

## Variaciones sobre un parque temático

La nueva ciudad americana y el fin del espacio público

MICHAEL SORKIN, ED

**Editorial Gustavo Gill, SA**

**08029 Barcelona** Rosselló, 87-89. Tel. 93 322 81 61

**México, Naucalpan 53050** Valle de Bravo, 21. Tel. 55 60 60 11

**Portugal, 2700-606 Amadora** Praceta Notícias da Amadora, nº 4B.

Tel. 21 491 09 36

GG mixta

## Índice

- 9 Introducción: variaciones sobre un parque temático  
**MICHAEL SORKIN**
- 15 El mundo en un centro comercial  
**MARGARET CRAWFORD**
- 47 La casa de los misterios de Silicon Valley  
**LANGDON WINNER**
- 79 Nueva ciudad, nueva frontera:  
el Lower East Side como oeste, salvaje oeste  
**NEIL SMITH**
- 115 Por el interior de la exópolis:  
escenas del condado de Orange  
**EDWARD W. SOJA**
- 145 Subterránea y elevada:  
la construcción de la ciudad análoga  
**TREVOR BODDY**
- 177 Fuerte Los Ángeles:  
la militarización del espacio urbano  
**MIKE DAVIS**
- 205 Ciudades en venta:  
la comercialización de la historia en el South Street Seaport  
**M. CHRISTINE BOYER**
- 231 Nos vemos en Disneylandia  
**MICHAEL SORKIN**
- 261 Los autores

dólares (el edificio de oficinas Seaport Plaza, 176 millones de dólares; la promoción de tres manzanas frente a la calle Fulton [el mercado, el museo y los bloques de la Telco], el pabellón del muelle y la mejora de las tiendas de Schermerhorn Row, 102,5 millones de dólares; la construcción del multicine, 3 millones de dólares; y la promoción de los espacios para oficinas de alquiler en el museo y en Schermerhorn Row, 8 millones de dólares). Datos tomados de los archivos del museo de South Street Seaport por Snedcof, pág. 173.

- 34 Sut Jhally, *The Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning in the Consumer Society*. St. Martin's, Nueva York, 1987, págs. 130-131; Sut Jhally, "The Political Economy of Culture", en Ian Angus y Sut Jhally, *Cultural Politics in Contemporary American Society*, Routledge, Nueva York, 1989, págs. 65-81.
- 35 Neil Smith propone el mismo argumento, utilizando el "pionero" y la "frontera" como dispositivos metafóricos, en "Gentrification, the Frontier, and the Restructuring of Urban Space", en Neil Smith y Peter Williams (eds.), *Gentrification of the City*, Allen and Unwin, Boston, 1986, págs. 15-34.

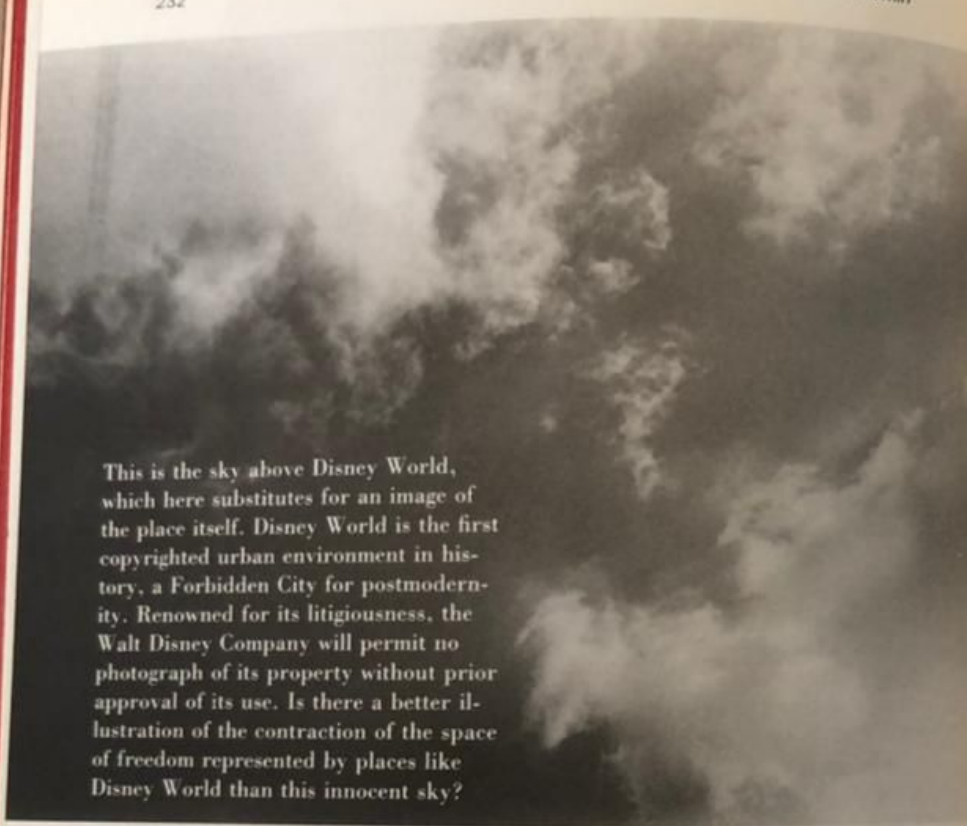
## Nos vemos en Disneylandia

MICHAEL SORKIN

Mientras se lo llevaban esposado tras ser condenado, el asesino en serie Richard Ramirez, el infame "cazador nocturno" de Los Ángeles, se volvió hacia el público de la sala del tribunal y gruñó: "Nos vemos en Disneylandia". Toda América pudo reconocer el lema del anuncio de televisión tan familiar que invariablemente se emite tras la World Series o la Super Bowl<sup>1</sup>. En un montaje de planos clave —con la música de fondo de *When You Wish upon a Star*—<sup>2</sup> el radiante héroe del partido es atrapado mientras sale del campo, y el comentarista le pregunta: "¿Qué vas a hacer ahora?". La respuesta es siempre la misma: "Me voy a Disney World".

Disney World, el parque temático de parques temáticos, es el sustituto americano del Eliseo, la última recompensa de los defensas en el fútbol y los lanzadores en el béisbol, la utopía del tiempo libre. Y no sólo de América: tras las nacaradas puertas de Orlando, Florida, se encuentra el primer destino puramente turístico del planeta, dando la bienvenida a unas 100.000 personas en un día de gran concurrencia, y a más de 30 millones de personas al año, una multitud que se gasta allí casi mil millones de dólares al año. Estas contundentes cifras no incluyen ni la original Disneylandia de Anaheim, California, ni la Disneylandia de Tokio, ni la Disneylandia de Europa, cerca del Marne. Gracias a Disney y a otras atracciones parecidas, Orlando se ha convertido en la capital americana de la transitoriedad, con más habitaciones de hotel que Chicago, Los Ángeles o Nueva York.

Sin embargo, el imperio Disney trasciende estos emplazamientos físicos. Su aura prevalece en todas partes. Varias décadas de películas han proporcionado una iconografía común a diversas generaciones. En la actualidad también existe un canal de televisión. Y, tras años de mercantilización astuta y masiva, ha vendido miles de millones de objetos Disney —cintas de vídeo, tebeos, pijamas, vasos de papel, postales, monederos— con las orejas del ratón—, que ostentan su participación en este sistema exponencial de objetos en expansión. La basura de Disneylandia puede pi-



This is the sky above Disney World, which here substitutes for an image of the place itself. Disney World is the first copyrighted urban environment in history, a Forbidden City for postmodernity. Renowned for its litigiousness, the Walt Disney Company will permit no photograph of its property without prior approval of its use. Is there a better illustration of the contraction of the space of freedom represented by places like Disney World than this innocent sky?

Esto es el cielo sobre Disney World, que aquí sustituye a una imagen del propio lugar. Disney World es el primer ambiente urbano de la historia con derechos de autor, una Ciudad Prohibida para la posmodernidad. Conocida por su tendencia a pleitear, la Walt Disney Company no permite fotografiar sus propiedades sin una aprobación previa del uso de las fotografías. ¿Podría haber mejor ilustración de la restricción del espacio de la libertad, representada por lugares como Disney World, que este cielo inocente?

Fotografía de Seth Rubin.

sarse en todas las calles, desde de Nueva York hasta Shanghai. Hay más gente que conoce a Mickey que a Jesucristo o a Mao. ¿Quién no vive en Disney World?

La idea de construir lugares literales empezó con Disneylandia. Según un hagiógrafo, la idea del parque se le ocurrió a Disney en 1938, en un viaje a la Chicago Railroad Fair, donde le invitaron a ponerse un mono de ingeniero y a subirse detrás de la válvula reguladora de una locomotora histórica, con lo que pudo cumplir su sueño de infancia. Más tarde construyó un ferrocarril de miniatura alrededor de su casa, anticipándose a los parques rodeados de vías que vendrían más tarde. Otro mito sobre los orígenes del parque, repetido en numerosas ocasiones, cuenta la visita de la familia Disney a un parque de atracciones convencional, y el disgusto de Disney por sus malas condiciones higiénicas y sus fallos. Todas estas fantasías de transporte y de limpieza culminaron en un día de 1955 en Disneylandia, el punto alfa de la hiperrealidad.

Siempre pretendió ser una utopía. Su primera publicidad la describe de ese modo:

Disneylandia se basará en los ideales y se dedicará a ellos, a los sueños y a los grandes acontecimientos que han creado América. Y será acondicionada de manera excepcional para teatralizar estos sueños y estos acontecimientos, para proyectarlos como fuente de coraje y de inspiración para todo el mundo.

Disneylandia será algo así como una feria, una exposición, una área de juegos, un centro comunitario, un museo de acontecimientos vivos, y un lugar para exhibir toda la belleza y toda la magia. Estará repleta de los logros, las alegrías y las esperanzas del mundo en que vivimos. Y nos recordará y nos enseñará a conseguir que todas estas maravillas formen parte de nuestras vidas.

Si esta evocación es algo confusa, los orígenes inmediatos de Disneylandia son muy precisos. La televisión pagó. Agobiado por el dinero que necesitaba para financiar la construcción, cuyos costes iban en aumento, Disney, que hasta entonces había sido algo reactivo a la televisión, logró un acuerdo con la ABC, que por aquel entonces iba muy por detrás en su competencia con las dos televisiones rivales. A cambio del dinero de la cadena, Disney ofreció su objeto más preciado: el ratón. Disneylandia y el Club Mickey Mouse nacieron como dos hermanos gemelos. Como ha señalado Thomas Hine, el parque fue "el primer lugar concebido simultáneamente con una serie de televisión".

Esta coincidencia es más que temporal. La televisión y Disneylandia trabajan de forma similar, por medio de la extracción, la reducción y la mezcla, con el fin de crear un espacio antigeográfico completamente nuevo. En la televisión, las interminables y extrañas yuxtaposiciones de la programación diaria erosionan constantemente las estrategias tradicionales de la cohe-

rencia. La experiencia quintaesencial de la televisión, que es ese constante salto de programa a programa a través del mando a distancia va creando diferentes itinerarios a través de un espacio televisivo infinito. Del mismo modo, Disneylandia, con su mezcla de canales cambiantes de historia y fantasía, de realidad y simulación, inventa una manera de relacionarse con el mundo físico que cada vez caracteriza más la vida cotidiana. Esta concepción, tan controlada y completamente sintética, ofrece una experiencia simplificada e higienizada que sustituye la complejidad más rebelde de la ciudad.

Hay antecedentes más que sobrados para un compendio tan extraño: los circos, los festivales y las ferias han convivido con nosotros durante mucho tiempo. Disney es el P. T. Barnum<sup>3</sup> "de moda" —cada minuto nace una simulación—, y Disneylandia es la carpa más grande que jamás ha existido. Tanto el circo Disney como el entretenimiento Disney son banquetes de atomización, anticarnavalescas celebraciones del orden de cosas existente, disfrazadas de evasiones de dicho orden: son diversiones "fordistas" en cadena. Evidentemente, Disneylandia también es descendiente de los parques de atracciones, especialmente de ese acontecimiento del cambio de siglo que fue Coney Island, la fuente de inspiración de todos los parques que lo han imitado de costa a costa. Al igual que Disneylandia, Coney Island se ofrecía como una especie de contrapartida, un paraíso del ocio en simbiosis con la ciudad que trabajaba durante el día. Steeplechase Park, Luna Park y Dreamland fueron los componentes básicos de esta nueva maquinaria del placer. Sus evocaciones del viaje en el tiempo y el espacio, la liliptización, los recorridos que desafían las leyes de la física, las relaciones extáticas con las nuevas tecnologías, la eficaz y organizada arquitectura del espectáculo y la coacción, la pretensión por un urbanismo: presagio de la apoteosis de Disneylandia.

De todos modos, el antepasado más directo son las exposiciones universales. Estos espectáculos eran el resultado de la transformación de las exposiciones nacionales de manufacturas que florecieron tras la revolución industrial. Surgidas a finales del siglo XVIII, su configuración alcanzó su punto álgido en la Gran Exposición de los Productos de la Industria de todas las Naciones celebrada en Londres en 1851 bajo la enorme cubierta de vidrio del Crystal Palace, obra de Joseph Paxton. En un oda escrita para la ocasión, William Thackeray lo describe como

Un palacio para un príncipe de cuento  
Un extraño pabellón, extraño como un hombre  
Jamás visto desde los inicios de la Humanidad  
Y realmente construido y acristalado.

Esta frívola positividad también queda reflejada en el discurso inaugural del príncipe Alberto, un "mouse-quetero"<sup>4</sup> *avant la lettre*:

Nadie que haya prestado un poco de atención a las cualidades especiales de nuestra época dudará ni un solo momento de que estamos viviendo un período de maravillosa transición, que pretende alcanzar rápidamente ese gran objetivo, al cual, en efecto, apunta toda la historia: la consecución de la unidad de toda la humanidad... Las distancias que separaban las diferentes naciones y partes del Globo se desvanecen con rapidez ante los logros de la invención moderna, y podemos atravesarlas con increíble facilidad; conocemos los idiomas de todas las naciones, y este conocimiento está al alcance de todos; el pensamiento se transmite con la rapidez, incluso con la potencia, del rayo. Por otra parte, el gran principio de la división del trabajo, que debe ser considerado como el poder movilizador de la civilización, se extiende a todas las ramas de la ciencia, de la industria y del arte... Los productos de todos los rincones del globo están a nuestra disposición, y nosotros sólo tenemos que escoger cuál es el mejor y el más económico para nuestros propósitos, y la capacidad de producción queda en manos del estímulo de la competitividad y del capital.<sup>5</sup>

La exposición de 1851 fue la primera gran utopía del capital global. La evocación que hace el príncipe consorte de un mundo unificado por la tecnología y por la división del trabajo es el tema principal del parque temático, y el Crystal Palace de Paxton hizo visible este hecho con gran sabiduría. En primer lugar, las riquezas de todas las naciones fueron agrupadas bajo un único techo, fueron alojadas en un único espacio arquitectónico. La propia construcción encarnaba el progreso de la industria: el Crystal Palace, un ensamblaje de numerosos elementos meticulosamente prefabricados, fue la primera gran expresión de un edificio manufacturado. Por último, el palacio representaba el Paraíso. No sólo estaba trazado como una catedral, con sus naves y su crucero, sino que era también el invernadero más grande jamás construido, con su interior lleno de vegetación y de productos, una reconciliación controlada climáticamente de Arcadia y la industria, un jardín para máquinas.

Desde que a finales del siglo XVIII la eficacia de la manufactura del vidrio había empezado a hacerlas posibles, estas grandes estructuras llegaron a convertirse en sustitutos de las cosas más impensables, al igual que zoológicos para las colecciones de animales del colonialismo europeo. En los tiempos de las oscuras y satánicas fábricas, los jardines de invierno se convirtieron en lugares de entretenimiento y de reunión muy populares. En Berlín o en Bruselas, estos paisajes tropicales, junto a los populares panoramas históricos y geográficos, ayudaron a inventar la idea del viaje simulado mas históricos y geográficos, ayudaron a inventar la idea del viaje simulado. Hacia finales de siglo, el declive de la popularidad de estos ambientes se debió a la extensión de las vías del ferrocarril, que hizo posible el auténtico viaje exótico.

Este desplazamiento es fundamental. Más allá de otros significados, el parque temático es una rapsodia de la relación entre el transporte y la geo-

grafía. El jardín de invierno evoca una distancia. El ferrocarril evoca una proximidad. Los parpadeantes tabloneros de anuncios del aeropuerto JFK o de Heathrow ofrecen, en su gráfico anonimato, un auténtico viaje a Tánger. Por contra, el jardín de invierno, el invernadero, es un artificio absoluto, trata de la inaccesibilidad, de sus propias simulaciones y de la imposibilidad de estar presente en la escena evocada. No es un recordatorio, sino una fantasía. En su esencia, el invernadero —o Disneylandia— ofrece la visión de una naturaleza extraña y corregida, una versión mejorada, una especie de versión sublime. En efecto, el tema recurrente de todos los parques es la transformación de la naturaleza: de ser una antítesis de la civilización a ser su zona de juegos.

Con el tiempo, estas exposiciones se fueron diversificando. Pronto empezaron a incluir una gran variedad de pabellones dispuestos temáticamente (manufacturas, transporte, ciencia, etc.), posteriormente, pabellones nacionales y de entretenimiento, y, con el tiempo, pabellones patrocinados por las empresas. Desde el principio, aunque estas estructuras eran efímeras, competían entre ellas en extravagancia arquitectónica. A medida que el radio de influencia de las exposiciones se hacía más amplio, la disposición y las conexiones entre sus elementos adquirieron una importancia cada vez mayor. Cuando alcanzaron la escala y la densidad de una pequeña ciudad, las exposiciones se convirtieron también en modelos, y adoptaron el urbanismo visionario como uno de sus objetivos, ofreciéndose como modelos de organización urbana y mostrando en sus pabellones las visiones panorámicas de unas ciudades avanzadas que todavía estaban por llegar. El papel crucial que jugaban los sistemas de movilidad dentro de unas exposiciones que eran cada vez más grandes no era un mero producto de la necesidad, sino un paradigma de las relaciones físicas en la ciudad moderna. Las exposiciones generaron rápidamente "problemas urbanos", especialmente con su entorno. Habían sido pensadas como lugares ejemplares, y banalizar sus ideales era una cuestión importante. Como consecuencia de ello, las exposiciones entraban a menudo en simbiosis con los desordenados carnavales de entretenimiento más "popular", que se celebraban justo fuera de sus límites, con "la Pequeña Egiptia" bailando sus "danzas exóticas" en el Midway, o con las *stripteuses* ejerciendo su profesión en la penitencia de Flushing.

Los años que vieron el auge de la gran exposición universal también fueron testigos del florecimiento de un utopismo de tipo práctico. Aunque muchas teorías tenían su origen en Europa, América se convirtió en el gran lienzo blanco de los experimentos utópicos. No sólo se construían nuevas ciudades a un ritmo trepidante, sino que los ciudadanos de las distintas comunidades —fourieristas, owenistas, *shakers*, cuáqueros, mormones y otros grupos afines— crearon una asombrosa variedad de comunidades intencionales. Si bien es cierto que pocas de estas empresas abrieron nue-

vos caminos en lo que se refiere a la vida física de la ciudad, generaron un ambiente de renovación y reformas que tuvo consecuencias directas sobre el urbanismo. El contraste entre esta visión positiva y optimista de un futuro que podía ser perfeccionado y las condiciones cada vez más degradadas de unas ciudades industriales que crecieron cada vez más de día lugar a un abanico de propuestas que adoptaron con las migraciones, más física.

De hecho, la exposición de Chicago de 1892 —llamada acertadamente "la ciudad blanca", ya que era una analogía urbana de aquella "gran flota blanca" que llevaría a reformas en otras esferas— es la culminación de un impulso muy influyente. El movimiento *city beautiful* fue el primer gran modelo de una nueva ciudad que iba a nacer en América. Sus características —simetrías barrocas, arquitectura beauxartiana monumental, parques y vegetación en abundancia— se materializaron en muchas ciudades reales, con resultados a menudo vivificantes. La fascinación de las *city beautifuls* por la suntuosidad, el orden visual y los parques —junto a la apariencia monumental "pública" de toda la ciudad— era una anticipación de la fórmula física del parque temático: la abstracción de la buena conducta pública de toda la vida de la ciudad. La deslumbrante exposición de Chicago demostró la magnificencia potencial de este poder arquitectónico concentrado, y prácticamente todas las ciudades de América tienen un barrio de edificios públicos por pequeño que sea, creado bajo este influjo.

Junto a la *city beautiful*, la presión de la llegada masiva de población y la expansión tecnológica crearon otras ordenaciones urbanas que eran menos deudoras de las ideas formales rescatadas del pasado. Estas nuevas concepciones aparecieron tanto en los esquemas arquitectónicos imaginarios como en una importante proliferación literaria: en novelas sobre utopías tecnológicas felices como *Looking Backward*, de Bellamy, con su impactante y clarividente evocación de un mundo ocioso. Ambas expresiones se centraban en territorios hasta cierto punto distintos. Las propuestas arquitectónicas visionarias —muchas de ellas inspiradas en el desarrollo de la tecnología de los edificios altos— fueron en aumento ante la perspectiva de la ciudad de los rascacielos y, sobre todo, de los sistemas implícitos de movilidad que se requerían para mantenerlos. Sin embargo, las novelas solían narrar fantasías sobre las relaciones de producción, escenas con un orden feliz situadas en una cultura de conveniencia bien equipada tecnológicamente.

Estas fantasías eran una anticipación del urbanismo promulgado por el movimiento moderno propiamente dicho, que se divide en dos líneas principales. La primera línea es el ahora derrotado estilo, racionalista, geométrico —con Le Corbusier como su apóstol principal—, una gran cantidad de reglas dejadas caer a intervalos regulares sobre un paisaje verde. La visión de Le Corbusier se ha convertido en un icono de la alienación, separada de su condición única de reto a la insana melancolía de la ciudad industrial, y

reencarnada como una renovación sin rostro y liviana de los centros urbanos de los años sesenta. Es esta versión del urbanismo moderno la que toman como referencia los apologistas arquitectónicos de Disneylandia cuando la proponen como opción restauradora.

Pero el movimiento moderno propuso otra versión de la ciudad, una versión más próxima a las fantasías americanas de Disney. El movimiento en favor de las ciudades jardín, postulado por el inglés Ebenezer Howard en las extensas páginas de *Garden Cities of Tomorrow*, de 1902, tiene casi la misma relación con las fantasías cartesianas de Le Corbusier como la que tenían los jardines del paisajismo inglés con los jardines franceses del siglo XVIII. El primero era una oda romántica a la naturaleza "salvaje", mientras que el segundo era un ensayo sobre la sumisión, sobre la naturaleza doblegada por los imperativos del orden. Sin embargo, ambos eran versiones de lo pastoril, puesto que defendían la idea de que la re-naturalización de la ciudad "desnaturalizada" la sacaría de su turbación, de que el retorno a lo natural produciría un efecto saludable sobre la misma naturaleza humana.

La ciudad jardín es el paradigma físico que anticipa el espacio Disney, el parque dentro del parque temático. Su ideología esgrime numerosas especificidades formales. De entrada, tenían que ser pequeñas ciudades construidas *ex novo* en el perímetro extraurbano de las metrópolis existentes, para que funcionasen como válvulas de escape o liberación de la tensión y las aglomeraciones de la vieja ciudad. Era tan indispensable un plan pintoresco —el material de los primeros suburbios— como una regulación estricta del tráfico. Efectivamente, las estrategias de movilidad se convirtieron en la racionalización interna definitiva y en el juez formal de la ciudad jardín. Dichas estrategias incluían la separación entre los peatones y los vehículos, así como una escala de distancias adecuada para los primeros. Desde un punto de vista formal, el resultado consistía normalmente en un centro único y una planta radial, unidos por anillos de circulación.

En los años treinta, la tecnología y la ciudad jardín se ensamblaron en dos grandes exposiciones universales: la Century of Progress Exposition de Chicago, de 1933, y la World's Fair de Nueva York, de 1939. La exposición de Chicago se extendía a lo largo de una carretera sinuosa, con la intención de evocar "una incipiente carretera en desarrollo", es decir, una ciudad jardín. Diseminados a lo largo del recorrido —y prefigurando claramente la solución Disney— había una gran variedad de pabellones que celebraban los avances científicos. Por encima de todo el conjunto se alzaba un paseo elevado: la exposición de Chicago fue la primera que elevó totalmente sus medios de circulación, como su símbolo más visible. El trazado de la exposición de Nueva York evocaba un orden utópico anterior, la característica planta radial geométrica de las comunidades ideales del renacimiento y del siglo XVIII, que fueron la fuente de inspiración de la ciudad jardín. De todos

modos, Nueva York alardeaba también de dos maquetas gigantes, a escala, de ciudades del futuro, que encarnaban las dos ideas indispensables del orden: la movilidad y el jardín.

Ambas concepciones eran obra de unos diseñadores industriales que fueron precursores de los creativos de Disney. La primera, "Democracy", obra de Henry Dreyfus, estaba dentro de la famosa Perisphere. Aunque en el centro había un colosal rascacielos, el plano de la ciudad —una constelación de pueblos rústicos situados dentro de un perímetro verde— era consecuencia de Ebenezer Howard. La segunda —mucho más popular, tal vez porque los visitantes pasaban junto a ella en unos taxis diminutos, al estilo Disney— era la "Ciudad de 1960", de Norman Bel Geddes, diseñada para el Futurama de la General Motors. Ahí estaba la versión lecorbusieriana de la modernidad, un mar de rascacielos colocados en supermanzanas verdes, rectilíneas quedaban inundados por un ágil tráfico de coches que navegaban sin obstáculos hacia los cuatro puntos cardinales y otorgaban movilidad a la fértil matriz dentro de la cual crecía la ciudad.

Actualmente, la ideología de la ciudad jardín se ha dispersado en una gran variedad de ambientes. Por ejemplo el Opus, un conjunto de oficinas situado en un anillo de autopistas de las afueras de Minneapolis. Los folletos publicitarios lo describen como

una promoción innovadora e imaginativa [...] un modelo para toda una nueva generación de parques de oficinas. Estratégicamente situado en el suroeste suburbano de Minneapolis, este conjunto de 182 hectáreas, bellamente diseñado, está rodeado de caminos para peatones y bicicletas, coloreados con flores y sombreados por árboles [...] algo vivo e inspirador. Resguardado entre hectáreas de prados, colinas y estanques, el Opus está a pocos minutos de los centros comerciales, los estadios deportivos, el aeropuerto internacional y los distritos de negocios de los centros urbanos de Minneapolis y St. Paul. El conjunto está conectado con el sistema de autopistas interestatales por la carretera del condado 18 y la autopista interurbana 62.

Un vistazo a la planta del proyecto explica este entusiasmo: Opus es una ciudad jardín, con los peatones cuidadosamente separados del tráfico de vehículos, mientras las pintoreccas vías de circulación organizan las parcelas de distintos tamaños. Aun así hay algo que distingue a Opus de la diversidad de la ciudad jardín. Opus es una promoción de oficinas, y el componente residencial no es tenido en cuenta hasta más tarde: consiste tan sólo en unas cuantas parcelas situadas aparte para que los promotores externos puedan construir un número limitado de viviendas. Por el tipo de trabajo que se realiza en cada una de las parcelas de oficinas ("El proyecto Opus otorga un nuevo significado a la palabra *trabajo*") y por la localización de la ma-





breve, impactante y absolutamente controlada, el sueño erótico de un ingeniero de tráfico.

Pero se produce también otra inversión. En Disneylandia, la mayoría de atracciones –desde la Space Mountain hasta el Mr. Toad's Wild Ride– se practican en espacios interiores. En Los Ángeles, conducir un coche es una actividad intensamente privada y al mismo tiempo muy pública: en la carretera uno está aislado y, al mismo tiempo, está completamente a la vista. Disneylandia hace que esta ambigüedad se vuelva surrealista, convirtiendo la conducción en algo doméstico e interior, aunque su propio control consiste en la falta de control. En Mr. Toad, por ejemplo, la hilera va a parar a una antigua y pintoresca rectoría inglesa hacia la cual uno es conducido en... un antiguo y pintoresco coche inglés. Se conduce exactamente hacia el único lugar al que uno espera ir andando en la propia ciudad "real".

Llegar a Disney World es un propósito de largo recorrido, que implica un largo trayecto en coche o a través del corredor aéreo global (actualmente los visitantes se dividen en un 50 % entre la carretera y el espacio aéreo). Supongamos que el viaje empieza en el aeropuerto Kennedy de Nueva York. El aeropuerto está organizado según el mismo principio de anillos de calles que Disneylandia. Un gran circuito para vehículos define el perímetro sobre el que se encuentran las terminales de las distintas compañías aéreas. Estos edificios –la mayoría de ellos diseñados a finales de los años cincuenta y a principios de los sesenta– fueron concebidos siguiendo la moda de los pabellones nacionales de las exposiciones universales de aquella época, unos santuarios modernos que cumplían sus funciones significantes más por la vía de la abstracción que de la representación: eran expresiones de grandeza y trascendencia, antes que evocaciones específicas de unas regiones concretas. Esta exaltación del nodo difiere del paradigma más en boga –visible en los aeropuertos de Chicago, Atlanta, Dallas/Fort Worth y Orlando–, con su énfasis en que el transporte intermodal resulte imperceptible. En efecto, en el aeropuerto Kennedy la primacía de la terminal individual se paga cara, por el coste de la considerable incomodidad de los pasajeros que hacen transbordos a otras líneas aéreas. La recién iniciada reforma del aeropuerto se propone transformarlo para introducir un sistema de "desplazadores de personas", un viaje de conexión similar al monorraíl de Disneylandia.

De todos modos, la disposición original se adaptaba perfectamente a la era Eisenhower: un aeropuerto estructurado como un suburbio, una versión americana de la ciudad jardín. Evidentemente, los suburbios se basaban en la importancia de la familia, y su autonomía quedaba expresada por medio de unas estructuras independientes y autónomas sobre terrenos claramente trazados. En los tiempos que inspiran confianza, la visibilidad de la unidad económica era un aspecto esencial del objetivo simbólico. En el aeropuerto Kennedy, al igual que en Disney, las empresas son como una se-

gunda familia, son el hermano mayor de todos. Y el aeropuerto Kennedy se ve afectado por los mismos problemas de transporte que los suburbios que imita: accesos difíciles, ineficacia de sus conexiones internas, dependencias dentro del ámbito del aeropuerto Kennedy –en la misma poca de Disney World o el Trylon y la Perisphere de Disneylandia, la cúpula geodésica de 1939–, se levantan tres capillas de hormigón destinadas al culto católico, protestante y judío respectivamente. En el plan de reforma serán sustituidas por un lugar sagrado de última hora: el nodo central del nuevo sistema de movilidad del aeropuerto. Evidentemente, la eliminación de las tres capillas también hace innecesaria la pregunta acerca de la ausencia de la capilla que faltaba. Mientras que esta trinidad religiosa pueda haber sido suficiente para el imperio americano de finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, la acelerada globalización actual no descarta tan fácilmente una religión considerada como "otra". Ciertamente, estas capillas tenían que desaparecer, aunque sólo fuera para eludir la pregunta sobre la mezquita que faltaba. En el aeropuerto Kennedy –el principal monumento conmemorativo de América, en honor al gran acto de iniciación del terrorismo moderno–, mezclar el Islam con el transporte aéreo habría sido demasiado arriesgado.

Si los aeropuertos se han convertido en los lugares preferidos del terror aleatorio, también son espacios para otro tipo de políticas. El aeropuerto de Tokio, el Narita, es un lugar donde se producen constantes protestas. Situado a muchos kilómetros del centro de Tokio, en una zona agrícola de minifundios, el plan para construir en el Narita una nueva pista de aterrizaje en tierras agrícolas expropiadas ha fracasado repetidas veces gracias a la izquierda local, y se han producido numerosas manifestaciones, a menudo violentas. Desde un punto de vista ajeno al americano, hay algo de quijotesco y al mismo tiempo escalofriante en esta rabia en nombre de la vida tradicional del campo, en un país que se ha convertido en el emblema de la modernización arrolladora y del capital global. Por el contrario, no caben dudas sobre la potencia de la pista, un portal espiritual de una intensidad prácticamente egipcia. Al igual que un cajero automático, la pista es el punto donde sale a la luz una gran madeja, controladora e invisible. Cada vez que aterriza un jumbo, alquitranando sus huellas entre una humareda de goma quemada, la pista se convierte en un oscuro misterio, en la marca de una ineludible telaraña.

El aeropuerto de Hartsdale, en Atlanta, es la sede central de la compañía Delta, la actual aerolínea "oficial" de Disney World. Como suele ocurrir con cualquier estado-nación de reciente creación, que hipoteca su futuro por el orgullo de los *boeings*, la aerolínea cierra el círculo que otorga estatus, el elemento simbólico mínimo para poseer la cualidad de nación. Efectivamente, la nación más sucinta y próspera del mundo, Singapur, encarna una visión

Así pues, llegar a Disneylandia no es una diversión a medias: es toda la diversión. En Disneylandia uno siempre está preparado para transformarse, siempre hay algún lugar que es "como" otro lugar. El referente de la simulación está siempre en otro lugar. La "autenticidad" de la sustitución depende siempre del conocimiento, sea o no borroso, de lo verdadero ausente. Disneylandia se encuentra en una sombra perpetua, lanzando a sus visitantes hacia un pasado o un futuro que no podemos visitar, o hacia una (inopertuna) geografía. Sin embargo, todo el sistema queda legitimado por el hecho de que hemos viajado realmente, de que, al fin y al cabo, hemos decidido ir a Disneylandia en lugar de cualquiera de las geografías de hecho representadas. No hemos ido a ninguna parte, a pesar de la misma facilidad con que se puede ir realmente a alguna parte. Hemos preferido la simulación a la realidad. Para sus millones de visitantes, Disneylandia es igual que el mundo, pero mejor.

Si a la "cultura" se la está "disney-ficando" (¡no hay dudo de ello!), el auténtico camino que nos conduce hasta ella es precisamente éste: subirse a una atracción. Además de todo lo otro que contienen, las zonas Disney albergan un parque de atracciones, un compendio de atracciones que ofrece una *kinesis* narrativa (un paseo, un viaje de fantasía), además de esa ligera emoción, volátil y empírica, producida por el hecho de probar, codo a codo con Sir Isaac, las leyes de la física cotidiana. El visitante viaja con el fin de viajar. Ya sea a 37.000 pies, por una interestatal o andando con sus Nike nuevas entre Mike Fink's Keel Boat Ride y Captain Eo<sup>7</sup>, la experiencia principal, el movimiento, se amplía y avanza de vuelta a la puerta de tu casa.

Cada parque Disney encarna un tipo de temática del transporte. Euro Disney, junto al Marne, está situado en un cruce de una línea del TGV (el tren de alta velocidad francés: ¡qué atracción!) conectada con toda Europa. Disney World mantiene una relación gravitatoria con el aeropuerto de Orlando. Disneylandia, el superrentabilizado Shangri-la de los años cincuenta americanos, está situado en una salida de la autopista de Los Ángeles. En cada caso, el parque aparece como un nudo que ofrece muchos servicios y formando parte de una moderna red de alcance global. El urbanismo de Disneylandia tiene una equivalencia universal. En esta nueva ciudad, la distinción entre los lugares se dispersa en un mar de no-lugares universales; cada lugar se convierte en un destino, y cualquier destino puede ser cualquier lugar. El mundo de la organización urbana tradicional ha sido colonizado por medio de la penetración de un nuevo corredor multinacional que siempre conduce a un único tema humano: la mónada consumista. Es muy probable que la consecuencia última sea que la movilidad real se vuelva cada vez más irrelevante y sea sustituida por la realidad del espacio electrónico "virtual", que todavía es más artificial (como dice la canción de Frank Zappa, "¿cómo puedes estar en dos lugares al mismo tiempo si no estás en ninguna parte?"). Sin embargo, de momento, el sistema sigue gastando sus energías para esculpir más simulacros físicos.

Fijémonos en el viaje a la primera Disneylandia de Anaheim. Concebida en tiempos pasados a escala regional, antes de que el transporte aéreo babilónico permitiera que su relevancia turística igualara su afianzamiento ideológico (¿quién podrá olvidar la frustración del pobre Nikita Kruschev cuando le fue denegada una visita?), Disneylandia no fue diseñada solamente para que se pudiera llegar hasta ella en coche, sino que, al igual que Los Ángeles, era un producto del coche. Uno se acerca a Disneylandia sólo cuando ha atravesado trabajosamente los extensos pastos del sur de California llenos de núcleos atomizados, la desaparecida utopía suburbana de la accesibilidad universal, que presumiblemente el coche debía garantizar.

Más allá de todas las otras cosas que representa, Disneylandia es también un modelo de Los Ángeles. La Tierra de la Fantasía, la Tierra de la Frontera y la Tierra del Mañana son temas históricos de una autodescripción de la ciudad, sus principales tropos culturales. Sin embargo, la genialidad de la ciudad, sea cual sea su forma, no reside sólo en la dispersión, sino también en la yuxtaposición, en la posibilidad de que el *bungalow* del Loira conviva codo con codo con el de Tudor. La vista a través de la ventana del coche anima el paisaje del pueblo y cinematiza la ciudad. Este consumo de la ciudad como espectáculo a través de los movimientos mecánicos que se realizan en ella anticipa unas posibilidades más globales: la posibilidad del corredor multinacional creado por el desplazamiento aéreo y la omnipresencia electrónica y simultánea de la televisión. Disneylandia ofrece un espacio donde la narración depende de la movilidad, y donde a uno se le sitúa en una posición de espectador de sí mismo.

Si el coche es, con toda probabilidad, lo que ha generado Los Ángeles, también es su "problema"; el motor de la democracia y, al mismo tiempo, de la alienación; el represor de la circulación peatonal y de sus encuentros aleatorios y felices. Hay una escuela (muy popular entre la facción más *kitsch* de la primera posmodernidad arquitectónica) que elogia Disneylandia como la solución a la disipación de la esfera pública provocada por los automóviles. Esto se lograría relegándolos a una periferia de aparcamientos que permitiera crear una zona libre de coches en el centro y utilizar medios de transporte tecnológicamente eficaces" (el carismático monorraíl) que hiciesen de mediadores.

Pero esto es sólo la mitad de la historia. En realidad, Disneylandia redime menos a Los Ángeles de lo que la invierte. En Disneylandia se circula a pie para poder subir a las atracciones. Ahora bien, la experiencia más destacada, según el cálculo empírico de cualquier visitante, no es ni andar ni subir, sino hacer cola. Así, la mayor parte de un típico día Disney se pasa en el mismo embotellamiento del que se supone que uno ha logrado escapar, y sin beneficiarse de las comodidades de un coche. Efectivamente, en Disneylandia lo más perfecto, lo más viable en última instancia, es subirse a alguna cosa. Tras horas de serpentear bajo el sol, junto a unos conciudadanos conscientemente bien educados, llega la recompensa cinética:

resumida de la perfección. Casi no posee territorio, tiene una intensa economía de material electrónico y de viajes, unas líneas aéreas magníficas y un animado aeropuerto, conectado por medio de un sistema de transporte rápido y moderno a un centro compacto lleno de rascacielos, ordenado hasta el más mínimo detalle y rodeado de barrios higienizados, barrios controlados étnicamente y barrios coloniales, regulados, además, por medio de una legislación draconiana y atemorizante. Es una nación Disney virtual, que sustituye hábilmente al tío Harry por el tío Walt. La relación de Disney World con la compañía Delta abre otra línea de penetración en el mundo real y reafirma su condición de perpetuidad transoceánica.

A diferencia del aeropuerto Kennedy, el de Hartsdale dispone ya de un sistema automatizado de transportes, de "desplazamiento de personas" que conecta los distintos vestíbulos de sus terminales. Elogiado como la panacea para la congestión urbana durante los años sesenta, tan obsesionados con los aspectos instrumentales, su concepción consistía en una flota de vagones de tráfico pequeños y con gran autonomía, "amables con el usuario", que se deslizaban silenciosamente por unas vías elevadas. Los "desplazadores de personas" eran considerados también como sustitutos de las autopistas —la solución previa—, que empezaban a ser consideradas como algo irremediablemente destructivo del cuerpo urbano que, supuestamente, debía curar en principio. Aunque los "desplazadores de personas" demostraron ser demasiado ineficaces y caros para su uso en la ciudad, resultaban adecuados para las exigencias más específicas y restringidas de los aeropuertos, cuyo crecimiento exponencial había aumentado la distancia desde la entrada hasta las puertas de embarque en unas proporciones pituitarias.

La fantasía que sostiene la ciencia de la movilidad de las personas es la regulación. Es una forma de ordenación primaria: la visión newtoniana del universo, los cuerpos formando retículas, mezclándose y girando como un reloj en funcionamiento, esta divinidad legible precisamente en las leyes del movimiento. Para los urbanistas que se enfrentan a la irracionalidad de la ciudad, la incorporación de los desplazadores de personas controlados por ordenador y de respuesta inmediata significaba un paso más en el acercamiento de la red global de movimientos a la puerta principal. En el espacio del capital la circulación tiene una dimensión política: su presencia en primer plano en lugares como Disneylandia es análoga a la concepción del libre comercio sin barreras, que dio lugar a las exposiciones del siglo XIX. El desplazador de personas sin conductor —sus movimientos parecen dictados por una mano invisible, una criatura mecánica de la oferta y la demanda— es un símbolo de esta fantasía económica de un autogobierno perfecto.

En el desplazador de personas de Hartsdale, la voz grabada que anunciaba las paradas a lo largo del recorrido era al principio, femenina. Pero como consideraron que era percibida como una voz que carecía de autoridad, la cambiaron, pero esta vez no por una voz masculina, sino por un andrógino

electrónico, que, desde entonces, es la voz de bienvenida, la señal de la presencia indeterminada del sistema. Cuando se desliza hasta la parada, el vagón murmura: "La próxima parada es la terminal A. Los colores utilizados en los planos y la señalización de este vehículo coinciden con los colores de la terminal". Ciertamente, el aeropuerto se ha convertido tal vez (a pesar de la "des-regulación") en la zona más intensamente regulada de la experiencia ordinaria, una versión más visible que los sistemas más discretos y ocultos de las zonas Disney. La amenaza que supone la combinación de narcóticos y terror ha dado pie a un aumento de policía y vigilancia hasta cotas sin precedentes. Puntos de control de los pasaportes y de las tarjetas de crédito, monitores magnéticos, irradiación de los equipajes, agentes intimidadores que revisan los "perfiles" de seguridad, perros que olfatean: éstas son las experiencias cotidianas del transporte aéreo. Ciertamente, más de mil millones de personas pasan cada año por los sistemas de seguridad del aeropuerto, aterrorizados y al mismo tiempo terriblemente seguros.

El corredor global es el panóptico moderno, un hervidero de vigilancias. De todos modos, la genialidad del sistema reside no sólo en el simulacro, sino en que invita, en que fomenta deseo de la gente de participar en él. Tomemos el ejemplo de Williams Island, un típico enclave comunitario de gente adinerada, situado en Miami y promocionado por Sofia Loren, su portavoz, como la "Riviera de Florida". Williams Island ofrece como mínimo tres ventajas. Sin duda, su pieza arquitectónica más importante es un conjunto de edificios que pretenden evocar Portofino o Saint Tropez, con cubiertas de teja, cafés junto al mar y embarcaciones oscilantes. Hay también un sistema de movilidad idealizado que consiste en una serie de senderos peatonales y carritos de golf. En el contexto de las sucesivas transformaciones de la ciudad jardín, el carrito de golf representa una modificación interesante. El carrito es la reconciliación suprema entre la máquina y el jardín, un medio de transporte benévolo que es consustancial al ocio y el campo de golf es un estado de la naturaleza apto para la época: una extensión de muchas hectáreas de césped escrupulosamente controlado que sostiene una red de diminutos hoyos vacíos.

Sin embargo, lo más destacable es la seguridad. En Williams Island el primer punto de control se encuentra al otro lado de un puente que proporciona acceso desde la tierra firme. Una vez reconocidos, los residentes son admitidos con un ademán. Los visitantes pasan por otro escrutinio y son conducidos por una sucesión de puntos de control adicionales. En las proximidades de los edificios, la seguridad es de alta tecnología. Cada residente del complejo tiene un pase electrónico parecido a una tarjeta de crédito. Para poder pasar a través de la secuencia de cerrojos de seguridad tiene que introducir la tarjeta en una ranura. Un ordenador central verifica el pase y abre la puerta. Al mismo tiempo, los movimientos del poseedor de la tarjeta se registran y quedan impresos en el mando principal de vigilancia. Al igual que

el pasajero aéreo, el residente debe someterse a un sofisticado sistema de vigilancia que se basa en una racionalización suprema de la autoprotección. Sin embargo, en este caso la renuncia a la privacidad se convierte en un privilegio. El desplazamiento a través de Williams Island es una síntesis de la experiencia superior de moverse por el corredor global. Los controles de seguridad, la verificación de las tarjetas de crédito y de los pasaportes, los movimientos disciplinados y cuidadosamente segmentados, la geografía sintética y artificial, el sello grabado en relieve: todo esto es Disneyville.

La llegada al aeropuerto de Orlando ofrece a las personas que se dirigen a Disney un indicio de lo que vendrá después. Hay un pequeño tramo de desplazador de personas desde la terminal satélite hasta la terminal principal, y una profusión de publicidad y de representantes de Disney en el vestíbulo principal. Sin embargo, este manto envolvente de movimientos automatizados se detiene en la entrada principal. Para ir desde el aeropuerto hasta Disney World hace falta un coche. Efectivamente, el único medio para llegar hasta Disney World es la carretera. Ello obliga a realizar uno de los rituales clave del corredor: la modulación de los medios de desplazamiento. En la entrada de Disney el proceso se invierte: se pasa a través de una caseta con barrera parecida a una aduana, colocada ahí para que dejes el coche en el hotel, en el camping o en esas plazas de aparcamiento para visitantes por un día, y accedan al sistema. La caseta es también el límite de una zona monetaria: dentro de Disney World los visitantes pueden pagar con billetes convencionales o bien con "disneydólares". Los disneydólares —que son intercambiables por los dólares convencionales de Estados Unidos con la paridad 1/1— no ofrecen absolutamente ninguna ventaja, ningún descuento ni la posibilidad de ninguna operación especulativa. Lo que sí hacen es concretar y diferenciar la experiencia del intercambio, y generan un aura falsa de estar en el extranjero.

Los visitantes son recibidos por el ratón. Mickey —calvo, asexuado e inofensivo— es todo un compendio: como afirmó Disney en una ocasión, "Mickey es un ratón limpio". Un sujeto construido que tiene la misma relación con la subjetividad humana que Disneylandia con la urbanidad. Su apariencia exterior, rigurosa y completamente manipulada, es afectuosa y simpática. Como si hubiese barnizado el habla, la locomoción y la apariencia humana, el ratón ofrece una variante un tanto loca y estúpida. Desde un punto de vista epistemológico, Mickey ve las cosas como las vemos nosotros. Al igual que la mayoría de personajes de dibujos animados, Mickey circula por una naturaleza de dibujos animados, un lugar que destruye lo mejor de Hobbes y de Rousseau, donde la inevitable brutalidad de la vida es manipulada por la risa y donde no hace falta reprimir los impulsos, porque, en última instancia, no conlleva consecuencias. El ratón mecánico, producto de la cadena de montaje del animador, es también la confirmación de un cambio clave: en Disney, la naturaleza es la apariencia y la máquina es la realidad.

Del mismo modo que la imagen del ratón en un millón de *souvenirs* de plástico les confiere un aura y una legitimidad, los vestigios de utopía que quedan en el espacio Disney son la prueba de que consiste en algo más que en un parque de atracciones. La zona Disney —Disneylandia, Disney World y el resto de parques Disney— es también un estado de la naturaleza que ofrece el fértil comunismo de la abundancia y el ocio, una auténtica utopía posindustrial y tecnocrática. En la zona Disney, el ejército industrial surgido en el siglo XIX y racionalizado en el XX no es dispersado, sino convertido en un gran ejército del ocio, sin quitarle nada de su régimen ni de su disciplina mientras consume sus diversiones "a medida". La zona Disney cierra el círculo de las exposiciones universales, de modo que la celebración de la producción se convierte en la producción de la celebración. El eje sobre el que gira toda esta transformación es la alienación esencial del productor-convertido-en-consumidor, su baile con la rutina de la imaginación de otra persona.

Es cierto que la necesidad de una producción eficaz de actividades de ocio no les ha pasado por alto a los estrategas oficiales de nuestro futuro colectivo. En *Between Two Ages* (1976), Zbigniew Brzezinski alertó a sus lectores sobre las exigencias que se tendrían que afrontar en la futura "sociedad tecnocrática". Cuando describe la relación entre los empresarios, los trabajadores y el mercado en el marco de este nuevo orden, Brzezinski sostiene que "en la nueva sociedad emergente, las cuestiones relacionadas con la obsolescencia de la seguridad de los conocimientos técnicos, las vacaciones, el ocio y el reparto de las ganancias dominan las relaciones y el bienestar psíquico de millones de trabajadores industriales de clase media y baja, relativamente seguros, pero potencialmente carentes de objetivos, lo que se está convirtiendo en un problema cada vez más grave".<sup>8</sup>

La relación entre el trabajo y el ocio forma parte de la problemática conceptual que impidió que se realizara totalmente la visión utópica más ambiciosa y convencional de Disney, el Experimental Prototype Community of Tomorrow (Epcot). El Epcot fue llevado adelante por una serie de impulsos, uno de los cuales fue la realización literal de una versión a escala real del tipo de urbanismo bien regulado, unidimensional, propuesto en forma de maqueta en la exposición de 1939. Sin embargo, quizá resultó mucho más estimulante la frustración de Disney, ampliamente divulgada, tras los acontecimientos de Anaheim. Al igual que muchas exposiciones universales, Disneylandia quedó sitiada por una periferia indisciplinada: el enorme éxito del parque indujo a los promotores a comprar hectáreas de campo circundante que se fueron convirtiendo, progresivamente, en una embrollo de hoteles y comercios baratos, construidos sin seguir ningún tipo de regulación. La frustración de Disney fue doble: en primer lugar, por los millones que había cedido a los otros empresarios que alojaban a sus visitantes. (En los primeros diez años Disneylandia ganó 273 millones de dólares, los negocios

de la periferia, 555 millones.) Y en segundo lugar, por el desorden que todo ello generó, la deshonra de su visión por culpa de un mar de ambiciones.

Así pues, el desagravio fuente de la utopía fue una de las principales motivaciones del siguiente objetivo de Disney. Astuta y sigilosamente acumuló 11.000 hectáreas de terrenos cerca de Orlando, Florida, destinados a Disney World y al Epcot, su parque complementario. El plan pretendía acoplar el parque temático (un clon de Anaheim) con una comunidad completamente desarrollada, que inicialmente debía alojar a sus propios trabajadores, para incorporar más tarde tantas promociones adicionales, fueran industriales y residenciales, como fuese posible atraer. Disney afirmó: "Epcot siempre estará en estado de transformación. Nunca dejará de ser un proyecto vivo para el futuro, donde la gente vivirá una vida que, actualmente, no puede encontrar en ninguna otra parte del mundo". Disney logró obtener unas concesiones sin precedentes por parte del gobierno de Florida, asegurándose la soberanía prácticamente total sobre su dominio, incluidos los derechos de vigilancia, los impuestos y la administración, además de la libertad de control ambiental.

Por desgracia, la muerte se interpuso antes de que Disney pudiera materializar su sueño. Su realización quedó en manos de sus sucesores, cuya visión sobre el asunto era, en cierto modo, más codiciosa. En lugar de una "comunidad" totalmente desarrollada, Epcot quedó reducido simplemente a la condición de un parque temático más. En efecto, se convertirá en el parque del imperio Disney que más se parecería a las exposiciones universales. Organizada según el esquema ya conocido —la "calle principal" de entrada y el circuito de atracciones—, reproducía fielmente los elementos de las exposiciones anteriores. Materializando los objetivos disimulados de las anteriores Main Streets de Disney (donde el pabellón del ITT queda escondido tras la fachada de una cervecería), su calle principal está flanqueada por los pabellones de las empresas más importantes de Estados Unidos, y cada una de ellos aloja la versión de un "viaje" por un lugar de bienestar futuro. El pabellón de General Motors, con su oda al automóvil, ofrece también el himno oficial de Epcot, "It's a small world after all",<sup>9</sup> repetido numerosas veces sin ningún remordimiento. El circuito incluye también los pabellones de ocho países elegidos (y que subvencionan), siguiendo una disposición que muestra un compendio suficiente de la diversidad de las naciones: un país de Asia, otro de Latinoamérica, etc.

Incluso el símbolo de Epcot —una gran esfera geodésica— ha sido heredado. Su linaje proviene de muy atrás, de la cursilona Unisphere de la exposición universal de Nueva York de 1964 (en la que Disney tuvo una considerable participación, que incluía la primera versión robótica de Abe Lincoln) y también de la fascinante Perisphere que acompañaba el complementario Trylon vertical en la exposición de 1939, y cuyo objetivo era el mismo que el de la Unisphere. En realidad, la ascendencia se remonta todavía más atrás —a través de la tradición de las biosferas del siglo XIX—

hasta la propuesta del arquitecto francés Boullée de un gran cenotafio esférico dedicado a Newton, con su interior tapizado de estrellas: la representación de un universo que la mecánica de Newton permitía comprender de una nueva manera. La bola de Epcot de Newton permitía comprender de es viable— del tótem de la universalidad. En los anuncios Mickey está de pie encima de ella, saludando como un anticolidoso.

Parece en cierto modo inevitable que el minúsculo órgano del "bienestar psíquico" brzezinskiano debía representar una variedad más literal que la que representaba la primera y más completa visión de Disney (hogares reales, fábricas reales). Ambas posibilidades son claramente antitéticas, puesto que cada una está pensada para aniquilar a la otra. Al fin y al cabo, la utopía es una ilusión, una representación. La cuidadosa estructura del entretenimiento y de las relaciones sociales (una igualdad nominal con unas oportunidades que la segmentan: comidas en restaurantes de mayor o menor lujo, dormir por la noche junto a los de tu clase social en los hoteles más modestos o en los más lujosos) del mundo de Disney renuncia a su propio poder de atracción si falla como alternativa a la vida cotidiana.

Así pues, la estrategia Disney inscribe la utopía en el territorio de lo familiar, y viceversa. La economía de sus representaciones depende de un cuidadoso cálculo de los niveles de diferencia. Al igual que cualquier otra operación de consumo, se basa en los algoritmos de lo deseable y lo accesible. Por ello, sus imágenes nunca son realmente innovadoras, sino que se intensifican o reducen, esparciendo complejidad en nombre de una rápida accesibilidad y de una fácil capacidad de digestión. Lo que se está promocionando no es lo excepcional, sino más bien lo paranormal: exactamente igual a la cosa real, sólo que mejor.

En el ensayo de un montaje, el director de cine soviético Lev Kuleshov describe de este modo una escena rodada a principios de los años veinte con los actores Khokhlova y Obolensky:

Khokhlova camina por la calle Petrov, en Moscú, cerca de la tienda Mostorg. Obolensky camina por la orilla del río Moscowa, a una distancia aproximada de tres kilómetros. Se ven uno al otro, sonríen y empiezan a caminar uno hacia el otro. Su encuentro es filmado en el bulevar Prechistensk. Dicho bulevar es un lugar completamente distinto de la ciudad. Se dan la mano, con el monumento a Gogol como fondo, y miran... ¡la Casa Blanca! En este punto introducimos un fragmento de una película americana, *The White House in Washington*. En la toma siguiente están otra vez en el bulevar Prechistensk. Deciden ir más lejos, se van y empiezan a subir por la enorme escalera de la catedral de Cristo Salvador. Los filmamos, se edita la película, y el resultado es que los ves subiendo por las escaleras de la Casa Blanca. Para lograrlo no utilizamos ningún truco, ninguna doble exposición: el efecto se obtuvo tan sólo mediante la organización del material a través de su tratamiento cinematográfico. Esta escena concreta demuestra las in-

creíbles posibilidades del montaje, que nos parecieran realmente tan amplias como para lograr que la esencia misma del material resultara alterado.<sup>10</sup>

Kuleshov denomina a esta técnica "geografía creativa". Al igual que la unión de dos genes, la idea era crear un nuevo organismo con la sustancia del viejo. En efecto, en otro famoso experimento, Kuleshov utilizó la misma técnica para "fabricar" una nueva mujer con los fragmentos de "otras" mujeres. En este caso, la pregunta es si el culpable es Prometeo o Frankenstein. Para distinguir la monstruosidad de la coherencia, la práctica del montaje —y la práctica del urbanismo, que es su equivalente tridimensional— requiere una teoría de la yuxtaposición. En el cine, dicha teoría se ocupa de la narración o de su interrupción, de una secuencia de imágenes relacionadas en el tiempo. El montaje plantea la pregunta acerca de la lógica de esta disposición. También la ciudad es ensamblada en secuencias. Su construcción y sus políticas recaen en unos principios de agregación. La idealización de dichos principios es lo que crea la utopía.

Como ocurre en las utopías, la innovación de Disneylandia no reside en su fantasía reguladora, sino en el desvanecimiento de la creación de lugares. Disneylandia es la Santa Sede de la geografía creativa, el lugar donde la realidad efímera del cine se materializa en forma de tejido urbano. No debe sorprendernos que hasta la fecha la manifestación más sucinta de esta fusión sea el parque temático "Disney-MGM Studios", recién inaugurado en Disney World. En este caso, el objetivo de la desarticulación de la autenticidad es devuelto al punto de origen. La atracción (deudora de su precursor, el Universal Studios Tour de Los Angeles, hoy presente también en Orlando) se basa explícitamente en las películas: tanto en el espacio donde se realizan (el "estudio") como en los espacios narrativos específicos de unas películas específicas.

Aunque la atracción se encuentra en Florida, en Disney World, y aunque su objetivo recreativo es precisamente la creación de "geografía creativa", los Disney-MGM Studios tienen problemas para ubicarse en un peculiar espacio de referencia: Hollywood, el *locus classicus* de la realización de películas. La posición axial de Main Street se completa con la imaginativa reproducción del Hollywood Boulevard, en el que domina el *art deco*. Los visitantes entran por un pórtico prestado del Pan-Pacific Auditorium —actualmente incinerado—, y pasan por una reproducción del famoso cruce de calles de la World Tower, una reencarnación del Brown Derby y una confusa mezcla de la arquitectura conocida de Los Ángeles, que en este caso se presenta a escala reducida y agregada a una urbanidad cuyos orígenes se desconocen.

Al principio de este eje se levanta una recreación del teatro chino de Grauman. Sin embargo, no es exactamente un palacio del cine, sino la sala de espera del acontecimiento principal del parque temático, el Great Movie Ride, un viaje de 42 minutos a través de las escenas de algunas películas

muy conocidas de Disney y de los estudios MGM, recreadas por medio de robots animatrónicos. Es una recreación fabulosamente compacta de la experiencia más amplia de la Disney-ificación, la suspensión del visitante en el corredor global, el visitante es lanzado a través de una serie de *tableaux* repletos de la realidad. Es evidente que el Great Movie Ride encaja todavía mejor dentro del sistema, ya que reproduce mecánicamente una reproducción que también es mecánica.

Uno de los principales efectos de la Disney-ificación es la sustitución de la recreación por el trabajo, la producción de ocio siguiendo las rutinas de la industria. En la actualidad, uno de los principales productos del posindustrialismo no es la simple liberación de grandes cantidades de tiempo de ocio problemático, sino la reinención del trabajo como espectáculo, lo que Dean MacCannell ha llamado "diferenciación involutiva". Tras marchitarse el mito positivista, la cultura se pliega sobre sí misma y se limita a estetizar sus operaciones internas y a convertir en especialmente románticas las del pasado. El turista viaja por el mundo para ver cómo el panadero con peluca del simulacro del Colonial Williamsburg saca hogazas calientes de un "auténtico" horno de ladrillo, o cómo el pescador griego repara sus fotogénicas redes en el muelle de Mykonos, o cómo Gene Kelly "canta bajo la lluvia" en versión animatrónica.

En el parque temático del cine este espectáculo se multiplica. En Disney World el "trabajo" es, por supuesto, un entretenimiento. Los 26.000 empleados del parque son considerados por la dirección como "personajes del reparto". La transformación de los trabajadores en actores transforma presumiblemente su trabajo en una actuación. Ello revierte en una simpática versión familiar, una materia prima interminable para el circuito de programas de entrevistas y tertulias: la actuación de un sibarita de Hollywood muy bien pagado que habla de su "trabajo" como si su actividad fuese comparable, de algún modo, con las tareas de una cadena de montaje. Es la misma operación grotesca que podemos ver en las negociaciones públicas de final de temporada (con frecuentes huelgas) de las sobrepagadas estrellas del deporte, que dan lugar a una versión tematizada, "chapada a la antigua", de las relaciones laborales, haciendo que las relaciones entre los sindicatos y las empresas sean exageradamente ridículas.

Sin embargo, el principal objetivo de esta inversión no es fomentar las ideas alucinatorias de un atareado empleado de cafetería de Disney. Se trata más bien de inventar un imperio del ocio que marque todavía la diferencia entre Disney World y la vida cotidiana. Cuando se pregunta a los visitantes de los parques Disney acerca de lo que más les gusta de ellos, mencionan en primer lugar la limpieza y, en segundo lugar, la amabilidad de los empleados. Esta es con toda seguridad la redención de la metrópolis industrial:

higiéfica y con un personal formado por trabajadores no alienados que, aparentemente, se sienten satisfechos de su contribución a la felicidad colectiva. La Movie Ride lleva esta teoría un paso lógico hacia adelante. Para empezar, uno piensa que el autómatas que representa a Gene Kelly trabaja por menos que nada. La representación funciona todavía mejor para el trabajador "ideal": al entretenerse por su cuenta —ante todo la diversión— ha quedado totalmente automatizado.

Hagamos otra reflexión más. Con toda probabilidad, mientras el tranvía circula por el animatrónico Templo de la Perdición, cien cámaras de vídeo graban vertiginosamente el "acontecimiento" para su posterior consumo en casa. Esta cinta es un artefacto sorprendente, sin precedentes en la historia del hombre. Si es cierto que la cultura posmoderna se sostiene sobre el entramado de unos materiales de simulación cada vez más elaborados, sobre los sucesivos desplazamientos de unos significantes "auténticos", entonces la familia japonesa sentada en Nagasaki frente a su Sony, viendo vídeos caseros de re-creaciones animatrónicas de la geografía creativa de un "original" grabado en el simulacro de Hollywood situado en el centro de Florida, llegará a la conclusión de que ha logrado la apoteosis realmente extraña de una referencialidad en crudo. Es interesante el hecho de que, hace algunos años, el inventor Nolan Bushnell propuso ir más lejos todavía en la eficacia de este circuito. Su idea consistía en colocar unos pequeños robots autopropulsados, cada uno con un vídeo-ojo, en las ciudades turísticas más importantes: París, Roma, Londres, y tal vez, también en Disney World. Dichos robots podrían ser conducidos por la gente de Phoenix o de Dubuque, y les ofrecería la experiencia de estar paseando por los Campos Elíseos, por Regent Street o por Via Veneto sin tener que salir de casa. Ahora bien, esto es sólo un avance más, un paso más en la economización de la movilidad humana, un avance cuya premisa sigue siendo la vieja idea de que la "realidad" al viejo estilo es superior.

Disney va más allá. El recorrido del estudio Disney-MGM ofrece un tercer nivel de recreación, otro estribillo invertido sobre la naturaleza del lugar. Una parte del conjunto es un estudio de cine en funcionamiento, que aporta a los visitantes la auténtica emoción efímera de un roce con las estrellas vivas, la "producción" de una verdad. Recorriendo el solar de la parte posterior pueden pasar por el plató de una calle de Nueva York. Aunque dicho plató está construido de la misma forma y con la misma interpolación geográfica creativa que el vecino "Hollywood Boulevard", la relación que el espectador mantiene con él es distinta. En este caso, el éxito depende de que este espacio no sea percibido primordialmente como una zona de ocio (como ocurre en el Great Movie Ride o en el paseo por el bulevar), sino como un lugar de trabajo. Se trata de otro tipo de turismo como ver a los panaderos haciendo bollos o a los sopladores de vidrio del Colonial Williamsburg, la suma de los placeres del *voyeurismo* con los de la simple recreación.

Si los visitantes pueden disfrutar del placer de circular por las bambalinas del plató, hay otras bambalinas que permanecen todavía inaccesibles. Los parques Disney están contruidos sobre plataformas gigantes, a la manera racional y moderna. Por debajo de las atracciones, un laberinto de túneles facilita la circulación de los servicios y del personal de las actividades públicas de arriba. Estas áreas están estrictamente prohibidas a los visitantes, aunque algunas veces aparecen en la publicidad como una de las claves de la maravillosa eficacia de Disney, y hay fotografías —unas tomas insulsas de un Mickey Mouse gigante que pasa rozando por unos corredores iluminados con fluorescentes— distribuidas por todas partes. Este espacio subterráneo conjura inevitablemente otras imágenes más distópicas, especialmente el mundo subterráneo de la película de Lang *Metropolis*, con sus trabajadores atrapados en unas cavernas carcelarias y bailando danzas robóticas, como Martha Graham tras haber tomado Thorazine.

Sin embargo —y tal vez, en parte, porque un hombre disfrazado de ratón es una imagen aún más genial de la deshumanización que un proletario encadenado—, este "espacio para sirvientes" (utilizando la expresión de Louis Kahn) suele gozar de mucho más prestigio. De hecho, es lo que permite que Disneylandia esté "limpio". No es tan sólo un espacio para la evacuación eficaz de los desechos de la diversión —las toneladas de palitos de caramelos y de envases de perritos calientes que se generan diariamente—, sino que divide el trabajo en su aspecto público y limpio y en sus aspectos menos entretenidos, menos "mágicos". Al igual que las alcantarillas de París, muy populares entre los turistas, este mundo subterráneo es tan extraño como maravilloso, y está "poblado" de unos ciudadanos extraños, discretos pero indispensables, que mantienen la ciudad más pura de arriba. Es el sueño de cualquier habitante de una ciudad sitiada: un dispositivo que deja fuera de la vista todos los problemas urbanos. En realidad es una inversión del esquema de Lang. El dispositivo disciplinar no está arriba, sino bajo tierra, como un panóptico subterráneo, preparado para hacer surgir innumerables pasadizos ocultos que controlan y sirven al gran ejército del ocio que se esfuerza por divertirse en la parte de arriba.

Estas ensoñaciones de autodisciplina son históricas. Stuart Ewen cita diversas fuentes que celebran el comportamiento auto-modificado de los visitantes de la White City, de 1892. "El orden reinaba en todas partes", escribía una de ellas, "nada de dureza o tormentos, nada que no fuese alegría. Parecía como si la belleza del lugar hubiese traído consigo la amabilidad, la felicidad y el respeto a sí mismos de sus visitantes". Una fuente observaba: "Ninguna gran multitud había mostrado jamás tanto amor al orden. La represión, la contención y la disciplina eran notables". Otra fuente distinta también afirmaba: "Los cortesanos de Versalles y de Fontainebleau no habrían podido ser más reverentes y observadores de las normas [...] que el respeto hacia el lugar y la situación que mostraban estos oscuros e innumerables trabajadores desconocidos". Incluso Charlotte Brontë, tras

visitar en 1851 el Crystal Palace, escribió que "la multitud... parece gobernada y subyugada por una influencia invisible".<sup>11</sup>

Jeffrey Katzenberg, director de la división de cine de Disney, sugiere que "pensamos en Disney World como una ciudad de tamaño mediano con un índice de criminalidad cero". Aunque la afirmación es hiperbólica (el robo más insignificante implica la expulsión del reino, e infracciones más graves implican la intervención de las fuerzas de policía externas), la percepción no lo es: el ambiente está prácticamente autocontrolado. Disney World es claramente una versión de una ciudad ("Imagínate una Disneylandia tan grande como San Francisco", reza un anuncio reciente). Y es que Disneylandia se basa en un urbanismo especial, en la vigorosa aceleración de unas tendencias que son visibles en todas partes, pero que nunca habían sido elaboradas de un modo tan sofisticado. Los problemas que afronta la zona Disney son en su quintaesencia modernos: la criminalidad, el transporte, los desechos, la relación entre el trabajo y el ocio, los desplazamientos de las personas, la creciente hegemonía de la simulación.

Pero, a fin de cuentas, la zona Disney no es de ningún modo urbana. Al igual que el actor que hace publicidad de un medicamento patentado diciendo con la mejor intención: "No soy médico, pero en la televisión hago el papel de un médico", Disney evoca un urbanismo sin crear una ciudad. Lo que crea es una especie de hiperciudad con un aura desnuda, una ciudad de miles de millones de habitantes (todos ellos consumidores) pero sin ningún residente. Materializada pero todavía conceptual, es la utopía del tránsito, del flujo, un lugar donde todo el mundo sólo está de paso. Este es su mensaje para la ciudad que vendrá: un lugar que está en todas partes y en ninguna parte, tan sólo ensamblado por una movilidad constante. Los visitantes de la zona Disney tienen la estatura de los personajes de caricatura. (Efectivamente, uno de los atractivos de la visita al estudio es la oportunidad que tienen los visitantes de interactuar cinemáticamente en *Who Framed Roger Rabbit?*). Uno de los fracasos más frecuentes de la subjetividad utópica es predicar una ciudadanía homogeneizada, poco dimensionada, aunque también es cierto que probablemente no existe ningún sujeto más adquisitivo y consumista que el turista posindustrial. No hay duda de que cuando alguien planifica sus vacaciones quiere una versión de la vida que deje a un lado el sufrimiento, de que las vacaciones se hacen realidad en el escapismo. El visitante de Disney busca y disfruta la relación entre lo que encuentra y su contrapartida en casa, en el territorio del crimen, la basura y el incivismo.

En la utopía Disney todos nos convertimos en involuntarios *flâneurs* al estilo parisino, en errantes globales, alzando nuestras candelas mientras buscamos por todas partes una imagen honesta. Esta búsqueda será cada vez más dura para los millones de fanatizados, mientras surge por todo el globo un paisaje mistificador. Al parecer, uno de los últimos nodos acaba de brotar en Surajkund, cerca de Nueva Delhi, donde se vislumbra el primer parque temático de la India, supervisado por el departamento local de tu-

rismo. "Tenemos un concepto completamente integrado de lo que es un centro de entretenimiento", publica el *New York Times* citando a S. K. Sharma, secretario de Estado para el turismo. "Al igual que todas las ciudades grandes, Delhi se está contaminando, se está asfixiando de gente. La gente necesita diversión y aire puro".<sup>12</sup>

Marcuse llamaba *utopía* a "la negación sociohistórica determinada de lo que existe".<sup>13</sup> La zona Disney, la ciudad de los cedros, construida con estuco y acero auténticos, es una utopía de dibujos animados, un urbanismo de la era de la electrónica. Al igual que la televisión, es una máquina que transforma constantemente lo que existe (una antología de imágenes sacadas de la vida) en lo que no existe (un número cada vez mayor de yuxtaposiciones extrañas). Es una utopía genética, donde cada producto es una especie de niño lisiado y mutante de Kabul que aparece en los noticieros nocturnos de Japón o de Florida, patrocinados por Metamucil<sup>14</sup> o Dumbo. El único modo posible de consumir este discurso narrativo es seguir moviéndose, seguir cambiando de canal, seguir andando, subirse a otro avión, pasar por otro aeropuerto, alejarse en otro Ramada Inn.<sup>15</sup> La única lógica es el evanescente zumbido del recuerdo de algo que era más o menos similar... pero de eso hace ya tanto tiempo, quizás ayer mismo.