

DESAPRENDIENDO DE LAS VEGAS*

Eduardo Subirats

Escritor, profesor de la New York University

El modelo arquitectónico y urbano de las Vegas como instrumento eficaz de la industria del turismo y el consumo de masas, pone en manifiesto un concepto civilizatorio y comunicacional propiamente posmoderno.

Al entrar en el *hall* de París-Las Vegas sentí un estremecimiento. De repente estaba inmerso en un inmenso espacio, del que apenas divisaba sus límites. Un virtual centro urbano bajo el falso techo abovedado de un cielo de neón. Un mundo enteramente artificial, sin sombras, sin contrastes, sin formas, atravesado por una red laberíntica de corredores y pasillos en los que me extrauí irreparablemente.

El bosque de tragaperras, las hileras de mesas de juego y ruletas se extendían frente a mí como una masa de colores rutilantes e inexpressivos, sumergida en el zumbido monótono y obsesivo de sus timbres y campanillas, contrapunteado, de tarde en tarde, por el chasquido

de las monedas en las bandejas metálicas de las máquinas. Una luz uniforme y tenue inundaba con sus tonalidades somnolientas un lugar de ninguna parte, y un presente vacío y eterno. Me sentí transportado a una realidad fuera de la realidad, herméticamente sellada al mundo exterior, una ciudad por derecho propio definida por un sistema opaco de signos y estímulos perfectamente planificado y perfectamente vacío. Aquí y allá, un pequeño ejército de muchachas jóvenes, con atuendos de diseño pornográfico y gestos de pudor pacato atendían a las máquinas y a sus usuarios. Una masa de miradas excitadas, sin expresión, invadía los corredores.

El mismo modelo arquitectónico se repite en cada hotel-casino de Las Vegas hasta la náusea: interiores monumentales diseñados como verdaderas ciudades artificiales, la representación retórica de lugares históricos fetichiza-

* Conferencia pronunciada en el Curso de Verano de la Universidad de Alcalá; «La ciudad en la historia. Presente y Futuro». (Julio 2001)

dos por la industria del turismo bajo signos trivializados, la impermeabilización al mundo exterior, la eliminación de referencias espaciales y la suspensión del tiempo, la obsesiva movilización de la masa encerrada de los jugadores en campos de fuerza de diseño premeditadamente fragmentado e innecesariamente confuso, la profusión ostentosa del ornamento como instrumento de *dopage* comercial, la insistente simulación de naturalezas animales y vegetales domadas: todo ello se repite monótonamente de casino en casino, entre ofertas de dinero fácil, sexo empaquetado y aventuras programadas.

Las Vegas es un escenario comercial infinito. Una no-arquitectura sistemáticamente extendida. Y un programa civilizatorio. Sus grandiosas construcciones exhiben ostentosamente la ausencia de un concepto de espacio, la renuncia arquitectónica a la forma, la negación a una voluntad expresiva. Pone en escena una concepción de la ciudad como sistema de comunicación instrumentalizada para fines comerciales. Renuncia paradigmática a la organización artística de la existencia, y a cualquier experiencia artística de la realidad.

Un principio rige y compensa esta renuncia a la construcción expresiva y a la creación arquitectónica. No se trata del *kitsch*, resultado del abaratamiento industrial de las formas artísticas y las expresiones humanas. Es el realismo mágico que distingue la producción de la industria cultural postindustrial. Entiendo por realismo mágico a la composición de signos como objetos, de lenguajes como realidades, y de la ficción como si se tratase de una programada realidad. Y a la

configuración de estos signos reales como un sistema banal de estímulos primitivos para el consumo, la modificación del comportamiento humano y, en última instancia, la subversión comodificadora de la cultura. Su función, como la de esas botellas de Coca-Cola transformadas en espacios comerciales, es la de sumergir en su medio total al consumidor como en una fantasía real, disolver su conciencia reflexiva, y movilizar sus frustraciones libidinales, sus deseos parciales, y sus construcciones simbólicas inconscientes fetichistas y perversas con fines comerciales.

La consigna posmoderna llamada a legitimar la reducción de la arquitectura al diseño comercial era: dominio del signo sobre el espacio y redefinición de la arquitectura como acción comunicativa. Un hotel simula las estancias y los patios de villas romanas, el otro es un simulacro de los palacios árabes, el tercero cloniza el *skyline* de Manhattan. Se reproducen indistintamente espacios selváticos, paisajes submarinos, circos u oasis del desierto, y salones rococo. Se yuxtaponen como los lenguajes vacíos de un cinismo universal. Lo único realmente innovador en estas simulaciones son sus dimensiones gigantescas, efectísticamente hinchadas, y la sistemática trivialización retórica de sus significados, lo mismo se trate de columnas corintias o los atributos sexuales de las *show girls*. La exageración monumental de los ornamentos arquitectónicos, el erotismo hiperrealista de las toallas y los jabones de los hoteles, los excesos ilusionísticos de los productos de consumo, son la condición, a la vez que el complemento de su programado tedio.

El postulado antiartístico que regula este proceso de diseño comunicativo realístamágico ha sido empaquetado académicamente bajo la parafernalia neovanguardista de una ruptura posmoderna. Sin embargo, sigue siendo moderno: trata de eliminar funcionalísticamente las huellas del tiempo y de la experiencia, enarbola como el dadaísmo los efectos del *shock* y de la banalización masiva de la experiencia humana, y compensa su falta de carácter y vaciamiento artísticos mediante la obsesiva ostentación hiperreal de un hedonismo comercial de constitución perfectamente surrealista. Como en la revolución surrealista su efecto de encantamiento, la inmersión del consumidor en un mundo de falacias de riqueza, fantasías patéticas y trivializadas extravagancias se estiliza como el objetivo final de un *environment* total.

Las categorías tradicionales de industria del *entertainment* y del *amusement* sólo definen una de las funciones que estas instalaciones cumplen. Se trata de un diseño concebido como instrumento del consumo masivo. Pero la función del consumo lo eleva, al mismo tiempo, a modelo de conducta y paradigma cultural. Lo que aquí se define es un proyecto industrial de la cultura del consumo, de la cultura del espectáculo. La característica dominante de esta quimera postindustrial es la producción de realidades virtuales, de sucedáneos presenciales, de ausencias hiperreales: un principio que rige en un extremo los *video-games*, con el hiperrealismo que atraviesa su culto temático de la violencia, y en el otro extremo los ritmos repetitivos y monótonos de excitación y frustración que rigen todas las

instalaciones automatizadas de juego en los casinos. El intelectualismo posmodernista ha legitimado con una voluntad solapadamente publicitaria a estos productos comerciales como expresión de una auténtica *pop-culture*, olvidando el principio mercantil que les otorga su valor jurídico y ontológico de autenticidad. Y se ha olvidado además de mencionar su principio funcional: el vaciamiento de la experiencia, la colonización del sujeto, la generalización global del tedio.

Todo es irreal y todo es real en este medio: lo mismo los foros romanos de cartón piedra, y las avenidas parisinas y las selvas tropicales de plástico, que las fontanas barrocas de Bernini con sus texturas químicas o los rasca-cielos de Nueva York en ficción de yeso. La pobreza de los materiales y la trivialidad de los diseños indican el carácter futil de esta arquitectura definida como *performance*. Lo único auténticamente real que rige el funcionamiento de este gran dispositivo ilusionístico es el dinero: concebido a la vez como discurso racional de los beneficios financieros y como la ficción abstracta que cristaliza sintéticamente todos los deseos, todas las posibilidades de su realización, todos los símbolos sombríos de poder social y potencia sexual. Centro emocional vacío.

Las Vegas es el cumplimiento performático del *dictum* estructuralista y postestructuralista de la desaparición del sujeto tardomoderno. Su sucedáneo es el jugador de sus cadenas metonímicas y antiespacios: mónada cerrada en sí misma, átomo vacío y sin ventanas, sometido a un movimiento browniano, casual y caótico, descentralizado y despersonalizado. Sujeto

terminal en el que se han superado los conflictos éticos y estéticos que habían puesto al sujeto burgués de la era industrial tardía de cara a la pared de la sociedad espectacular en la explosión revolucionaria de mayo de 1968. El jugador de las Vegas nada siente, nada sabe, nada recuerda, nada desea, nada expresa. Sentado frente a las tragaperras su movimiento reiterativo, sus automatismos psicofísicos, su mirada vacía, eventualmente su obesidad inducida por alimentos químicamente enriquecidos, recuerda el cuadro de ciertos enfermos catatónicos y su dependencia psicofarmacológico-institucional. Sus cíclicas expresiones de entusiasmo o de éxtasis que provoca eventualmente el golpe de suerte de un puñado de *quarters* son indicadoras de una felicidad plana, basada en la satisfacción inmediata de deseos estadísticamente programados por las agencias de la publicidad en consonancia con la arquitectura de los signos que configuran su *environment* total.

No es un sujeto estético, carece de conciencia moral, no es capaz de articular una experiencia. El jugador de Las Vegas representa más bien el final de la humanidad, un cuadro patográfico de supervivientes institucionales que espiritualmente ya han muerto antes de haber nacido. Un sujeto poshumanista que mueve palancas, introduce monedas, ordena refrescos, estalla mecánicamente en éxtasis de felicidad histérica o reitera espasmos cronometrados de frustración. Su condición psicológica, al contrario de los jugadores narrativos de Dostoyewski, no está atravesada por drama alguno. El tedio no deja huellas en su rostro.

La nueva subjetividad posmoderna se construye estrictamente en torno a un último límite: su crédito monetario. Destruído como sujeto social e histórico, y como conciencia autónoma, se arroja sin freno a la virtualidad de una realización como consumidor en el campo de posibilidades infinitas de los juegos de azar. Su tarjeta de crédito, sus siglas corporativas y su código personal secreto configuran su nueva identidad profunda. Sólo y a través de ellas será realmente reconocido por el ejército de camareras, ujieres, vendedores, policías, prostitutas y asistentes que pululan a su alrededor. A través de la tarjeta de crédito se recupera un elemento residual de la vieja subjetividad protestante, responsable de sus actos, capaz de asumir la culpa trascendental de sus deudas bancarias, y las consecuencias jurídicas de su transgresión numérica.

Arrojado a las redes espaciales opacas e inaprehensibles, inmerso en los sistemas lingüísticos de un deteriorado e ilegible hibridismo iconográfico, abandonado a las derivas inconscientes de supervisadas performaticaciones, el jugador está subsumido a sistemas psicológicos de inducción de la conducta llamados a endeudarle. Cuanto más se explaya el nuevo sujeto en el campo de los juegos heteromorfos y sus excitaciones preformateadas de riqueza monetaria y felicidad comodificada, más se diluye en el campo de fuerzas estadísticamente programado de una deuda virtualmente ilimitada, cuyo último objetivo es su implacable empobrecimiento, su bancarrota, su autodestrucción: una metáfora poshumanista de la economía financiera global; una alegoría del

progreso en la era de la destrucción social, biológica y militar del planeta.

El verdadero sujeto del espectáculo descentralizado, polimorfo y hedonista del escenario posmoderno Las Vegas se construye en la racionalidad estadística que regula el juego, en las cámaras ocultas que controlan el movimiento de los jugadores, a través de la distribución invisible que organiza el movimiento del espectador hacia los centros sensibles de consumo, la creación de ambiente totales pospanópticos para neutralizar sus afectos y su capacidad reflexiva. Más aún. Es sobre la degradación performática del jugador que se eleva triunfante el nuevo sujeto neocartesiano de la dominación posthumanista, pospanóptica deconstruccionista y descentralizada.

El multiculturalismo atraviesa la organización totalitaria del espacio y el consumo: multiculturalismo como principio de tolerancia histérica en los rutilantes escenarios de felicidad programada. Las Vegas es un *collage* de todas los estilos, todas las culturas, todas las razas y todos los tiempos históricos. Un foro romano, transformado en el pasillo de un *mall*, que conduce a un castillo medieval, en el cual se alberga el casino con mobiliario rococó, que a su vez se abre a la réplica del puente de Brooklyn Bridge, desde que el se disfruta una vista panorámica sobre la Torre Eiffel, junto a un palacio árabe, recortado abruptamente sobre la silueta de un rascacielos hipermoderno de acero y vidrio. En rigor, no se trata de una heteronomía de estilos. Mucho menos todavía de un diálogo entre culturas y lenguajes. Es más bien un reciclaje incondicional de signos sin referente, el pastiche que resulta

de la destrucción postindustrial de los lenguajes históricos, *camp* transformado en *total environment*.

Su condición absoluta es la banalización generalizada de sus significos híbridos: las danza de vientre de las falsas odaliscas frente al palacio oriental han perdido toda dimensión erótica y los diseños neofuncionalistas del restaurante de al lado están vaciados de toda expresión artística y de valor histórico. Bajo los signos de su ecléctico encuentro, lo único que experimento es repugnancia y desasosiego. *Las Vegas Boulevard* es un corrida de vanidades cuyas diferencias metonímicas entablan entre sí una competencia fútil de reclamos comerciales para caer al mismo tiempo en la anodina indiferencia de lo que no posee en sí mismo valor alguno. Es un basurero iconológico. Pone de manifiesto el principio de tolerancia de una cultura que se pretende democrática, pero sólo admite la disidencia de los signos previamente desmantizados. Es la pesadilla lingüística realizada de una Torre de Babel degradada a hipermercado en el que todo, lo mismo el *sex appeal* de la camarera que el colorido retrato de Donald Duck se consensúa totalitariamente bajo su único valor común de cambio.

Esta desvalorización a la que están forzados todos los seres que traspasan el umbral de la ciudad virtual les obliga a la hipérbole, a la exageración. Las Vegas es necesariamente una ciudad arquitectónicamente monumental y un escenario retóricamente recargado hasta el manierismo más grotesco. A diferencia de los rascacielos históricos de Chicago y Nueva York, esta monumentalidad no responde a una

voluntad simbólica, y está desprovista de cualquier dimensión organizadora del espacio público de la ciudad. Es un señuelo. Algo que ha sido concebido para irritar y excitar, como serie indefinida de estímulos atávicos diseñados con el propósito de generar una reacción compulsiva, automática e irreflexiva. Expresión plastificada del final de la historia y el último hombre.

Las Vegas ha sido un paradigma académico del *postmodern*. Sus protocolarios titulares: espacios descentralizados, fragmentarios, caóticos e indescifrables; transformación del arte en producción de signos sin referente; trivialización de los lenguajes; *advertising as culture*; ficcionalización de la realidad; fin del sujeto; inducción de una mirada vacía; negación del estilo, *art as entertainment*; juego metonímico y performatividad sin atributos; vanguardia populista que ha superado el elitismo modernista, su rigorismo ascético y sus lenguajes inaccesibles; modelo de una *Pop culture* programáticamente definida como banalidad democráticamente consensuada de clichés estéticos; apología anti-intelectual del *dejà-vu*; hibridismos celebratorios y pastiches antiestéticos...

No, ciertamente, la función del diseño espacial como sistema semiótico no es la simple inducción del consumo. Tampoco posee las dimensiones discretas del viejo *kitsch*. Su significado es más radical porque afecta a nuestra capacidad general de percepción. Tras haber paseado por los pasajes de cartón piedra de Las Vegas, después de contemplar la insignificante ornamentación de arabescos y columnas corintias, o engullir la textura plas-

tificada del *David* de Michelangelo, es imposible regresar a sus originales, apreciar sus valores artesanales, sus patinas históricas, su fuerza expresiva, o la sensualidad de sus texturas irregulares y macizas. Frente a la grandiosidad imperial del Ceasar Palace, el Capitolio romano arroja más bien un aspecto innoble y provinciano. Y la monumentalidad sin escala del París-Las Vegas convierten las elegantes casas parisinas que bordean La Seine en verdaderas chozas. La réplica se impone sobre el original, neutraliza sus momentos reflexivos, invierte su privilegio ontológico en virtud de su acceso masivo, para adquirir definitivamente un valor normativo sobre el original.

La proximidad entre la seducción de arquitecturas travestidas, simulaciones sexuales y dinero virtual, y la estética del realismo maravilloso propia de las grandes producciones filmicas de Hollywood, sus arquitecturas fantásticas de edades faraónicas, e imaginados imperios romanos, o sus *performances* de lujo y exuberancia, no es simplemente geográfica. La industria cultural de Hollywood se da cita literalmente en cada una de las arquitecturas de Las Vegas, en sus iconografías, en el comportamiento espectacular de los viandantes del bulevar, y en un número considerable de *malls* y *boutiques*. Muchas de las calles y edificios que conforman las ciudades en el interior de los rascacielos citan explícitamente los estudios de las grandes productoras de cine de la capital del Oeste americano. La similitud llega a veces hasta los detalles: la iluminación de los pasajes con focos cinematográficos que resaltan su carácter escenográfico. Las Vegas

es el cumplimiento de los sueños programados de la industria espectacular de Hollywood: de su concepto de la existencia reducida a *comic* o a *spot*. Esta proximidad estética se pone de manifiesto, sobre todo, bajo un denominador común: su dimensión espiritual.

Las Vegas no sólo es un centro de la industria del *entertainment*. Ni constituye solamente un paradigma de los antiespacios sin tiempo del consumo posmoderno. La ciudad virtual de Las Vegas es, ante todo, un centro ritual. Ningún ciudadano global puede eximirse de su cita, al menos una vez en la vida. Las Vegas, por otra parte, se da cita en todos los espacios de la arquitectura global. Para el populismo norteamericano y para el populismo global es un lugar de aprendizaje e iniciación estética, económica y sexual. Un ineludible pasaje de tránsito. Ciudad sagrada, La Meca de una cultura que en sus salas de juego celebra un culto primitivo al dinero. De ahí que la categoría estética que define su proyecto urbanístico sea la grandeza más allá de toda escala humana, la magnificencia histórica, la trivialización sublime. De ahí que la expresión espiritual generalizada de todos sus espectáculos arquitectónicos, monetarios o eróticos sea un patético entusiasmo.

Hay un instante privilegiado sobre los paisajes de Las Vegas: el atardecer. El sol se inclina suavemente en el horizonte infinito de las cordilleras que recortan el desierto. Las arquitecturas se inundan en sus colores ocres, y sus tonalidades brillantes y tornasoladas, que paulatinamente se deslizan hacia carmines y azules intensos, hasta que la oscuridad

enciende a las estrellas en un firmamento de cobalto. En este instante emergen las luces de la ciudad como la epifanía de una segunda naturaleza. En los primeros minutos, sus intensidades fluctuantes apenas si pueden competir con los últimos rayos del sol. Pero, poco a poco, van prevaleciendo sobre el cielo crepuscular. La oscuridad disuelve progresivamente a las masas arquitectónicas, al tiempo que la iluminación artificial de las fachadas y ventanas, los focos cinéticos de las avenidas, y las caprichosas siluetas de los neones que recorren los bulevares transforman la ciudad en una orgía de formas y colores cambiantes. Los surtidores de aguas encendidas por mil tonalidades luminosas añaden a esta transfiguración de la ciudad nocturna un indispensable momento musical de danzas geométricas, colores abstractos, y explosiones de luz y energía.

He llegado a esta ciudad tras un largo viaje por América. He conocido la desesperación de hombres y mujeres en Perú, humilladas sus esperanzas de dignidad política y libertad. He asistido a la conciencia final de la fragmentación de megalópolis como São Paulo o Belém do Para. He atravesado paisajes de desolación en una Amazonia amenazada por la guerrilla, el narcotráfico y las empresas multinacionales que destruyen abiertamente su fauna y su flora, y exponen la vida a millares de humanos a la destrucción económica y biológica. He visitado los bosques de Chiapas, donde militares y paramilitares imponen una vez más el desplazamiento forzado de sus antiguos moradores en nombre de futuras empresas corporativas de extracción mineral y

explotación biológica. He acompañado a los hombres y mujeres sometidos al régimen de esclavitud en los campos de trabajo de Tijuana, sitiados por los muros de acero blindado norteamericanos y la corrupción criminal del ejército mexicano. Al llegar aquí me sentía fatigado, interiormente fragmentado, deprimido.

Es difícil encontrar un sentido a los brutales dilemas que atraviesan las fronteras semánticas y políticas entre el Mundo Primero y el Tercer Mundo: la creciente esclavitud camuflada, el tráfico sexual, la corrupción política, los chantajes financieros y militares, la destrucción biológica a gran escala. Es difícil

construir una existencia dotada de valor y de sentido en los bordes del fin de la historia. Las Vegas enseña, sin embargo, que si no podemos dar un sentido al mundo, ni a nuestra existencia, al menos sí podemos transformarlo en delirante espectáculo. Es la maravillosa oportunidad que ha ofrecido el concepto norteamericano de *Pop culture*: una tolerancia de los signos, el éxtasis de colores abstractos y sonrisas vacías; el entusiasmo que define las descargas de alegría en las mesas de juego; las gigantescas *performances* de ballets mecánicos; la excitación multitudinaria del consumo; sueños triviales de poder y riqueza; paraísos artificiales de la mala conciencia posthumanista. Apoteosis del espectáculo.