

LE FLÂNEUR

[El personaje urbano y su desaparición en la vida social de la ciudad contemporánea]



Estudiante:

LORENA CARDONA MARÍN

Seminario:

**POSMODERNIDAD Y POSTESTRUCTURALISMO COMO APOYO
CONCEPTUAL AL DISEÑO ARQUITECTÓNICO CONTEMPORÁNEO**

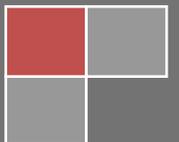
Impartido por:

DRA. ILIANA GODOY PATIÑO

Programa:

**MAESTRÍA EN ARQUITECTURA- CAMPO DISEÑO ARQUITECTÓNICO
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
[2013-2] SEGUNDO SEMESTRE**

MAYO 28 DE 2013



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
LOS PASAJES DE PARÍS	4
Origen del flâneur en la ciudad moderna	4
LE FLÂNEUR.....	5
El hombre de la multitud, el explorador y espectador ciudadano – la mirada de Baudelaire	5
LE FLÂNEUR.....	8
Como producto de alienación propia de la ciudad moderna – la mirada de Walter Benjamin	8
LA CALLE	9
Contexto y hábitat del flâneur	9
TRÁNSITO, OSCIOSIDAD Y ANONIMATO.....	11
Sobre la experiencia del flâneur en la vida urbana	11
[El tránsito].....	11
[La experiencia sensorial del tránsito].....	12
[La ociosidad]	13
[La sociedad de masas y el anonimato]	15
PARADIGMAS DE LA CIUDAD ACTUAL.....	17
El fin del flâneur como personaje urbano.....	17
CONCLUSIONES.....	20
BIBLIOGRAFÍA.....	21



INTRODUCCIÓN

El término *flâneur*¹ procede del francés, que significa andariego, callejero, paseante; mientras que la palabra *flânerie* significa callejeo, vagabundeo y se refiere a la actividad propia del flâneur, es decir, vagar por las calles, sin rumbo, sin objetivo y abierto a todas las vicisitudes e impresiones que ofrece su recorrido.

El presente ensayo, tiene como propósito hacer una aproximación conceptual hacia el tema de investigación: **“La calle el espacio público de la socialización: la arquitectura de la calle como un predictor para revitalizar la vida social en la ciudad”**, como una forma de abordar desde el estudio del *flâneur*, algunas de las vicisitudes involucradas en la vida social de la ciudad actual; es decir, el *flâneur* como figura emblemática de la experiencia urbana, como aquel habitante de la calle cuyas características y actitudes son un punto referencial para proponer que tipo de arquitectura es la que facilitaría de nuevo su aparición en la escena urbana, y convertirse así, en un punto de partida para revitalizar la vida social en la ciudad. En pocas palabras, se trata de analizar el personaje desde sus diferentes dimensiones, para posteriormente durante el desarrollo de la investigación proponer desde la arquitectura, un diseño de calles para *flâneurs*.

El análisis de este personaje, se abordará desde dos perspectivas principalmente; por un lado, desde la visión moderna del escritor Charles Baudelaire y por el otro desde la perspectiva crítica posmoderna del filósofo alemán Walter Benjamín, esto con el fin de analizar la experiencia urbana del *flâneur* no solo desde sus inicios en la moderna ciudad industrial, sino hasta su papel en la heredera ciudad contemporánea.

El ensayo está estructurado en cinco capítulos, el primero corresponde a una breve introducción sobre el origen del flâneur en los Pasajes de París del siglo XIX, posteriormente el segundo presenta la definición y caracterización de este personaje desde las miradas de Baudelaire y Walter Benjamín; el tercer capítulo es un análisis del espacio calle como hábitat y contexto del *flâneur*; el cuarto corresponde a un análisis de la experiencia de este personaje en la vida urbana, a partir de tres características esenciales: el tránsito, la ociosidad y el anonimato, incorporando además las posturas de diferentes autores como antropólogos, sociólogos, arquitectos y las visiones de Baudelaire y Benjamín, para explicar la complejidad de esta experiencia. El último capítulo corresponde a una síntesis de los principales paradigmas de la ciudad actual, y como estos han contribuido a la desaparición del *flâneur* en la vida urbana. Finalmente se presentan una serie de conclusiones encaminadas a sintetizar la importancia del *flâneur* desde las diferentes perspectivas analizadas; y cuyo objetivo es sentar las bases para una posterior reaparición de este personaje en la ciudad.

¹ *Flâneur* en <http://www.wordreference.com/>

LOS PASAJES DE PARÍS

Origen del flâneur en la ciudad moderna

El *flâneur* como personaje y como concepto tiene su origen en el París del siglo XIX; durante este periodo París se encontraba en un proceso de transformación hacia la modernidad, en este sentido las vías anchas eran pocas antes de Haussmann y las estrechas ofrecían poca protección contra los vehículos, así que fueron los pasajes, el lugar que dio inicio a la vida urbana y con ella al *flâneur*: “Difícilmente la *flânerie* hubiera podido crecer en importancia sin los pasajes. Los pasajes, una nueva invención del lujo industrial - dice una guía ilustrada de París de 1852 - son corredores cubiertos por un techo de cristal y revestidos de mármol entre las masas de los edificios”. [...] “A ambos lados de estos corredores, que reciben la luz desde arriba, se suceden las tiendas más elegantes, de modo que estos pasajes se convierten en una ciudad, en un mundo en miniatura. En este mundo el *flâneur* está en casa; es el cronista y el filósofo de los rincones preferidos de los paseantes y de los fumadores, de los lugares de recreo de todo tipo de pequeños *metiers*”² (ver ilustración 1).

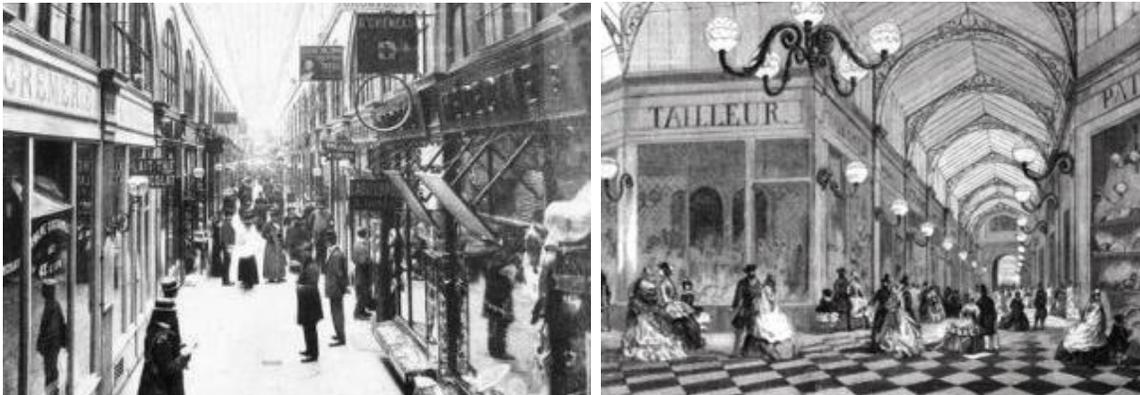


Ilustración 1: Los Pasajes de París

Fuente: <http://makeitworkvalencia.wordpress.com>

Los pasajes eran un centro para el comercio de lujo, el escenario de las primeras iluminaciones a gas y del uso de los nuevos materiales arquitectónicos industriales como el hierro y el cristal; los pasajes eran algo intermedio entre la calle y el interior, fueron el hábitat primario del *flâneur*. Benjamín señala que, “*el pasaje fue para ellos su salón. Más que en cualquier otro lugar, en el pasaje se da a conocer la calle como el interior amueblado de las masas, habitado por ellas*”³ París a través de sus pasajes había creado el tipo de *flâneur*, ellos constituían su tierra, un paisaje moderno formado de pura vida que lo rodeaba como una habitación. Es en este sentido, donde a partir de estos espacios se encuentra prevista la aparición de las primeras grandes masas en el escenario de la historia de la ciudad.

² Walter Benjamin, *El París de Baudelaire*, 2012, pág. 99

³ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 428

LE FLÂNEUR

El hombre de la multitud, el explorador y espectador ciudadano – la mirada de Baudelaire

El *flâneur* era ante todo, un tipo literario que surgió durante el siglo XIX en París, llamado el *physiologue*⁴, que con una serie de bosquejos retrataban los personajes de la vida urbana parisina; esta fue la generación a la que perteneció el poeta y escritor Charles Baudelaire, quien se vio interesado especialmente por el personaje del *flâneur*.

Baudelaire fue uno de los primeros escritores en referirse a la experiencia del *flâneur* como el **artista-poeta de la modernidad**, partiendo de la premisa de que las dinámicas transformadoras de este periodo, exigían que el artista se fundiera con la urbe, convirtiéndose así, según una metáfora suya, en un “*botánico de las aceras*”. En su libro *El pintor de la vida moderna* (1863), Baudelaire hace un primer acercamiento a su definición de *flâneur* a través de la historia de un artista amigo suyo, el Sr. Constatin Guys, a quien describe como un observador apasionado que experimenta inmenso placer al sumergirse en lo ondulante, en el movimiento, en lo efímero y lo heterogéneo de la ciudad: “*Cuando por fin lo conocí, vi enseguida que no trataba precisamente con un artista, sino más bien con un hombre de mundo [...] es decir hombre del mundo entero, hombre que comprende el mundo y las razones misteriosas y legítimas de todas sus costumbres. Se interesa por el mundo entero; quiere saber, comprender, apreciar todo lo que pasa en la superficie de nuestra esfera [...] Así, para poder comprender al Sr. G., tomen nota enseguida de esto: la curiosidad puede ser considerada como el punto de partida de su genio*”⁵. Para Baudelaire el *flâneur* es un **explorador urbano** cuya curiosidad es lo que motiva a ser quien es, un personaje que se siente atraído por revelar todo aquello que hay a su alrededor, por descubrir la ciudad, vivirla e interpretarla.

Para desarrollar su discurso sobre el *flâneur*, Baudelaire retoma un cuento de Edgar Allan Poe, titulado *El hombre de la multitud* (1840), el cual constituye un testimonio acerca del espíritu que animaba la vida en la moderna ciudad industrial. El cuento de Allan Poe, es la radiografía de una historia de detectives; sus personajes son: el perseguidor, cuya curiosidad por un hombre particular se ha convertido en una pasión fatal; la multitud que invade la ciudad; y finalmente un desconocido, el perseguido, quien organiza de tal modo su recorrido por Londres para siempre permanecer en su centro, entre la multitud; este desconocido es el *flâneur*. Para Poe, el *flâneur* es alguien que no está seguro de su propia sociedad y por esta razón busca la multitud, de esta forma al final del cuento devela la esencia del personaje: “[...] pero, como siempre, andando de un lado a otro, y durante todo el día no se alejó del torbellino de aquella calle [...] Este viejo -dije por fin-

⁴ Tomado de Walter Benjamin, *El París de Baudelaire*, 2012, pág.97,98

⁵ Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 79,81

representa el arquetipo y el genio del profundo crimen. Se niega a estar solo. Es el hombre de la multitud. Sería vano seguirlo, pues nada más aprenderé sobre él y sus acciones”⁶.

Baudelaire considera **la multitud como el territorio del Flâneur**, su pasión y profesión es adherirse a ella y rodearla, hacer de ella su familia y más aun su fuente de energía, de restauración y vitalidad: “Para el perfecto flâneur, para el observador apasionado, es un gran placer domiciliarse en la multitud, en el oleaje, en el movimiento, en lo fugaz y lo infinito. Estar fuera de casa, y sentirse, sin embargo, en casa en todas partes; ver el mundo, estar en el centro del mundo y permanecer oculto al mundo: son algunos de los placeres para esos espíritus independientes, apasionados, imparciales, que la lengua sólo puede definir con torpeza. El observador es un príncipe que disfruta de su anonimato en todas partes”⁷.

Se podría decir que el flâneur de Baudelaire es un ser que pertenece a la multitud, se fusiona con ella y al hacerlo oculta su identidad o la transforma; en palabras de él: “es un yo insaciable del no yo que a cada instante, lo restituye y lo expresa en imágenes más vivas que la vida misma, siempre inestable y fugitiva”⁸. En la multitud el flâneur tiene el privilegio de ser el mismo o ser una persona diferente; y entra cuando quiere en el personaje del otro, ya que para el todo está vacante. Sin embargo ante esta consideración, vale la pena mencionar que para el escritor francés Victor Fournel, “El flâneur puro se halla siempre en completo dominio de su individualidad, esta nunca es absorbida por el mundo exterior, ni la contamina hasta el punto de olvidarse de sí mismo”⁹; así, el flâneur no es un ser impersonal, hace parte del público, pero este en ningún momento lo define, solo le da la libertad del movimiento, de estar en constante cambio y ser quien quiera ser.

El flâneur fue un tipo de personaje que estuvo fuertemente relacionado con el **dandy**. Históricamente en París nació el flâneur cuando el dandy callejeaba y visitaba los espacios de sociabilidad; sin embargo la actitud de ambos muestra a dos personajes urbanos bastante diferentes. Baudelaire define el dandy como: “El hombre rico, ocioso, y que, incluso hastiado, no tiene otra ocupación que correr tras la pista de la felicidad; el hombre educado en el lujo y acostumbrado desde su juventud a la obediencia de los demás hombres, aquel en fin que no tiene más profesión que la elegancia”¹⁰. El dandy podría decirse, que es este personaje que hace de su propia figura y su identidad la mayor de las obras de arte, está en contra de lo vulgar, la opinión de las masas, y la democratización de la cultura; de esta forma, usa la ciudad para mostrarse y la convierte en una pasarela

⁶ Edgar Allan Poe, *El hombre de la multitud*, en http://www.bifurcaciones.cl/006/bifurcaciones_006_reserva.pdf

⁷ Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 85,87

⁸ Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 87

⁹ Cita tomada de Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 435

¹⁰ Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 131

para su vanidad física e intelectual. Por el contrario, el *flanèur* necesita de la ciudad para vivir, para ser poeta o artista, para ser; ella y sus habitantes, la multitud, constituyen su materia prima.

Baudelaire considera también al *flâneur* como un **espectador ciudadano**, que observa la ciudad y disfruta del espectáculo que en ella acontece: “¡Y sale! Y contempla el río de la vida tan majestuoso y tan brillante. Admira la eterna belleza y la sorprendente armonía de la vida en las capitales, armonía que al azar ha conservado en el tumulto de la libertad humana. Contempla los paisajes de la gran ciudad, paisajes de piedras acariciadas por la bruma o golpeadas por la violencia del sol. Le encantan los hermosos vestidos, los nobles caballos, de la limpieza deslumbrante de los botones, de la destreza de los lacayos, de los andares de las mujeres sinuosas, los niños guapos, felices de vivir y de estar bien vestidos; en una palabra la vida universal”¹¹. En pocas palabras, el *flâneur* de Baudelaire es un ser que vive lo urbano, goza del espectáculo callejero, se delita con el y ve en todo eso una naturaleza que despierta su admiración y regocijo, (Ver ilustración 2 y 3).



Ilustración 2: Camille Pissarro, Balade à Montmartre

Fuente: www.upf.edu/materials/fhuma/amc/ppts/flaneur.ppt



Ilustración 3: Gustave Caillebotte : le Pont de l'Europe

Fuente: www.upf.edu/materials/fhuma/amc/ppts/flaneur.ppt

Finalmente Baudelaire señala que el *flâneur* no es solo un ser solitario dotado de una gran imaginación, que disfruta la ciudad, la observa, la explora y la vive, viajando siempre a través de una gran masa de hombres; el *flâneur* en medio de su recorrido busca algo, tiene un fin más elevado que el de un simple paseante que siente el placer de la circunstancia y el momento. Para Baudelaire “**El flâneur busca algo que se nos permitirá llamar la modernidad. La modernidad es lo transitorio, lo fugaz, lo contingente, la mitad del arte, cuya otra mitad es lo eterno y lo inmutable**”¹². El *flanèur* es movimiento, por eso mismo se convierte en símbolo de la modernidad, entendida según esto, como aquello que se opone a cualquier estructura, orden y determinación.

¹¹ Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 87,89

¹² Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 93

LE FLÂNEUR

Como producto de alienación propia de la ciudad moderna – la mirada de Walter Benjamin

Posterior a Baudelaire, fue Walter Benjamin quien se interesa nuevamente en la figura del *flâneur*; retomando las definiciones y caracterizaciones de su predecesor, para construir su propia visión basada en una mirada crítica posmoderna, la cual sintetiza en su *Libro de los pasajes* (1982). Benjamin define al *flâneur* como la figura esencial del **moderno espectador urbano**, refiriéndose con esto tanto a su destreza analítica, así como a todo un estilo de vida que de él se desprende; asimismo lo puntualiza a nivel productivo como un detective aficionado y un investigador de la ciudad.

Benjamin entiende el *flâneur* en términos de figura histórica, pero también como una categoría analítica que explica ciertos procesos sociales de la crisis de la modernidad. Considera a este personaje como un **producto de la alienación propia de la ciudad moderna**, del capitalismo y la revolución Industrial, una figura que surge para explicar las luchas de clases y la división del trabajo, así como para describir el fenómeno de la cultura de masas: *“El flâneur es el observador del mercado. Su saber esta cercano a la ciencia oculta de la coyuntura económica. Es el explorador del capitalismo, enviado al reino del consumidor”*¹³. [...] *“El flâneur es un abandonado en la multitud; así comparte la situación de la mercancía. El no es consciente de esta singularidad. Pero no por eso deja esta de tener efecto sobre él, sino que lo atraviesa haciéndolo dichoso como una droga que puede compensarlo por las muchas humillaciones. La embriaguez a la que se entrega quien ejerce la flânerie es aquella de la mercancía, rodeada por la efervescencia de los clientes”*¹⁴.

Para Benjamin el *flâneur* será el sujeto que perciba la modernidad, como experiencia de lo transitorio, lo fugaz, lo fugitivo, según palabras de Baudelaire. Para él, es el símbolo de la constante mercantilización de la vida urbana, un síntoma conceptual de aquellos procesos sociales que posibilitaron su surgimiento y provocaron a su vez su desaparición; en pocas palabras Benjamin rescata la figura histórica y literaria del *flâneur* como parte de su crítica marxista de la modernidad.

¹³ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 431

¹⁴ Walter Benjamin, *El París de Baudelaire*, 2012, pág. 123

LA CALLE

Contexto y hábitat del flâneur

La calle, del tipo de los Pasajes de París, los bulevares o avenidas, o la calle residencial, constituyen el hábitat, el hogar del *flâneur*; ante ella él se siente atraído, y en ella se siente como en casa, un lugar desde el cual puede descubrir y apreciar la diversidad, la masa y el movimiento de la ciudad.

Para el antropólogo Manuel Delgado, la calle constituye el nicho natural de la sociedad urbana, es decir, es el lugar por definición de lo urbano. Delgado define lo urbano como *“el espacio que genera y donde se genera la vida urbana como experiencia masiva de la dislocación y del extrañamiento, de la perplejidad y la estupefacción”* [...] *“un lugar que se hace y se deshace, nicho de y para una sociabilidad holística, hecha de ocasiones, secuencias, situaciones, encuentros y de un intercambio generalizado e intenso de presencias”*¹⁵. En este sentido para Manuel Delgado la calle como espacio de lo urbano, está definida como *“aquel lugar peregrino, espacio-movimiento. Terreno para una cultura inestable y dinámica, elaborada y reelaborada constantemente por las prácticas y discursos de los usuarios”*¹⁶. Según Delgado la calle representa el aspecto de la proyección urbana que fija la imagen más penetrante y memorable de la ciudad, sin embargo, esta a su vez, constituye su dimensión más líquida e inestable: *“Las calles son espacios itinerantes, tierras generales, territorios circulatorios, por donde pueden verse circular todo tipo de sustancias que han devenido flujos”* [...] *“En su seno todo lo que ocurre es heterogéneo, un espacio esponjoso al que apenas nada merece el privilegio de quedarse”*¹⁷.

Por su parte el arquitecto estadounidense Allan Jacobs considera que: *“Una calle es movimiento, mirar, pasar, es el trasiego, sobretodo de personas, de rostros y formas flotantes, de posturas y ropas cambiantes [...] Una calle es una posibilidad de un encuentro; las calles son para todos, trae recuerdos, ofrece la expectativa de contemplar algo agradable; y brinda la oportunidad de encontrarse con personas conocidas y desconocidas y esto es, al fin y al cabo, la principal razón de ser de las ciudades. La calle proporciona la ocasión de un encuentro fortuito que no dure más de un segundo pero que, al mismo tiempo, sea enormemente gratificante”*¹⁸.

En este sentido, de acuerdo a las anteriores definiciones la calle representa ese lugar que es puro movimiento, de lo efímero, de lo fluido, un lugar de encuentro con la sociedad, con la masa, donde se tiene la

¹⁵ Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*, 2007, pág. 12, 16

¹⁶ Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*, 2007, pág. 129

¹⁷ Manuel Delgado, *El animal público*, 1999, pág. 46, 178.

¹⁸ Allan Jacobs, *Grandes calles*, 1996, pág. 15, 17

oportunidad de ver y experimentar lo complejo, lo dinámico y lo heterogéneo de una ciudad; un espacio público que admite cualquier presencia, proceso y comportamiento, que se alimenta de todo sin desechar nada. Con esto se podría decir entonces que el protagonista de la calle, su tipo de habitante, su usuario más emblemático sería el *flâneur*; es decir, el paseante urbano, el transeúnte que solo está de paso, el curioso de la ciudad; un personaje que hace parte constitutiva de esa masa efervescente que podría definirse en palabras de Delgado como lo urbano.

Ahora bien, la calle representa como se dijo anteriormente el hogar del *flâneur*. Walter Benjamin, identifica que en un principio la técnica de los parisinos para habitar las calles, era hacer de ellas un interior: *“Al igual que el callejeo puede transformar completamente a París en un interior, en una vivienda cuyos cuartos son los barrios, que no están claramente separados por umbrales como verdaderas habitaciones, del mismo modo la ciudad puede abrirse también alrededor del paseante como un paisaje sin umbrales”*¹⁹. De esta forma, para Benjamin la calle era algo así como la vivienda del colectivo: *“El colectivo es un ente eternamente inquiero, eternamente en movimiento, que vive, experimenta, conoce y medita entre los muros de las casas, tanto como los individuos bajo la protección de sus cuatro paredes. Para este colectivo, los brillantes carteles esmaltados de los comercios son tanto mejor adorno mural que los cuadros al óleo del salón para el burgués, los muros con el prohibido fijar carteles son su escritorio, los quioscos de prensa sus bibliotecas, los buzones sus bronceos, los bancos sus muebles de dormitorio, y la terraza del café el mirador desde donde contempla sus enseres domésticos. Allí donde los peones camineros cuelgan la chaqueta de las rejas, está el vestíbulo y el portón que lleva de los patios interiores al aire libre, el largo corredor que asusta al burgués es para ellos el acceso a las habitaciones de la ciudad”*²⁰. El *flâneur* que pertenece a ese colectivo, ve en la calle su hogar, su refugio; toda la vitalidad y dinamismo que encierra este espacio, permiten que él se sienta como en casa, es decir en su estado más cómodo, natural y sublime.

Benjamin cita un pasaje de Dickens a quien él llama un tipo de Flaneur, para explicar la importancia que tiene la calle en su experiencia urbana: *“Imposible decir cuánto me faltan las calles. Es como si las calles dieran a mi cerebro aquello que, cuando debe trabajar, le resulta indispensable, mis personajes parecen querer paralizarse cuando no tiene una multitud alrededor”*²¹ En este sentido la calle resulta indispensable para la práctica y la experiencia del *flâneur*, ella se convierte no solo en su hábitat doméstico, sino además en su fuente de inspiración, de iluminación, donde se reinterpreta a sí mismo, se resguarda y donde vive la experiencia de la ciudad. En pocas palabras se podría decir que una calle representa el lugar de y para la *flânerie*.

¹⁹ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 427

²⁰ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 428

²¹ Walter Benjamin, *El París de Baudelaire*, 2012, pág. 116

TRÁNSITO, OSCIOSIDAD Y ANONIMATO

Sobre la experiencia del flâneur en la vida urbana

[El tránsito]

El *flâneur* podría definirse como el transeúnte, es decir, aquella persona que está en constante tránsito. El término transitar según la RAE²² significa pasar, ir de un sitio a otro, transformarse, ir más allá de, transcurrir; de acuerdo a estas definiciones el transeúnte o *flâneur* podría considerarse como aquel ser del umbral, predisposto a lo que salga, a cualquier acontecimiento, vivencia, y experiencia; y que debido a esta condición se encuentra en un trance permanente. El tránsito no solo implica una condición espacial, es decir un desplazamiento o recorrido que permite que se pueda ir de un lugar a otro; sino que además involucra aspectos temporales, ya que la experiencia que se tiene mientras se está en movimiento no es la misma a dos horas distintas del día, ni existe la misma población, ni la misma frecuencia, ni las mismas características físicas y sociales del espacio. De esta forma, se podría decir que la experiencia del *flâneur* como personaje que está en constante movimiento en la ciudad, está condicionada por la casualidad y la indeterminación.

Asociada al tránsito, caminar es la actividad propia del *flâneur*. Manuel delgado, define que “*Caminar realiza la literalidad de discurrir y al mismo tiempo de pensar, hablar, pasar. El paseante hace más que ir de un sitio a otro. Haciéndolo poetiza la trama ciudadana, ya que la somete a prácticas móviles que hacen del plano de la ciudad el marco de una especie de verbosidad hecha con los elementos que se van encontrando a lo largo de la marcha*”²³. Caminar le permite al *flâneur* producir sociedad, esta actividad le brinda la posibilidad de ir descubriendo e interpretando lugares y personajes cambiantes, que van construyendo “lo urbano” de la ciudad.

La movilidad del *flâneur* está también asociada al término del lugar y el no-lugar. El antropólogo Marc Auge, define que “*Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no-lugar*”²⁴. En este sentido los no-lugares para Auge son espacios de confluencia anónimos, donde personas en tránsito deben instalarse durante algún tiempo de espera, generando un mínimo de contacto social; estos espacios convierten a los ciudadanos en meros elementos de conjuntos que se forman y deshacen al azar, y que son representación de la soledad de la condición humana. Sin embargo Manuel Delgado ante este concepto de

²² Diccionario RAE, en <http://lema.rae.es/dpd/>

²³ Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*, 2007, pág. 71

²⁴ Marc auge, *Los “no lugares” espacios del anonimato*, 2000, pág. 41.

lugar y no-lugar considera lo siguiente: “*Marc auge se equivoca al concebir el no-lugar como un lugar de paso y no como el paso por un lugar. Esa trashumancia incansable convierte los lugares en no lugares, la ciudad en una no-ciudad*²⁵ [...] *El no-lugar es un punto de pasaje, que atraviesa los lugares y justo en el momento en que los atraviesa. El no-lugar es el espacio del viajero diario, aquel que dice el espacio, y haciéndolo produce paisajes y cartografías móviles*”²⁶. A partir de esta consideración, el lugar del *flâneur* podría delimitarse como aquel sitio desde el cual él parte, por el que pasa, o al que llega; mientras que el no-lugar representaría lo que ese peregrinaje le produce y que es una manera de pasar y transcurrir, de la que solo queda una estela efímera, una sombra, algo que está destinado a borrarse o ser borrado; así el *flâneur*, debido a su constante tránsito podría ser llamado como un productor de no-lugares.

Finalmente, la actividad del *flâneur* es también un tránsito a la deriva, es decir, sin un rumbo fijo, sin un sitio concreto al cual llegar y por el cual pasar. Ante esto, el filósofo francés Guy Debord miembro de la Internacional Situacionista, introdujo un término llamado *deriva psicogeográfica* (1958) para explicar la apropiación poética de las calles y los cruces de una ciudad. Guy define la deriva como “*Aquella forma de comportamiento experimental ligado a las condiciones de la sociedad urbana, una técnica del paso fugaz a través de ambientes diversos, una forma de conducta caracterizada por la desorientación y la desviación*”²⁷. La deriva es una condición propia del *flâneur*, una forma de ver y experimentar la vida urbana en la que en vez de ser prisionero de una rutina diaria, que a su vez esta condicionada por la producción y la rentabilidad del tiempo, él se plantea seguir sus emociones y mirar a las situaciones urbanas de una forma nueva radical.

[La experiencia sensorial del tránsito]

Manuel Delgado señala que “*salir de la casa es siempre iniciar una aventura en la que puede producirse un encuentro inesperado, una escena insólita, una experiencia inolvidable, una revelación imprevista, el hallazgo de un objeto prodigioso*”²⁸. Así para el *flâneur*, salir a la calle y transitar representa esa búsqueda constante de la iluminación, una experiencia urbana de lo embriagante y lo sorprendente.

El laboratorio de arte urbano Stalker/Osservatorio Nomade, acuña el término *transurbancias*: “*Transitar entre lo que es seguro y cotidiano y lo que es incierto, por descubrir; genera una sensación de desazón, un estado de aprehensión que conduce a la intensificación de las capacidades perceptivas, así el espacio asume un*

²⁵ Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*, 2007, pág. 69

²⁶ Manuel Delgado, *El animal público*, 1999, pág. 41

²⁷ Tomado de Manuel Delgado, *El animal público*, 1999, pág. 188

²⁸ Manuel Delgado, *El animal público*, 1999, pág. 187

*sentido por doquier*²⁹. La trasurbancia es una actividad inherente al *flâneur*, esta le permite explorar recorridos inéditos, llenos de contradicciones y a su vez de armonías; los cuales le permiten ir afinando sus capacidades perceptivas para ir interpretando y clasificando todo aquello que observa. Manuel Delgado señala que todos los transurbanos están en condiciones óptimas para recibir la naturaleza singular de la ciudad, ya sea mediante el merodeo por sus calles o a una rápida primera impresión.

De este modo, en la experiencia de tránsito del *flâneur* una de las principales actitudes asociada a las trasurbancias es la perplejidad. Baudelaire señala que la perplejidad del flaneur es como la de un niño: *“El niño todo lo ve como novedad; está siempre embriagado. Nada se parece más a lo que se llama inspiración que la alegría con que el niño se impregna de la forma y el color”*³⁰. Baudelaire ve al *flâneur* como un hombre-niño que permanece en todo momento con la vista extasiada, una percepción infantil, aguda, mágica e ingenua, que se alimenta de la riqueza sensorial de la ciudad.

Sin embargo, a pesar de esta riqueza sensorial que el *flâneur* experimenta cuando transita en la ciudad; El filósofo y sociólogo alemán Georg Simmel, en su ensayo *La metrópolis y la vida mental (1903)* identifica que una de las consecuencias que puede traer el cumulo excesivo de experiencias sensoriales derivadas de la condición urbana, es la indiferencia: *“No existe otro fenómeno síquico que sea tan exclusivo a la metrópoli como la actitud blasée. Esta actitud resulta de los estímulos a los nervios, tan rápidamente cambiantes y contrastantes. Al igual que una vida de goce descontrolado trae como consecuencia la indiferencia, por excitar los nervios durante demasiado tiempo provocando que se vuelven incapaces de reacción alguna; así también las impresiones más inofensivas, debido a la velocidad y contraposición de sus cambios, obligan a respuestas que desgarran los nervios y que al quedarse en el mismo ambiente, no tienen tiempo para acumular otras nuevas”*³¹. De esta forma, esa complejidad sensorial a la que día a día se somete el *flâneur*, puede derivar en una capacidad adquirida para volverse indiferente a ella, en parte como una forma de subsistencia ante las presiones que puede causar tal exceso de información.

[La ociosidad]

La ociosidad fue una de las primeras características que Baudelaire atribuyo al *flâneur* para explicar su experiencia en la vida urbana moderna. Sin embargo fue Walter Benjamin quien años más tarde, realiza un análisis crítico a esta condición, al identificarla como una especie de protesta contra un ritmo de vida orientado únicamente hacia la producción.

²⁹ Francesco Careri, *Walkscapes: El andar como práctica estética*, 2002.

³⁰ Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*, 2008, pág. 83

³¹ Georg Simmel, *La Metrópoli y la vida mental*, 1903, en <http://www.bifurcaciones.cl/004/reserva.htm>

El *flâneur* es un personaje que tiene el privilegio de salir cuando nada le obliga y seguir su inspiración; camina, y recorre las calles y lugares desconocidos, hasta tener la sensación de que el tiempo ha desaparecido, ya que este se ha visto congelado en la contemplación de sucesivas escenas. Victor Fournel, en su libro *Lo que uno ve en las calles de París* (1867), dedicó un capítulo al “*arte del vagabundo*”³², para Fournel no hay nada perezoso en ese deambular recreativo que realiza el *flâneur*, sino más bien este constituye un modo de aprehender la compleja riqueza del paisaje urbano.

Por su parte Benjamin dice que “*si el estudiante nunca acaba de aprender y el jugador nunca tiene bastante, entonces el flâneur siempre tiene algo que ver. La ociosidad se orienta a una duración ilimitada que escapa fundamentalmente del mero gozo sensible*”³³. De esta forma identifica que la actividad del *flâneur* aparentemente inútil e improductiva en términos mercantilistas, es una actividad que da pie al pensamiento, al trabajo intelectual y a cierta forma de resistencia que él hace: “*la ociosidad del flâneur es una manifestación contra la división del trabajo*” [...] “*Una de las ideas básicas del callejeo es que el fruto de la ociosidad tiene más valor que el del trabajo. Es sabido que el flâneur emprende estudios*”³⁴. Así para Benjamin la actividad del *flâneur* emplea su ociosidad de dos formas, como una manera de protestar contra la división del trabajo que convierte a la gente en especialistas de algo y como una forma de protesta contra su productividad.

Benjamin considera que la productividad en la ociosidad del *flâneur*, se ve sustentada en primer lugar en su actividad de detective: “*La figura del detective se halla preformada en la del flâneur, tuvo que ser importante para el flâneur la legitimación social de su hábito. Le convenía mucho ver que su indolencia se presentaba como apariencia bajo la cual, se ocultaba la aguda atención de un observador que no pierde de vista a los desprevenidos criminales*”³⁵. Para Benjamin, a través de esta figura de detective que busca mantener la paz y la seguridad en las calles de la ciudad, el *flâneur* legitima la ociosidad que le caracteriza; de esta forma, debido a que el detective construye formas de reaccionar que corresponden al ritmo de la gran metrópoli, su presencia en la calle, el tránsito, se vuelve vital y productivo.

En segundo lugar, Benjamin identifica que: “*La base social del callejeo es el periodismo. Es como flâneur, que el literato se entrega al mercado para venderse. Aun siendo así, esto no agota el aspecto social del callejeo. Sabemos, dice Marx - que el valor de toda mercancía está determinado por la cantidad de trabajo materializado en su valor de uso, por el tiempo de trabajo socialmente necesario para su producción- El periodista trabaja en tanto flâneur, como si lo supiera. El tiempo de trabajo socialmente necesario para*

³² Tomado de Walter Benjamin, *El París de Baudelaire*, 2012

³³ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 805

³⁴ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 432, 456

³⁵ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 445

*producir su fuerza de trabajo es relativamente elevado, al aceptar que sus horas de ocio en el bulevar aparezcan como una parte de ese trabajo, las multiplica y con ello el valor de su propio trabajo*³⁶. La ociosidad es una condición de la producción artística del *flâneur*, así cuando sus pasos se acercan, el lugar entra en actividad. Cuando el *flâneur* sigue a las personas en persecuciones visuales y auditivas, asume el papel del periodista, la observación y la escucha se convierten en materia prima para su producción; de esta forma legitima su papel y su valor en un mundo moderno orientado principalmente hacia la producción.

[La sociedad de masas y el anonimato]

Una de las características propias de la metrópolis es la sociedad de masas. Baudelaire, señala que el *flâneur* desempeña un doble papel en la vida ciudadana, por un lado mezclándose con la multitud de la calle y por otro manteniendo su condición de observador y espectador de dicha masa. De este modo, la postura de ser "parte de algo" y estar "aparte de ese algo", señala la actitud y el comportamiento del *flâneur* frente a esa masa urbana que lo envuelve.

Baudelaire considera que cuando el *flâneur* se mezcla con la multitud en la calle, esta le permite experimentar enfebrecidos placeres y misteriosas embriagueces, convirtiendo el ajetreo diario de las calles en un inmenso depósito de electricidad. Sin embargo Para Georg Simmel, cuyas investigaciones se basan en la reflexión sobre la creciente complejidad de la vida en las ciudades modernas; la naturaleza alterada, conflictiva y fluctuante de las metrópolis, contribuye a la creación de nuevos vínculos sociales y nuevas actitudes hacia el prójimo, los cuales obligan al individuo a guardar cierta reserva e indiferencia ante esa gran masa social: *"Tensionado por un ritmo vertiginoso e imposible de esquivar, el urbanita comienza a configurar un tipo de personalidad moderno, capitalista, indiferente y reservado; un tipo de personalidad caracterizado por la intensificación de los estímulos nerviosos"*³⁷. De esta forma Simmel identifica cómo la personalidad del *flâneur*, se acomoda y se ajusta a las exigencias de la vida urbana; su autoconservación frente a la gran ciudad demanda de él un comportamiento de naturaleza social reservada, ya que si él respondiese positivamente a todas las innumerables personas con quien tiene contacto en su actividad, se vería atomizado internamente y sujeto a presiones psíquicas inimaginables. Para Simmel una de las principales formas de socialización en las grandes ciudades es la disociación del otro, es decir, el desarrollo de estrategias para relacionarse con el otro de manera distante, aunque se esté inmerso en la multitud; está en parte, es la actitud que toma el *flâneur* frente a la masa.

³⁶ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 449

³⁷ Georg Simmel, *La Metrópoli y la vida mental*, 1903, en <http://www.bifurcaciones.cl/004/reserva.htm>

Además de la reserva, el *anonimato* es una de las actitudes propias de la experiencia en la sociedad de masas. Para Baudelaire el *flâneur* es aquel personaje que ve el mundo, está en el mundo, pero permanece oculto en el mundo; un personaje que goza en todas partes de su anonimato. Por su parte Walter Benjamin señala que: *“La masa en Baudelaire se sitúa como un velo ante el flâneur, es la más reciente droga del que ha quedado en soledad. Borra toda huella del individuo, es el más reciente asilo del proscrito. Es el más reciente e inescrutable laberinto en el laberinto de la ciudad. Mediante ella se imprimen en la imagen de la ciudad rasgos atónicos hasta entonces desconocidos”*³⁸. Cuando *flâneur* sale a la calle es la multitud ese velo tras el cual la ciudad se vuelve un lugar íntimo, como una fantasmagoría, un misterio que lo atrapa y le hace señas. El *flâneur* solo puede ser anónimo en la multitud, ya que nunca se está más cerca de desaparecer que fundido con la multitud de los actores urbanos. Sin embargo esta destreza para desvanecer enigmas urbanos, no es tanto por una suerte de don natural, sino por las circunstancias en las que interactúa con la ciudad, es su sistema de defensas que lo descarga de la excesiva influencia de los otros y de la estandarización de su propio ser.

Para Manuel Delgado, tanto la reserva como el anonimato son dos actitudes necesarias que ayudan al individuo a ser competente para conducirse y adaptarse a la vida urbana: *“El papel de la reserva es estratégico en las relaciones en público, ya que los protagonistas de la interacción transitoria apenas se conocen o no se conocen y así reciben la posibilidad de albergarse tras una capa de anonimato, una capa protectora contra su verdadera identidad e intenciones”*³⁹. De esta forma, el *flâneur*, como personaje que conforma sociedades provisionales, puede aplicar todo tipo de técnicas relacionales basadas en la simulación y la ambigüedad, impresiones que constituyen los únicos indicios que permiten de manera defectuosa conocer los interlocutores, sus acciones y objetivos. El *flâneur* puede ser considerado entonces como un ser de la indefinición, un enigma que camina cuya personalidad es indescifrable, que permanece anónimo para no ser evaluado, por nada que no sea su habilidad para reconocer cual es el lenguaje de cada situación y adaptarse a ella. Así, el *flâneur* teniendo la capacidad de elevarse a la calidad de desconocido, puede llevar a cabo hábilmente las interacciones constantes y multiformes de que está compuesta la vida urbana que día a día experimenta.

³⁸ Walter Benjamin, *Libro de Los Pasajes*, 2005, pág. 449

³⁹ Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*, 2007, pág. 183

PARADIGMAS DE LA CIUDAD ACTUAL

El fin del flâneur como personaje urbano

Se podría decir que la ciudad contemporánea está caracterizada por tres dinámicas que empobrecen su vida urbana: los paradigmas de la ciudad global, la ciudad abandonada y la ciudad privatizada. Todas estas dinámicas tienen en común, el hecho de que son el resultado de un estilo de vida que **la sociedad de consumo** ha impuesto como forma de vivir la ciudad.

La arquitecta Zaida Muxí define **la ciudad global** como *“aquella que se entiende simplemente como una mercancía y no como un complejo producto social, político y económico; y cuyo desarrollo está en manos de los empresarios” [...]* *“La estructura territorial de este modelo es la vida en los suburbios, la dispersión de actividades, la no urbanidad de las relaciones. Sus paradigmas urbanos son el centro comercial, los barrios cerrados de viviendas y las escenografías metropolitanas de los barrios de negocios, la cultura de lo masivo, lo controlado y segregado”*⁴⁰. La ciudad global según Josep Maria Montaner y Zaida Muxí viene acompañada por una cultura y un estilo de Vida basura o **slow food**: *“La calidad de vida tiene que ver con disponer de tiempo y tranquilidad para disfrutarla, por el contrario la vida basura tiene que ver con el exceso, el consumo (el usar y tirar), la vida acelerada y las sociedades informatizadas”*⁴¹.

En este sentido la ciudad global condena la imagen de la ciudad como espacio público, como sistema de lugares significativos, como heterogeneidad y como encuentro con la sociedad. Esto trae como consecuencia un fenómeno de abandono de la ciudad, de **agorafobia urbana**. La agorafobia como enfermedad urbana contemporánea, vienen expresada en el **urbanismo defensivo**, el cual evidencia el crecimiento de una tendencia hacia la privatización, simulación y el control de la vida urbana. Zaida Muxí identifica que el urbanismo defensivo se encamina hacia una búsqueda de ciudades de iguales, de espacios controlados que separan al extraño, al otro, que se convierte en elemento peligroso: *“La propuesta genérica es vivir en una burbuja que adquiere variadas formas y usos pero que, consiste en espacios simulados y protegidos; una ciudad simulada” [...]* *“Zonas seguras de felicidad controlada, la construcción de simil-ciudades donde se representan situaciones de algo que puede imaginarse que fue, basado en referencias de imágenes que la publicidad invoca y valida para que nos sintamos en un lugar conocido y por tanto seguro”*⁴². El urbanismo defensivo lleva al ciudadano a vivir en un tipo de barrios cerrados, que son lugares de acceso restringido, y

⁴⁰ Zaida Muxí, *La arquitectura de la ciudad global*, 2004, pág. 27,46

⁴¹ Josep M. Montaner y Zaida Muxí, *Arquitectura y política*, 2011, pág. 107

⁴² Zaida Muxí, *La arquitectura de la ciudad global*, 2004, pág. 17, 67

que constituyen vulgarizaciones de una vida feliz, utópica y sedada, donde se ha eliminado lo incierto y lo imprevisible de la vida urbana, lugares donde se pierde la diversidad de la ciudad.

Por último, la mayor consecuencia que la sociedad de consumo ha dejado en la ciudad actual son **los espacios de consumo**, donde el centro comercial tiene su papel protagónico como espacio para el tiempo libre, el ocio, el entretenimiento y la socialización; como lugares donde se mercantiliza la vida urbana. Para el filósofo español José Miguel G. Cortés, *“Los centros comerciales responden con aquello que la ciudad ha dejado de poseer: entornos limpios, seguros y a escala humana, donde la gente pueda pasear y ver a otra gente. No encarnan visiones de lo ideal, sino que colman fantasías pedestres ante un espacio público peligroso, polucionado y sin placer; las seducciones y manipulaciones de estos centros nos hacen creer en un mundo de sueños, donde el orden prevalece dentro de un contexto de caóticas diferencias”*⁴³. Los espacios de consumo invaden con su control los espacios públicos, las calles pertenecen a las tiendas y centros comerciales y no a la ciudad y el ciudadano, son espacios donde todo es una historia prevista, con una vida embalsamada y vacía del impulso vital de la sociedad y sus diferencias.

Zaida Muxí identifica que: *“La dominación de la naturaleza y de cualquier imprevisto, el no riesgo, y la necesidad de sentirse contenido por un espacio previsible y sin diferencias son características sociales que definen la arquitectura que se produce y se propaga”*⁴⁴. Los centros comerciales son replicas y simulacros de las situaciones urbanas que antes se daban en los espacios públicos, pero ahora manejadas de forma controlada, privatizada y orientada hacia todo tipo de consumo; parafraseando a José Miguel G. Cortés, son espacios donde se escenifica el espectáculo en el que se ha convertido la experiencia cotidiana, una vida urbana encerrada y puesta bajo llave en un espacio privado de consumo.

Estos espacios dejan como resultado que **el shopping** sea una de las últimas formas de actividad pública que las personas realizan, capaz de colonizar e incluso reemplazar casi por completo todos los aspectos de la vida urbana. Para José Miguel G. Cortés esto es *“la mercantilización de las experiencias de la vida por medio del consumo y el entretenimiento. Así, la gente es socialmente integrada y seducida mediante la dependencia del mercado, el consumo y los lugares donde se lleva a cabo, se convierten en estructuras que canalizan el comportamiento y la conducta de las masas; y en elementos fundamentales del mantenimiento del orden social”*⁴⁵.

⁴³ José Miguel G. Cortés, *Políticas del espacio: arquitectura, género y control social*, 2006, pág. 80

⁴⁴ Zaida Muxí, *La arquitectura de la ciudad global*, 2004, pág. 14

⁴⁵ José Miguel G. Cortés, *Políticas del espacio: arquitectura, género y control social*, 2006, pág. 75

Para Walter Benjamin, **el flâneur conoce su fin con la llegada de la sociedad de consumo**. Una sociedad que inicia en la modernidad con los Pasajes de París, donde el flâneur tiene sus orígenes; y que al mismo tiempo representa su forma de desaparición gradual, hasta llegar a la ciudad actual donde tiene sin lugar a duda su máxima expresión.

Benjamin señala que: *“Si el pasaje es la forma clásica del interior, tal como se le presenta al flâneur, su forma en decadencia es el bazar (el centro comercial). Los grandes almacenes son la última comarca del flâneur. Si al principio la calle se había vuelto un interior para él, luego este interior se convirtió en calle, y el flâneur daba vueltas por el laberinto de las mercancías como antes por el de la ciudad”*⁴⁶. La calle que para el flâneur era un paisaje, una habitación y un depósito de electricidad, entro en declive con la construcción de los grandes almacenes, que aprovecharon la propia flânerie, el arte del vagabundeo, del caminar sin rumbo y a la deriva, para vender su mercancía y de esta forma someter al flâneur a la sociedad de consumo.

La calle como lugar donde no hacer nada en términos de consumo, de ociosidad, o como lugar de no producción, ha venido perdiendo su presencia, dando paso al centro comercial donde todo es económicamente rentable; en este sentido, el flâneur deja de ser ese ciudadano, el paseante, el explorador y espectador urbano, para convertirse en un voyeur de escaparates, en un visitante-consumidor de la ciudad. La sociedad de consumo tal como lo idéntica Benjamin representa la muerte del flâneur; en un mundo que no admite el paseo improductivo, donde solo se camina para dirigirse a algún lugar concreto, donde se tiene algo lucrativo para hacer; la actividad del flâneur, el transito a la deriva, se torna entonces en un acto cuestionable, desde estas estructuras sociales poco amantes de la espontaneidad.

Finalmente José Miguel G. Cortés señala que *“En la sociedad de consumo se instala un nuevo tipo vida urbana basada en un imperativo que somete la propia vida a la experiencia del test continuo, del control”* [...] *“esto se paga con una falta absoluta de intimidad, con la pérdida de la libertad y con la ausencia de privacidad de las actitudes. Pues no solo las entradas, salidas y desplazamientos están vigilados, sino que también están controladas las formas de vida, y los comportamientos personales, que deben ser acordes a los que la mayoría consideran pertinentes”*⁴⁷. Así el flâneur pierde su individualidad, ese anonimato que le sirve para desplazarse entre la multitud; asimismo pierde su ociosidad, porque ya sus recorridos son controlados y predeterminados por el consumo; y lo más importante pierde su vitalidad, esa energía que representa para él la ciudad como algo heterogéneo, pues todo se vuelve un teatro, una simulación de la vida urbana donde todo es predecible y ya no hay cabida para la sorpresa y la estupefacción natural y cotidiana.

⁴⁶ Walter Benjamin, *El París de Baudelaire*, 2012, pág. 122

⁴⁷ José Miguel G. Cortés, *Políticas del espacio: arquitectura, género y control social*, 2006, pág. 84,95

CONCLUSIONES

El flâneur como personaje urbano, es un ser lleno de ambigüedades y complejidad. Por un lado Baudelaire lo describe como ese artista-poeta, como ese explorador y observador ciudadano, cuyas características y actitudes representan esa visión a veces un tanto romántica y poética de la modernidad. Por otro lado Walter Benjamin, desde su visión posmoderna lo describe como esa figura que representa en muchos aspectos la crisis de esa modernidad, del capitalismo, de la producción, de la sociedad de masas y de la pérdida de la individualidad.

Sin embargo, lo que es innegable es que más allá de estas posturas, el *flâneur* constituye una referencia hacia una figura activa de la vida cotidiana, de un caminante urbano, un paseante, que vive la ciudad, que la observa, la descifra y la interpreta, y que va en contra de la prisa, de la uniformidad, de la producción y el consumo que le impone la vida moderna. El flâneur tiene una relación esencial con la ciudad, él admira el espectáculo de la ciudad, deambula por ella dispuesto siempre al ocio, al ensueño, a la sorpresa y a la embriaguez de cada momento.

En este sentido, el hecho de que hoy en día la sociedad de consumo, haya puesto fin a este tipo de personajes, impide incluso que cualquiera de nosotros mismos pensemos en ser uno de ellos; ya que en una sociedad donde el espacio e incluso la misma actividad urbana están pensados solo en términos de control, mercantilización y aprovechamiento productivo, no hay cabida para la actividad del *flâneur*. La pregunta sería entonces ¿cómo regresar esa figura a la ciudad?, no como esa visión del visitante-consumidor, producto del capitalismo; sino más bien, como ese paseante filosófico, cuyo trabajo intelectual sobre la ciudad, podría tener incluso mucho más valor, al aportar con su actividad a la construcción de una vida urbana justa, enriquecedora y sustentable, que permita a sus participantes conservar su intimidad, su identidad, su anonimato y libertad.

Así mediante este ensayo, se establece un punto de partida a nivel teórico, para determinar una nueva forma de comprender y habitar la ciudad desde la perspectiva del *flâneur*, ya que su presencia en las calles se vuelve vital, como un primer nivel de contacto social dado a través de la observación casual; de este modo, en pocas palabras se podría concluir que la flanerie, ese tránsito ocioso y a la deriva por la ciudad, constituye un factor fundamental para construir vida urbana y por ende sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGÉ, Marc (2000). *Los “no lugares” espacios del anonimato: una antropología de la sobremodernidad*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- BAUDELAIRE, Charles (2008). *El pintor de la vida moderna*. Editorial Langre, España.
- BENJAMIN, Walter (2012). *El París de Baudelaire*. Editorial Eterna Cadencia, Buenos Aires.
- BENJAMIN, Walter (2005). *Libro de los pasajes*. Ediciones Akal, S.A., España.
- CARERI, Francesco (2002). *Walkscapes: El andar como práctica estética*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- DELGADO, Manuel (2007). *Sociedades movedizas: pasos hacia una antropología de las calles*. Editorial Anagrama S.A, Barcelona.
- DELGADO, Manuel (1999). *El animal público*. Editorial Anagrama S.A., Barcelona.
- G. CORTÉS, José Miguel (2006). *Políticas del espacio: arquitectura, género y control social*. Editorial Actar, Barcelona.
- JACOBS, Allan B (1996). *Grandes Calles*. Publicaciones de la Universidad de Cantabria, Madrid.
- MONTANER, Josep M y MUXÍ, Zaida (2011). *Arquitectura y política*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- MUXÍ, Zaida (2004). *La Arquitectura de la Ciudad Global*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

- Edgar Allan Poe, *El hombre de la multitud*, en
http://www.bifurcaciones.cl/006/bifurcaciones_006_reserva.pdf
- George Simmel, *La Metrópolis y la vida mental*, en
<http://www.bifurcaciones.cl/004/reserva.htm>
- Diccionario RAE, en
<http://lema.rae.es/dpd/>
- Flâneur, en
<http://www.wordreference.com/>

