervescencia, la profusión de las imágenes, de ruidos, de un ambiente en permanente *excitación de la sensibilidad*. En efecto, la exacerbación de estos fenómenos produce una especie de *escalofrío estético colectivo* que hace de la ciudad un 'lugar de altura', global y complejo, receptáculo de una infinidad de impulsiones y motivaciones, sirviendo de crisol alquímico y de constantes transformaciones de atmósfera (Maffesoli, 2013).

Por otro lado, pensar las operaciones de *gentrificación estratégica*, puede aportar un matiz distinto de la museificación imperante de la ciudad. Puesto que, la gentrificación ha sido una de las problemáticas centrales que expresa cómo la *inyección de capital* transforma las infraestructuras e imaginarios de una zona de la

ciudad, que se señala como 'abandonada'. Esto es solventado por un aparato publicitario que da cuenta de una concepción de *reciclaje*, de *mejoramiento* y hasta *renacimiento del barrio*, poniendo de manifiesto ciertos eufemismos vinculados con connotaciones clasistas y raciales que quedan solapadas en donde se dictaminan quiénes son bienvenidos en los procesos de renovación urbana (Marcús, 2014). Como señala Smith (2012), dicho lenguaje de la revitalización engloba una transformación cultural y económica que comprende facetas de comunicación, localización y accesibilidad de una *nueva geografía urbana*. Así lo refleja la infraestructura de servicios que se tracciona hacia el desarrollo y propulsión de las *clases creativas* de Florida (2009) a partir de la búsqueda de una *ciudad marca*. Desde la transformación de antiguos barrios industriales en barrios de viviendas para clases acomodadas hasta la conversión de zonas antiguamente marginadas en espacios de diseño, estos movimientos son síntomas de una crisis profunda en el concepto de *cultura* que se enlaza con la proliferación de *nuevas formas tecnológicas* que involucran, sobre todo, al arte y al artista (Yúdice, 2002). En ese sentido, Margarita Martínez (2017) ha manifestado que los espacios urbanos periféricos son un *índice sensible* de las derivas de la cultura global, sin que ello implique una dilución de las configuraciones locales. Más bien, apoyada en Rosler (2017), sugiere pensar a la ciudad como *un acompañamiento de sentidos transnacionales que necesariamente se apoyan en lo local*. Visto que, los Estados tuvieron *un rol activo y necesario* en las *reinversiones urbanas* y la *espectacularización del pasado*. Pues como explicitan Daniel Sorando y Álvaro Ardura (2016) mediante la *destrucción creativa de las ciudades*², para que lo global se inserte en la producción de lo nacional, debe haber un proceso de desnacionalización de ciertas propiedades de lo nacional –cuya tarea se vuelve irrealizable sin la apoyatura estatal-. En otros términos, pese a ir en detrimento del interés público, dicho soporte permitía acceder a un reconocimiento turístico

² La *destrucción creativa urbana* refiere a la *gentrificación* y *puesta en valor* de las ciudades. Ardura y Sorando (2016) enfatizan que *destrucción* es el sustantivo y *creativo* el adjetivo. Ya que, el desenvolvimiento de dicho proceso económico neoliberal se genera motivado por una oportunidad de negocio funcional para los agentes inmobiliarios y de inversión; esclareciendo el proceso de lucha de clases, de desplazamiento, de disputa entre diferentes actores y grupos sociales que se dirimen las *plusvalías urbanas*. La misma consta de diversas etapas: *abandono*, *estigmatización*, *exorcización*, *mercantilización* y *resistencias*.

planetario, muchas veces propulsado a través del acercamiento de urbanistas o arquitectos con *sello global* que garantizan y legitiman la renovación. Según Rosler (2017), en la lógica artística se articulan el atractivo, lo experimental del rediseño y la reestructuración de los espacios gentrificados. La renegociación de los inmuebles en beneficio de las élites, está cargada de una gran instrumentación apoyada en las estéticas emanadas del ámbito artístico, articulando un consumo de la cultura basado en la absorción de resistencias y contracultura. Pues, si los recorridos de la ciudad contemporánea se ordenan cada vez más ‘al ritmo’ de los museos, de los itinerarios turísticos y de esas guías espectaculares; lo que se produce son espacios *huecos* donde no se concibe el ‘entre’, y donde se *invisibiliza* la *memoria urbana*, generando una separación con su *vitalidad constitutiva*. Por ello, *la imagen mental de la ciudad*, es inseparable de la estratificación del tiempo, de una memoria que continúa la huella de monumentos y nombres en un itinerario que se *conjuga en el presente*. Por tanto, el *trayecto* exige *umbrales*, intervalos que operen de contrapeso, *pasajes* que permitan *mirar*³ la ciudad no como un monumento o como un *museo*. En efecto, tanto *la reconquista de los lugares* como el *reencuentro de la urbanidad* corresponden a una voluntad urbanística de circunscribir el desarrollo de la ciudad y de *dinamizar su tejido narrativo* –concibiendo a la ciudad como un *todo en disputa*-.

Mar del Plata y la Planificación Estratégica

En esa tesitura, podemos abrir indagaciones frente a las heterotopías que sostiene Delgado (2011) y los procesos de museificación, que se evidencian en los incontables Planes Estratégicos que disponen las ciudades devenidas en sitios turísticos para consolidarse como *puntos-clave* de los circuitos de consumo. El caso de Mar del Plata es paradigmático, pues no solo contó con el asesoramiento de especialistas internacionales –interventores de Bilbao, Medellín y Barcelona- sino que también ha tenido dos etapas, contando con un segundo relanzamiento que aún está en proceso (2013-2030) y que no permite dimensionar las modificaciones que

³ Al enfatizar en la conexión entre Rancière (2010) y Urry (2008) lo que se intenta recuperar es el *carácter activo de la mirada*, como instancia activa de intervención y creación; que inclusive puede servir como un instrumento para la *ralentización de la exuberancia del mundo* (Baudrillard, 2009).

están ‘en marcha’. Dichos procesos de museificación de las ciudades se contemplan por diversos accionares conjuntos que fueron *planificados estratégicamente* y que simultáneamente operaron –y lo continúan haciendo- en la urbe. Los dispositivos turísticos que se pueden identificar a priori son: las imágenes, vídeos y spots publicitarios extraídos de las campañas de *Amardelplata* y *Experto en Mar del Plata*; las audioguías brindadas por la página web del EMTUR y el *Plan Estratégico 2004-2013*, como la matriz programática y estratégica de renovación urbana. A su vez, esto concibe el reposicionamiento de Mar del Plata como *producto cultural* –inscripto en la lógica de *Marca País Argentina* del Ministerio de Turismo de la Nación desde el 2006 en adelante- en el circuito de los grandes sitios turísticos de la región, incorporando estándares de consumo globales en el abordaje de los destinos nacionales. Otra cuestión importante a destacar del caso marplatense, radica en que, siguiendo los análisis de Arantes (2016), la *puesta en valor de la ciudad* se lleva adelante a partir de un ‘*consenso público*’ que basamenta un contenido de *ampliación de civilidad* como razón legitimadora de su proceder para propulsar dicha renovación⁴. Por ello, la elaboración del Plan Estratégico marplatense se articula como la labor mancomunada de agentes privados y públicos. Es decir, tanto del Ente Municipal de Turismo (EMTUR) y la Secretaria de Planeamiento Urbano (SPU), como cámaras empresariales, asociaciones barriales, sociedades de fomento y otras entidades no gubernamentales formaron parte –en mayor o menor medida- de este realzamiento de la ciudad cabecera el Partido de General Pueyrredón. Por último, el obrar de los dispositivos turísticos lo podemos avizorar, en la gran cantidad de modificaciones infraestructurales que se realizaron: el caso de la Vieja Estación Terminal–actual *Paseo Aldrey*-, la creación de la fallida *Terminal de Cruceros* y del *Museo MAR* –con el emblemático lobo marino ‘con envoltorios Havanna’ de Minujín-, como así, las excepciones normativas para especulaciones inmobiliarias sobre chalets patrimoniales: Chalet Roesli y Villa Susuki. Todo ello, articulado mediante: la búsqueda y elección de *tópicos del pasado* para su conversión en significantes para

⁴ La *gentrificación estratégica* es ‘fruto’ de una ‘voluntad conjunta’ que legitima el accionar del capital privado, para condensar una lógica empresarial que motorice una maquinaria de crecimiento y de planificación urbana asociada a un nuevo sentido común penal que engloba la criminalización de la pobreza y la normalización del trabajo precarizado.

el turismo; sumados a la operación de trocar el paseo costero en una *vidriera turístico-cultural*; y por último, convocando arquitectos de renombre mundial –como el arquitecto Pelli con el Maral Explanada - o acercando eventos internacionales – tales como: la *IV Cumbre de las Américas* (2005), la *Copa Davis* (2008), el *Circuito Rally Dakar* (2012) o la segunda etapa del *Festival de Cine Internacional* (1996- actualidad)- para consolidar la transformación de la ciudad en una *postal turística global*.

Por otro lado, dichas matrices de renovación de las ciudades se pueden cotejar con los casos de Málaga, Valparaíso, Porto Alegre y Bilbao –nombramos ciudades que puedan tener una similitud geoespacial y demográfica con la propia ciudad costera- para poder comparar los parámetros impuestos y las modificaciones producidas. En esto, la noción de *exposición* de Delgado (2011) sirve para compulsar las ‘puestas en valor’ de la ciudad tanto en el carácter *exhibitivo y espectacularizado* como en su reverso: el *riesgo*⁵. Ambas dimensiones cumplen un rol importante en la *generación de oportunidades*, para que el capital encuentre una ocasión favorable para *destruir creativamente* (Rosler, 2017).

Las formas-trayecto como tácticas urbanas disuasivas

En tal sentido, la noción de dispositivos turísticos se presenta como una compleja confluencia entre el *habitar*⁶ y el *contemplar*; donde se exhiben desde hotelería, ferias artesanales, indumentaria y diseño, espectáculos teatrales y deportivos, espacios públicos y centros de recreación o de compras, hipermercados, ofertas gastronómicas y hasta ofertas sexuales (Colomina, 2010). A partir del fluido accionar de los dispositivos turísticos es que se produce y reproduce una multiplicidad de

⁵ El *riesgo* como factor organizativo de la vida social a partir del repliegue de los Estados-nación, donde el individuo debe adaptarse a un estado de arrojo e incertidumbre con el que lidia para subsistir (Beck, 2006).

⁶ La noción del *habitar* y de *experiencia urbana* que se desprende del trabajo de Segura (2015), concebida como un empalme entre lo ‘vivido’ –comprendido en el ámbito de la práctica, como un saber inefable- y el lenguaje – como productor y mediador- de la experiencia. Parafraseando a Jay desarrolla: *en la tensión entre lenguaje público y subjetividad privada, entre los rasgos comunes expresables y el carácter inefable de la interioridad individual. En ese terreno se constituye la experiencia urbana*. Y añade, siguiendo a Raymond Williams, que el propio acoplamiento entre ‘lo articulado’ y ‘lo vivido’ está en la dinámica de *reactualización constante de la ciudad*. Asimismo, Giglia (2015) aporta la noción del habitar en tanto presencia que también genera una producción del espacio.

sentidos y de experiencias que se entrecruzan y que organizan las distintas *formas de producción espacial y visual* de la ciudad. Por tal razón, intervenir el análisis de las ciudades mediante dichas formas de organización exhorta a apelar a una *producción de la ciudad distinta* que intente escapar de los dispositivos de *captura de la vita activa* (Agamben, 2013).

Para comenzar a esclarecer una alternativa, precisamos acentuar la idea del *radicante* de Nicolas Bourriaud (2009). El *radicante* es ese sujeto contemporáneo abrumado por las *fuerzas del desarraigo* y la necesidad de un vínculo con su entorno. Efectivamente, el *radicante* es el *habitante por excelencia* de este imaginario de la *precariedad espacial* que va adaptándose a las estructuras existentes, provocadas directa o indirectamente por la globalización (Urry, 2008). Por esto, el sujeto *radicante* se presenta como un *semionauta*⁷, quien a partir del trazado de una *errancia calculada* va creando recorridos e itinerarios dentro de un *paisaje de signos*. Es decir, un viajero que ocupa los espacios mediante un *pensamiento de la traducción del desplazamiento* y la *invasión e instalación* de un suelo desconocido (Bourriaud, 2009). Pues bien, este *transitar radicante* deriva de una *interrogación política de la ciudad* cuya composición supone *puntos de fuga* constatados en la traducción de las dinámicas espaciales por la escritura visual de nuestro tiempo. Es que, Bourriaud (2009) nos incita a indagar en cómo la *cinética irrupción de la pantalla* como ordenador en la vida cotidiana -y a su aceleración con la explosión de Internet y teléfonos móviles- transformó las formas de movimiento y los territorios por recorrer. Tal mutación en la concepción del espacio-tiempo, evidencia un *imaginario nómada* que admite una unidad de recorrido: la *forma-trayecto*. Esta *forma-trayecto* es el producto del discurrir urbano que dialoga con la *multiplicación y la hibridación*⁸ como operaciones mentales propias del devenir digital.

En efecto, ahí radica lo transversal y múltiple de desactivar la museificación de la ciudad, ya que esto dispara hacia la desconfiguración de las trayectorias instituidas

⁷ Esto se asocia al *espectador emancipado* de Rancière (2010), quien se cuestiona la oposición entre el *mirar* y el *actuar*. Al romper esa dicotomía que estructura la *distribución de posiciones* en la *división de lo sensible*, se comprende la voluntad de *religar* los espacios urbanos colectivos con la *vitalidad* que los constituyeron mediante una transducción que borra las fronteras que forjaron el espectáculo y el consumo.

⁸ Delgado (2011) destaca la *heterotopía* -como concepto de Foucault- basada en la hibridación y la incongruencia que deviene en una comunidad embrollada en la que emerge una vitalidad sin límites.

por medio de un *transitar radicante*⁹. La *forma-trayecto se constituye como la unidad de recorrido que compone los espacios de encuentro*. Tal es así, que el análisis relacional -en la era de Información, de la comunicación en tiempo real y de la hipermovilidad global¹⁰- se vuelve imprescindible para lograr entender cómo se instalan *nuevos modos de percepción y de representación* del espacio y el tiempo; los cuales producen simultáneamente la vida urbana bajo la tutela de la pantalla y los algoritmos. Por tanto, en afán de ampliar la capacidad de conjeturar, podemos vislumbrar en el radicante y su proceder *profanatorio*¹¹ una posible asociación con el *hacker*¹² en el mundo informático o el *parkour*¹³ como expresión corporal urbana. El *hacker* dispone de vastos conocimientos en informática, capaz de introducirse en sistemas ajenos sin autorización como un modo de obtener *información* para desactivarlos y desconfigurarlos. Por su parte, el *parkour* repara en una destreza corporal que implica una reapropiación del espacio a partir de una habilidad móvil que desata un uso disfuncional de la ciudad. Ambas actividades pueden concebirse como sintomáticas disposiciones a reconfigurar un *derecho a la ciudad* en la era digital, en las que sus interpelaciones cibernéticas o topológicas pueden adentrarnos en un universo de análisis sumamente creativo para repensar las dinámicas urbanas.

Horizonte de debate

En síntesis, centrar el debate en la museificación de la ciudad y en los dispositivos turísticos como sus unidades ejecutoras, nos pone frente a la ineludible comprensión

⁹ Mi interpretación del *radicante* de Bourriaud (2009) se ampara en una *ética de la estética* que lo vincula con marco de acción que condensa la *razón sensible*. Es decir, en los términos de Maffesoli (2013), una racionalidad que no menosprecia o subestima el valor de lo afectivo y lo sensorial.

¹⁰ Pablo Rodríguez (2010) asevera que la *información* es un *proceso inapropiable* y que su comprensión puede ampliar la comprensión de la proliferación del capital global y de la virtualidad como devenir social.

¹¹ “La profanación agambeniana es una estrategia para evitar y dislocar los dispositivos de captura del viviente y restituirle su posibilidad de una vida ‘feliz’. Profanar es hacer, decir o callar algo impensado, imaginar usos libres, no regulados, no oficializados por reglas de disposición y utilidad obligatoria” (Costa; 2010: 11).

¹² Es importante registrar la diferencia de la noción de *hacker* del *cracker* en el mundo informático, siendo que el segundo desarrolla su actividad con fines ilícitos infringiendo las normas y siendo penado por la ley.

¹³ El *parkour* es una disciplina física basada en la capacidad motriz del individuo, desarrollado a partir del método natural, que tiene como objetivo trasladarse de un punto a otro del entorno de la manera más sencilla y eficiente posible, adaptándose a las exigencias del mismo con la sola ayuda de su cuerpo.

de cómo el capital fue capaz de neutralizar el potencial subversivo de las estrategias estéticas y del ethos de la contracultura, promoviendo: la búsqueda de lo auténtico y creativo, el ideal de la autogestión [*self-managment*] y el imperativo antijerárquico, transformando esas estrategias -antes instrumentos de liberación- en *nuevas formas de control, desarrollo y vigilancia* (MacCannell, 2003). En el plano urbano, la nueva estrategia implica una *revitalización del espacio* teniendo como objetivo una 'integración menos problemática', que aspira a reconducir una síntesis del arte y la industria en una *diversidad conocida y controlada*. De tal forma que, para las comunidades de negocios y de planificación urbana, la *cultura* no es un bien social, sino un *activo estratégico* que se puede *instrumentalizar*. Esta manifiesta cooptación de la esfera cultural por parte del marketing, no disipa totalmente la potencialidad crítica y de resistencia, aunque enmarca una hegemónica e inexorable conducción de los marcos instituidos por el capital hacia políticas públicas que legitiman y viabilizan la univocidad del fin comercial. Por lo tanto, el modelo de transformación urbana del SoHo abarca a la *creatividad* como el ingrediente necesario para la innovación, al operar dentro de la visión del mundo diseñada por la imaginaria tardocapitalista (Fisher, 2016). Por ello, este modelo se presenta como el mecanismo para 'salvar' a las ciudades en crisis volviéndose hacia sus artistas y miembros destacados de la comunidad, incitándolos a explotar el cliché de *pensar globalmente y actuar localmente* (Sassen, 1999). Ahora bien, dicha explosión *involucra* –pero muchas veces solapa- *la dimensión política de la ciudad como un campo de batalla* en donde los *creativos* no traigan consigo solo un cierto entrenamiento en el diseño y en el trabajo con las *marcas*, sino también, en la capacidad de '*ocupar*' herramientas tecnológicas de investigación, estrategia e implementación en espacios tanto físicos como virtuales. Entonces, para lograr escapar de la taxonomía de estas sofisticadas máquinas de producción de ganancia que proyectan un modelo de negocio -en el que las empresas son *disruptivas*, las ciudades y los gobiernos *inteligentes* y los trabajadores *flexibles*- precisamos un *reencuentro con la urbanidad* y una *reconquista de los lugares emblemáticos* mediante *nuevas poéticas del espacio*. Con lo cual, se nos vuelve impostergable la indagación en pos de una desconfiguración de las *trayectorias* instituidas para

reconstituir unidades de recorridos que compongan *puntos de fuga* (Bourriaud, 2009). Puesto que, pensar y actuar en aras de desbaratar el linaje de la economía libidinal que liga al consumo con la vida urbana, nos habilitará a una nueva *interrogación política de los espacios*, creando alternativas móviles y provisorias del discurrir por las ciudades en la era digital. Mar del Plata, lejos de contentarse con ser el reservorio del turismo de masas de antaño, busca reconfigurarse al compás de los dispositivos turísticos –hoy: sustentables y alternativos-; por lo que, debemos acompañar dichas mutaciones con categorías y conceptos que permitan comprender e indagar los vaivenes presenciados.

Referencias Bibliográficas

- Agamben, Giorgio (2013) *Profanaciones*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Agamben, Giorgio (2015) *¿Qué es un dispositivo?* Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Arantes, Otilia (2016) *Gentrificación estratégica*. En *FAU-UCSP*. ISSN 2215-275X.
- Ascher, François (2004). *Los nuevos principios del urbanismo*. Buenos Aires: Alianza.
- Augé, Marc (2007) *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Baudrillard, Jean (2009) *La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.
- Beck, Ulrich (2006) *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. BCN: Paidós.
- Bourriaud, Nicolas (2009) *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Brenner, Neil (2013) “*Tesis sobre la urbanización planetaria*”. En *Nueva Sociedad*, N° 243. Pp. 38-66.
- Castells, Manuel (2004) *La cuestión urbana*. México: Siglo XXI
- Colomina, Beatriz (2010) *Privacidad y publicidad. La arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. Murcia: CENDEAC.
- Costa, Flavia (2010) *El dispositivo museo y el fin de la era de la Estética*. En *RIB*. Extraído de CCI ‘Giorgio Agamben: Teología política y Biopolítica’ en las UC y DG (Chile).
- Delgado, Manuel (2011) *El espacio público como ideología*. Madrid: Catarata.

- De Certeau, Michael (1996) *La invención de lo cotidiano*. México D.F: UI.
- Dipaola, Esteban (2015) “*Posciudades: transformaciones de las experiencias y estéticas de lo urbano desde la posmodernidad*”. *Revista Poliantea*, 11 (20) Pp.225-247.
- Farías, Ignacio (2011) *Ensamblajes urbanos: la TAR y el examen de la ciudad*. Athenea Digital, 11(1), 15-40. Social Science Research Center Berlin.
- Fisher, Mark (2016) *Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?* Bs As.: Caja Negra.
- Florida, Richard (2009) *Las ciudades creativas*. Barcelona: Paidós.
- García Vázquez, Carlos (2004) *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. GG.
- Giglia, Ángela (2012) *El habitar y la cultura*. Barcelona: Anthropos.
- Harvey, David (2013) *Ciudades rebeldes: del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal
- Huysen, Andreas (2002) *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. México: FCE.
- Jacob, Jane (2011) *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Capitán Swing.
- Jameson, Fredric (2012) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Buenos Aires: La Marca.
- Lefebvre, Henri (2013) [1974] *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- MacCannell, Dean (2003) *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina
- Maffesoli, Michel (2013) *En el crisol de las apariencias: para una ética de la estética*. México: Siglo XXI.
- Marcús, Juliana (2014) ‘*Vos (no) sos bienvenido*’. *El control y la regulación del espacio urbano en la Ciudad de Buenos Aires*, *Scripta Nova*, XVIII, núm. 493 (15), 1-17.
- Martínez, Margarita (2017) “*Solilóquio da magia e da técnica*”. En revista *Eco-Pos (Universidad Federal de Rio de Janeiro)*, Vol. 20, Nro.1.
- Mongin, Olivier (2006). *La condición urbana. La ciudad a la hora de la mundialización*. Buenos Aires: Paidós.
- Muñoz, Francesc (2008) *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. GG
- Rancière, Jacques (2010) *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.

- Rodríguez, Pablo (2010) *Sobre el vínculo entre humanismo moderno y filosofía de la técnica: Martin Heidegger y Gilbert Simondon*. En *Revista CTS*, nº 14, v. 5, pp. 143-152.
- Rosler, Martha (2017) *Clase cultural. Arte y gentrificación*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Sarlo, Beatriz (2009) *La ciudad vista. Mercancías y cultura urbana*. Bs. As.: SXXI.
- Sassen, Saskia (1999) *La ciudad global*. Buenos Aires: Eudeba.
- Segura, Ramiro (2015) *Vivir afuera. Antropología de la experiencia urbana*. UNSAM.
- Simmel, Georg (1986) *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península.
- Simondon, Gilbert (2008) *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Prometeo.
- Smith, Neil (2012) *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. TdS.
- Sorando, Daniel y ardura, Álvaro (2016) *First We Take Manhattan: la destrucción creativa de las ciudades*. Madrid: La Catarata.
- Urry, John (2008) *La globalización de la mirada del turista*. En *Revista de Información y pensamientos urbanos*. Barcelona Metrópolis. N° 72, pp. 48-57.
- Yúdice, George (2004) *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.