

Nostalgia y capitalismo tardío:

Los espacios liminales como producto cultural nostálgico



Universidad de Valencia

Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación

Máster en Pensamiento Filosófico Contemporáneo, 2023-2024

Julio de 2024

Trabajo Fin de Máster

Presentado por:

Diego Giménez Vila

Tutora del trabajo:

Vanessa Vidal Mayor

Resumen

En la presente investigación examinaremos la cuestión de la nostalgia como un síntoma social, mostrando cómo el capitalismo tardío se instaaura como el contexto posibilitador de dicha nostalgia. Es a partir de los productos culturales generados *en y a partir* del capitalismo tardío que la nostalgia emerge como una respuesta intergeneracional, como un excedente generado por el paso del tiempo en nuestro particular contexto histórico.

Además de estudiar esta relación entre la nostalgia y el capitalismo tardío, en la segunda parte de nuestro trabajo analizaremos de cerca el reciente fenómeno artístico de los “espacios liminales”. Si repararemos especialmente en este fenómeno, no es tan solo por la creatividad y potencia de dichas imágenes, sino también porque estos se manifiestan como una expresión concreta de la nostalgia socialmente extendida. Además, como veremos, este fenómeno artístico se vincula estrechamente con los espacios del capitalismo tardío.

A modo de síntesis, el presente trabajo pretende elaborar la intersección entre nostalgia, capitalismo tardío y espacios liminales. A partir de estos tres elementos, a priori extraños entre sí, trazaremos un recorrido en el que veremos como se complementan necesariamente en sus determinaciones. Por medio de diferentes autores y disciplinas abordaremos esta preocupación filosófica y social, analizando los diversos aspectos que intervienen con el fin de señalar aquello que está en juego a la hora de comprender este suceso propio de nuestras sociedades.

ÍNDICE

Introducción	2
PARTE 1: La nostalgia en el capitalismo tardío	
1. Nostalgia: De la patología, a la emoción y al síntoma	4
2. Crítica cultural y capitalismo	9
2.1. Contexto cultural e integración de la sociedad de consumo como realidad social	10
2.2. Posmodernidad: Su problemática identidad y su difícil estatuto	15
2.3. Compromiso teórico con el concepto de “capitalismo tardío”	22
3. Nostalgia y crítica cultural	24
3.1. Adicción a lo retro y obsesión por el pasado	26
3.2. Hauntología: Los fantasmas del pasado	36
PARTE 2: Espacios liminales, nostalgia y capitalismo tardío	
4. Espacios liminales: Contextualización del fenómeno artístico	44
4.1. Características de los espacios liminales	48
4.2. Nostalgia y estéticas de internet	54
5. Los no lugares como arquetipo de los espacios liminales	61
6. La producción del espacio en el capitalismo tardío	68
Conclusión	73
Bibliografía	77
Webgrafía	78
Imágenes empleadas	80

Introducción

La temática de nuestra investigación nace de una emergencia interior, de la sensación del autor de atender a una preocupación filosófica y del intento de señalar una realidad social cada día más patente. Si la nostalgia permea cada vez más nuestras vidas, no es algo casual ni tampoco irrelevante. Cada persona, con su particular personalidad y temperamento, podrá vivirla en un mayor o menor grado. Desde luego, algunos más que otros, pero eso al final del día es algo secundario. Consideramos que atender a este suceso es algo de suma importancia, puesto que la incidencia que esta tiene sobre nuestras vidas es real, y la forma y los motivos que la acompañan son inéditos.

El modo de tratar la nostalgia durante nuestro ensayo, no será desde la demonización de la emoción, ni tampoco desde la apología de la misma. Realmente, es desde la perplejidad. Atendiendo a nuestra historia, tal y como mostraremos en el primer capítulo, la nostalgia aparece en nuestras vidas siempre como un problema, como una respuesta y como un reto psíquico en nuestras sociedades. Más allá de que algunos seamos más nostálgicos que otros, la realidad es que la nostalgia está presente en nuestras formas de vida y en nuestra temporalidad dislocada. El modo en el que vivimos, en nuestro particular contexto —el del capitalismo tardío, como sostendremos posteriormente—, empuja y posibilita esta emoción más que en otros momentos históricos. A pesar de no ser una patología, cosa que sí fue en sus inicios como explicaremos, su presencia e insistencia es incómoda y dice algo de nosotros como sociedad que, tal vez, no queramos saber. Si la nostalgia está más presente que nunca, y ha venido para quedarse de un modo recurrente, deberemos preguntarnos el por qué de ello. En nuestro estudio vamos a tratar de aproximarnos a este fenómeno como si de un síntoma se tratase, una reacción inconsciente que aparece en los individuos y que, al generalizarse, se revela como un síntoma social.

Más allá de su tratamiento como síntoma, nuestro acercamiento no será tan osado de tratar de buscar soluciones. Lo más cercano que podremos hacer es presentar con detalle el problema y, tal vez, señalar ciertos motivos de su origen multifactorial. En realidad, este síntoma está enquistado y es dependiente de nuestro sistema socioeconómico, nuestra lógica cultural, nuestro ritmo de vida y nuestros avances tecnológicos. De modo que, lejos de proponer una solución, trataremos de colocar las fichas de los principales agentes que están en juego. Sin embargo, como adelantamos y desarrollaremos, nuestro contexto socioeconómico sin precedentes es el artífice que posibilita la producción y reproducción de la nostalgia en masa.

Por otro lado, nuestro interés será también el de mostrar un fenómeno artístico reciente, surgido en el año 2019. Si nos interesa el fenómeno de los llamados “espacios liminales” es porque ilustra y ejemplifica una serie de manifestaciones artísticas que han estado surgiendo a partir del inmenso océano de Internet. Diferentes géneros y movimientos artísticos que tienen la nostalgia como el eje central que los constituye, una gran cantidad de estilos y géneros de todo tipo que son ampliamente compartidos y que tanto por su originalidad como por su capacidad de asombro han sido abrazados masivamente por el público. Nuestra investigación tratará de atender a este fenómeno en su particular idiosincrasia y, sobre todo, leerá en esta manifestación artística la expresión de los motivos latentes de nuestro objeto de estudio: la cuestión de la pujante nostalgia en nuestra cultura.

En definitiva, el interés de nuestra investigación, más allá de lo brevemente expresado, nace del intento de señalar ciertas conexiones tácitas entre tres cuestiones que consideramos de gran interés y actualidad: la nostalgia, el capitalismo tardío y los espacios liminales. Si estos tres bloques temáticos nos interesan es porque reúnen una serie de atributos que, a nuestro juicio, les hace pertenecer a una embrollada trama policial¹. La nostalgia por un lado se revela como el síntoma, el capitalismo tardío se muestra como la causa directa e indirecta de dicho síntoma y los espacios liminales manifestarían la expresión de tal síntoma. A continuación, trataremos de resolver, o alumbrar, este entramado que nos requerirá diversificar los capítulos en diferentes temáticas, autores y áreas de investigación. Dicho esto, no adelantaremos más, dejaremos que los diferentes tópicos y tesis aparezcan y se desplieguen con la finalidad de construir un edificio teórico alrededor de la complicidad oculta de estas tres cuestiones mencionadas.

¹ “Un libro de filosofía debe ser, por un lado, una especie muy particular de novela policial, y por otro, una suerte de ciencia ficción. Con novela policial queremos decir que los conceptos deben intervenir, con una zona de presencia, para resolver una situación local. Ellos mismos cambian con los problemas. Tienen esferas de influencia, donde actúan, lo veremos, en relación con ‘dramas’ y por intermedio de una cierta ‘crueldad’. Deben poseer, entre sí, una coherencia, pero esta coherencia no debe provenir de ellos: deben recibirla desde otra parte”, Deleuze, G. *Diferencia y repetición*, Buenos aires: Amorrortu editores, 2017, p. 17.

PARTE 1: La nostalgia en el capitalismo tardío

1. Nostalgia: De la patología, a la emoción y al síntoma

Yo, a caballo, por su sombra
busqué mi pueblo y mi casa.
Entré en el patio que un día
fuera una fuente con agua.
Aunque no estaba la fuente,
la fuente siempre sonaba.
Y el agua que no corría
volvió para darme agua.

~ Rafael Alberti²

La añoranza es una emoción que siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. En distintas culturas, con diferentes matices y términos, el acto de añorar algo o alguien es un sentimiento propiamente humano en el amplio espectro de emociones³. Sin embargo, la nostalgia propiamente entendida podemos aseverar que es un concepto relativamente reciente. Para ser exactos, en 1688 el médico suizo Johannes Hofer acuñó el neologismo “nostalgia” para tratar de señalar una enfermedad que afectaba especialmente a los soldados que se encontraban lejos de su tierra natal. La creación de dicho concepto recoge las palabras griegas *nostos* (“regreso al hogar”), y *algia* (“dolor, sufrimiento”)⁴. A través de esta acertada terminología, Hofer diagnostica este fenómeno que aquejaba en contextos tan específicos como el exilio. De este modo, la nostalgia comenzó viéndose como una enfermedad que incapacitaba a estar al pie del cañón en la batalla. A los soldados se les prohibía cantar canciones populares debido a la posibilidad de fomentar un brote de nostalgia y, por ende, bajar el ánimo de los combatientes. La nostalgia era tomada como un problema real hasta el punto de llegar a situaciones extremas como la que expone Svetlana Boym:

² Alberti, R. “Canción 8”. *Antología poética*. Córdoba: Ediciones del Sur, 2003, p. 29.

³ Queremos remarcar que emplearemos tanto el concepto de “emoción” como el de “sentimiento”. No obstante, queremos puntualizar que en psicología una emoción y un sentimiento no son exactamente lo mismo, a pesar de estar íntimamente relacionados. La emoción implica una reacción psicológica y fisiológica inmediata a un estímulo específico, mientras que el sentimiento resultaría de la experiencia subjetiva y consciente de una emoción.

⁴ “En términos estrictamente etimológicos, descubriremos que la palabra *nostalgia* vendría a emparentar el regreso con el dolor, hasta devolvernos un término compuesto en el que podríamos conjugar, de forma tan fecunda como ambigua, la implicación de ambas nociones. En puridad, la nostalgia podría ser un dolor que regresa, un dolor por el regreso, el regreso del dolor, o el regreso que genera aquello que no regresa”, Garrocho, D. *Sobre la nostalgia: Damnatio memoriae*. Madrid: Alianza Editorial, 2019, p. 64.

En 1733, la nostalgia había golpeado al ejército ruso nada más adentrarse en Alemania, y la situación había llegado a extremos tan alarmantes que el general al mando de las tropas se había visto obligado a poner en práctica un tratamiento radical con el fin de combatir el virus de la nostalgia y había amenazado a sus soldados con «enterrar vivo al primero que cayera enfermo». [...] El castigo se había puesto en práctica en dos o tres ocasiones, y nadie más en el ejército ruso se había vuelto a quejar de nostalgia.⁵

A ojos de un observador actual la actuación de este general no tan solo es bárbara y desmesurada, sino que también impresiona el hecho de que el desencadenante de tal acto sea a día de hoy una emoción. Es un claro ejemplo de cómo algo que hoy podemos tener muy normalizado en su día pudiera sacudir la sociedad de su época. Sin embargo, la nostalgia a la que dio nombre Hofer tenía remedio: el regreso a la tierra natal, volver a encontrarte en tu hogar y con tus seres queridos. No ocurre lo mismo con la nostalgia actual, ya que esta es incurable. Tal y como expresa Simon Reynolds, “la nostalgia, en el sentido moderno, es una emoción imposible o por lo menos incurable: el único remedio sería viajar en el tiempo”.⁶

Vemos que la historia de la nostalgia es compleja, a día de hoy a pesar de no ser una enfermedad, es una emoción ambigua y conflictiva. Por un lado es reconfortante y satisfactoria, ya que nos devuelve las imágenes de aquello que quisimos. Por otro lado es dolorosa e incómoda, puesto que nos devuelve el objeto perdido y nos lo quita como un caramelo a un niño. De este modo debemos entender que la nostalgia, antes y ahora, es objeto de discusión e interrogantes en diversas disciplinas. Una emoción que nos conduce del presente hacia el pasado, rumiando hipnóticamente aquello que fue feliz para uno mismo. La nostalgia como emoción, si es incurable es porque es temporal⁷. Al contrario de la nostalgia como enfermedad que dependía del espacio, era un regreso físico, un lugar físico al que acudir de vuelta, un “regreso al hogar” real. La nostalgia como emoción sabe amargamente que nada volverá a ser como antes, que el retorno a un espacio amado se encuentra atravesado por la disonancia temporal. El regreso sería el recuerdo⁸ virtual de aquello que fue, pero no nos devolvería la experiencia originaria que es anhelada por el recuerdo.

⁵ Boym, S., *op. cit.*, p. 28.

⁶ Reynolds, S. *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra, 2012, p. 24.

⁷ “La difusión de la nostalgia no solo tuvo que ver con una dislocación en el espacio, sino con un cambio en la forma de concebir el tiempo”, Boym, S., *op. cit.*, p. 30.

⁸ La etimología de *recuerdo*, proviene del prefijo *re-* (“de nuevo”) y *cordis* (“corazón”). Vendría a ser algo así como “volver a pasar por el corazón”. Consideramos oportuno remarcar esta etimología, ya que visibiliza como el recuerdo y la nostalgia tienen un componente emotivo, algo que el corazón simboliza por antonomasia.

La nostalgia, tanto la que se entendió como enfermedad como la actual, son un fenómeno intrínsecamente moderno. Cronológica y nominalmente nace en la modernidad, como vimos en 1688, pero sus condiciones de posibilidad también la hacen surgir tanto como un efecto de la modernidad como una respuesta a ella. Como un acto de resistencia al progreso, la nostalgia parece oponerse al acelerado ritmo del cambio. Más allá de ser una emoción, de ser algo individual o colectivo, la nostalgia entraña una potencia en su forma de mirar y reflexionar acerca del tiempo. Boym expone lo siguiente al respecto:

La nostalgia que a mí me interesa no es simplemente una enfermedad individual, sino un síntoma de nuestra era, una emoción histórica. No se opone necesariamente a la modernidad y a la responsabilidad individual. Más bien es contemporánea de la propia modernidad. La nostalgia y el progreso son como Jekyll y Hyde: alter egos. La nostalgia no es solo la expresión de una añoranza local, sino el resultado de una nueva comprensión del tiempo y del espacio que hizo posible la distinción entre «local» y «universal».⁹

Paulatinamente, ese primer acercamiento a la nostalgia como una enfermedad se fue diluyendo. Fue durante el siglo XIX que ciertos literatos y artistas abrazaron la nostalgia y la plasmaron en sus obras, haciendo de ella un recurso de expresión sacándola de su restringido ámbito¹⁰. La nostalgia como fenómeno moderno mutó de piel, lentamente desplazó su significado y progresivamente se entendió como una emoción. Parte de este proceso también tuvo que ver con la generalización de la misma, ya no hacía falta estar lejos del hogar para tender a ella. Los ritmos de la vida cotidiana, el progreso, la promesa de autonomía y los diferentes cambios sociales y tecnológicos hicieron que gradualmente la experiencia vital fuese muy distinta entre generaciones¹¹. Reynolds describe esta situación de forma precisa:

La nostalgia del pasado también se intensificó porque el mundo estaba cambiando más rápido. Las transformaciones económicas, las innovaciones ideológicas y los cambios socioculturales hicieron que por primera vez hubiese diferencias contrastantes entre el mundo donde se había crecido y el mundo donde se envejecía. Desde los paisajes dramáticamente alterados por el desarrollo (“Cuando yo era chico, todo esto estaba rodeado de campos”) hasta las nuevas tecnologías que afectan la sensación y el ritmo de la vida cotidiana, el mundo donde uno se sentía en casa desapareció gradualmente. El presente se transformó en un país extranjero.¹²

⁹ *Ibidem*. p. 16.

¹⁰ “Así, a partir de 1850 nostalgia y modernidad habrán de hermanarse aún con mayor intimidad. Recordemos que fue precisamente en aquel tiempo cuando la nostalgia comenzó a destacarse como una afección literaria para dejar de ser una dolencia de soldados”, Garrocho, D., *op. cit.*, p. 89.

¹¹ “El cambio en estos dos dominios -la familia y el trabajo- se ha acelerado de un ritmo *intergeneracional* en la sociedad moderna temprana a un ritmo *generacional* en la modernidad clásica, y a un ritmo *intrageneracional* en la modernidad tardía”, Rosa, H. *Alienación y aceleración: Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Madrid: Editorial Katz, 2016, p. 27.

¹² Reynolds, S., *op. cit.*, p. 24.

Así pues, la nostalgia como emoción fue sedimentando y su estatuto de enfermedad fue desapareciendo. La nostalgia dejó de ser un fenómeno aislado, particular de soldados, para ser una emoción ampliamente compartida. Sin tregua, nuestra condición de seres pensantes nos hace conscientes de nuestra temporalidad y nuestro lugar en el mundo. En un mundo cada vez más deshilachado y acelerado, la nostalgia se universaliza como una respuesta a nuestra desorientación vital. Somos conscientes del cambio constante del tiempo, *tempus fugit*, y contemplamos lo que se fue como un tesoro perdido¹³.

Si a día de hoy la nostalgia ha crecido a pasos agigantados, es justamente porque las premisas de la modernidad —secularización, progreso, tecnificación, autonomía, etc.— y el modo de vida al que acostumbramos en el capitalismo tardío se ha ido dilatando exponencialmente. La modernidad y sus condiciones, más que curar la enfermedad de la nostalgia, la agravan, pero no en tanto que enfermedad particular sino en tanto que síntoma social. La nostalgia está a la orden del día, cada vez es más frecuente en diversas generaciones y es producida por diferentes motivos. Expresa Boym que “el progreso no solo no ha curado la enfermedad de la nostalgia, sino que ha hecho que se agrave. [...] Inevitablemente, la nostalgia reaparece como mecanismo de defensa en un época de aceleración del ritmo de vida y de agitación histórica”.¹⁴

Nuestro análisis y aproximación a la comprensión de este fenómeno no es ya como una enfermedad, sino como un síntoma social. Una emoción problemática que —sin ser necesariamente negativa— al presentarse tan frecuentemente en la actualidad, en comparación con otros momentos históricos, esconde algo de nuestra época y nuestra sociedad. Parecería revelarse como una respuesta a nuestras formas de vida en nuestro particular contexto histórico. De algún modo nuestros recuerdos, nuestras experiencias más íntimas y dulces, resurgen de su represión inconsciente ante la amenaza de la incertidumbre. El psiquiatra y psicoanalista Cecilio Paniagua expone cómo esto es inevitable, nuestras experiencias pasadas todavía perviven en nosotros y, de algún modo, todavía somos nosotros:

En el psiquismo humano es necesario entender el fenómeno de la conservación de lo pretérito. El pasado no es una mera etapa superada: sigue latente en el presente. William Faulkner nos recordaba: *The past is not dead; it's not even past!* En efecto, la infancia de los hombres persiste

¹³ “El echar de menos requiere el paso del tiempo, pero también el paso de las cosas *en* el tiempo, si es que cabe la diferencia. Nuestra singular conciencia de esta temporalidad nos impone no sólo la capacidad para constatar el paso del tiempo, sino que, esencialmente, somos capaces de percibir el paso de las cosas en el tiempo, de aquellas cosas (¿todas?) que viven en el tiempo pero que perecen, paradójicamente, gracias o a pesar de él”, Garrocho, D., *op. cit.*, p. 27.

¹⁴ Boym, S., *op. cit.*, 2015, p. 14.

literalmente por debajo de los estratos psicológicos de la adolescencia y la adultez. Esta recóndita realidad psíquica, como tantas otras, parece haber sido entendida mejor por los poetas que por los científicos.¹⁵

El “regreso al hogar” de la nostalgia implica un reencuentro con uno mismo en el pasado. El canto de las sirenas nostálgicas nos llevan a recorrer los senderos ya recorridos, a reactualizar aquello que fue actual y conmovernos por los detalles de nuestra vida. Como expresa Grafton Tanner, “la nostalgia es una de las formas que tenemos de luchar contra la finitud y asimilar la devastadora realidad de que todo termina desapareciendo. Los sitios cambian, los rostros aparecen distintos”.¹⁶ De modo que la nostalgia, a pesar de desgastar emocionalmente, también tiene un elemento terapéutico. La nostalgia nos ayuda a recordar nuestra identidad, a reunir los cachitos esparcidos de nuestra vida y reconstruir nuestra historia a través de aquellas experiencias que nos definieron. En este bello fragmento, Walter Benjamin señala como nuestra memoria puede ser el yacimiento arqueológico de nuestra biografía:

Quien intente acercarse a su propio pasado enterrado debe comportarse como un excavador... No debe temer volver una y otra vez sobre el mismo tema... Ya que el propio tema no es más que un yacimiento, un estrato que esconde un tesoro enterrado bajo la tierra al que solo se accede con ayuda del examen más exhaustivo. Este tesoro son las imágenes desprovistas de toda asociación, que descansan —como preciosos fragmentos, como bustos en la galería de un coleccionista— en los compartimentos más prosaicos de nuestra comprensión posterior.¹⁷

Así pues, la nostalgia es una emoción que nos ayuda a recomponer los fragmentos de nuestra historia vital, una arqueología de nuestra vida que nos hace reunir las piezas de nuestra identidad; la nostalgia en su justa medida es sana y necesaria. El problema surge cuando la nostalgia se vuelve un refugio, una retrotopía¹⁸. En vez de un yacimiento y una fuente de tesoros, se convierte en una forma de escapismo, en lugar de un medio para revisar lo que nos hizo ser como somos. Es en el siglo XX cuando la nostalgia aparece como una emoción asentada y normalizada, y no solo eso, sino que también es una emoción que la propia cultura pop alimenta y amplifica. Es entonces cuando la nostalgia se extiende socialmente de manera sintomática, a partir de nuestras

¹⁵ Paniagua, C. “Psicología de la nostalgia”. *Dendra médica: Revista de humanidades*, Vol. 1, Nº 1, 2010, p. 41.

¹⁶ Tanner, G. *Las horas han perdido su reloj: Las políticas de la nostalgia*. Barcelona: Editorial Alpha Decay, 2022, p. 49.

¹⁷ Benjamin, W., citado en Boym, S., *op. cit.*, p. 126.

¹⁸ Zygmunt Bauman, en su libro homónimo, se refiere a este concepto para señalar cómo en el contexto de la modernidad líquida y la incertidumbre del presente, muchas personas miran hacia el pasado en busca de seguridad y estabilidad, en lugar de proyectar utopías hacia el futuro.

implicaciones emocionales con aquellos productos culturales que formaron parte de nuestro pasado. En palabras de Reynolds:

En la segunda mitad del siglo XX, la nostalgia fue quedando cada vez más ligada a la cultura pop. Se expresaba *a través* de la cultura pop (revivals, programas de radio donde volvían a escucharse los grandes éxitos del pasado, reediciones et al.) pero también era disparada *por* la cultura pop de nuestra juventud: artefactos de entretenimiento de masas como las celebridades del pasado y los programas de TV vintage, comerciales pintorescos y pasos de baile que causaron sensación en su momento, antiguos hits y palabras que se usaron en una época.¹⁹

De este modo, llegamos prácticamente a nuestros días. Una problemática arraigada a nuestro contexto histórico en el que la cultura de masas, el capitalismo y la tecnificación promueven la nostalgia de forma directa e indirecta. En el siguiente apartado, trataremos de poner en perspectiva nuestro escurridizo contexto social para proveer un marco de referencia con el fin de profundizar más detalladamente en la relación entre nostalgia y crítica cultural.

2. Crítica cultural y capitalismo

Desde mediados de los años cincuenta del siglo pasado, una gran diversidad de autores han tratado de explicar y aludir a la realidad social que se ha estado fraguando a través de cambios sociales de todo tipo bajo una estructura económica capitalista. Avances tecnológicos, movimientos culturales, auge inédito de una clase media, consumo, entretenimiento, y un largo etcétera. Desde la Segunda Guerra Mundial, la sociedad del bienestar se erige en Occidente y el capitalismo asume un rol hegemónico; un rol que le terminará dando la razón a la fuerza tras la caída del muro de Berlín en 1989. En esta sociedad líquida, en constante reestructuración de su axiomática interna, bajo el pretexto de sociedades liberales y socialdemócratas, y también en el tránsito de sociedades disciplinarias a sociedades de control. Vemos que la realidad de nuestra época depende de una multiplicidad de formas difíciles de conceptualizar. El trillado concepto de posmodernidad trató de hacer lo suyo al buscar una forma de analizar esta heterogeneidad sociohistórica, un proyecto incompleto si es que alguna vez fue un proyecto. Cada autor ha tratado de dar una versión de los acontecimientos, una interpretación de los fenómenos que se inscriben en la realidad social de nuestros tiempos.

¹⁹ Reynolds, S., *op. cit.*, p. 26.

En el presente apartado trataremos de mostrar diferentes perspectivas que han marcado época en el intento de explicar lo ocurrido y lo que sigue ocurriendo en estas sociedades consumistas e hipertecnológicas. Se ha hecho una selección de las principales voces que, a nuestro juicio, han hecho aportaciones especialmente cruciales a la hora de concebir este escurridizo contexto. En primer lugar, partiremos del análisis histórico y sociológico de Gilles Lipovetsky para exponer los elementos centrales que hicieron que la sociedad de consumo se asiente como el modelo social imperante. Luego, presentaremos brevemente las perspectivas de Jean Baudrillard y Guy Debord que cogen el testigo de la sociedad de consumo comprendida entre finales de los años sesenta y los años setenta. Posteriormente, analizaremos el concepto de posmodernidad a partir de Fredric Jameson como principal teórico en la reflexión de dicho concepto y, acto seguido, revisaremos brevemente el concepto de realismo capitalista de Mark Fisher como contrapunto al de posmodernidad. Finalmente, tras haber trazado una imagen panorámica de la coyuntura sociohistórica, mostraremos nuestro compromiso conceptual como consecuencia de las conclusiones obtenidas del cotejo entre los diversos autores.

2.1. Contexto cultural e integración de la sociedad de consumo como realidad social

Diversos cambios culturales y económicos se asientan desde el siglo XIX hasta la actualidad. El modo de producción capitalista expande y ensancha su poder de inversión y su capacidad de modificar la vida cotidiana de los individuos, desde el modo de organización del trabajo a las formas de relacionarse en la vida privada. El primer momento de la fase capitalista, tal como explica Lipovetsky, estuvo caracterizado por un crecimiento sin precedentes en el sistema de producción de bienes:

Al aumentar la regularidad, el volumen y la velocidad de los transportes a las fábricas y las ciudades, las redes ferroviarias en concreto permitieron la formación del comercio a gran escala, el traslado regular de cantidades masivas de productos, la gestión de los flujos de productos de un estadio de la producción a otro.²⁰

Este aumento en la velocidad y en la cantidad de bienes producidos desembocó en una gran oferta²¹, de modo que, al haber una oferta mayor, esto supuso que progresivamente

²⁰ Lipovetsky, G. *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2007, p. 23.

²¹ “A fines de la década de 1880, en Estados Unidos, una máquina podía fabricar 120.000 cigarrillos al día: treinta máquinas así bastaban para saturar el mercado nacional”, *Ibidem*. p. 23.

el precio de las cosas se fuese abaratando y haciéndose más accesible. En este momento, la estrategia empresarial ya no era tanto vender menos productos pero a un coste elevado, sino vender una gran cantidad de productos con un margen de beneficio bajo. Como explica Lipovetsky a este respecto:

La economía de consumo es inseparable de esta invención mercadotécnica: la búsqueda del beneficio por el volumen y la práctica del bajo precio. Poner los productos al alcance de las masas: la era moderna del consumo comporta un proyecto de democratización del acceso a los bienes comerciales.²²

Así pues, la expansión del modo de producción capitalista fue calando poco a poco en la sociedad, haciendo que el consumo cada vez fuera algo más extendido. Aún así, en ese momento el modelo de producción y consumo se estaba asentando y no llegó a generalizarse a todas las capas sociales. Paulatinamente la publicidad y la mercadotecnia hicieron un cambio en el modo de conectar entre sí los productos y las marcas, “no será ya del vendedor de quien se fíe el comprador, sino de la marca, pues la garantía y la calidad de los productos se han transferido al fabricante”.²³ En este cambio cristaliza la figura del consumidor moderno frente a la del cliente tradicional, ahora son las marcas las que apelan al consumidor y es la seducción de la publicidad la que le orienta a decidir qué consumir.

De este modo, la masificación de la sociedad de consumo, tal y como hoy la conocemos, no se produjo hasta la segunda fase del capitalismo que señala Lipovetsky en los años cincuenta del siglo XX. Esta fase universalizó en todas las clases sociales el consumo, ahora el consumo era de masas y, por tanto, se dió un giro a la llamada “sociedad de la abundancia”. Este nuevo momento del capitalismo se produjo principalmente por el aumento de la productividad sumado al aumento de los salarios, y esta relación desembocó en un aumento del consumo por parte de todas las capas sociales. Durante esta segunda fase, la democratización del consumo se unió con la invención y el acceso a la televisión, electrodomésticos, automóviles, etc.²⁴, provocando una serie de cambios sociales y culturales que dinamitaban estilos de vida anteriores. Nos encontramos ante un panorama social en el que el consumo es equivalente a la felicidad, el PIB a calidad de vida, todo gira en torno a la maximización de las comodidades y al acceso a nuevos bienes y formas de consumir. No obstante, no solo se reduce a estas cuestiones. Lipovetsky ilustra ciertas creencias propias de este período:

²² *Ibidem*, p. 24.

²³ *Ibidem*, p. 25.

²⁴ *Ibidem*, p. 30.

El clima de estimulación de los deseos, la euforia publicitaria, la imagen exuberante de las vacaciones, la sexualización de los signos y los cuerpos. Es un tipo de sociedad en el que la seducción reemplaza a la coerción, el hedonismo al deber, el gasto al ahorro, el humor a la solemnidad, la liberación a la represión, el presente a las promesas del futuro.²⁵

Así pues, nos encontramos con un momento histórico que, en cuestión de décadas, ha modificado radicalmente su modo de vida, sus aspiraciones y sus valores²⁶. Lipovetsky hace una gran retrospectiva de cómo se sedimentan estos cambios que hemos mencionado. Sin embargo, Baudrillard, en 1970, en su obra *La sociedad de consumo*, analizará el contexto social que estamos mostrando desde la propia coyuntura histórica.

El análisis de Baudrillard pretende comprender la realidad de la sociedad de consumo desde la tradición estructuralista. Su aproximación sociológica trata de explicar cómo el consumo no se satisface por la obtención del objeto deseado, sino que el consumo por sí mismo es entendido como una forma de diferenciación social y obedece a un sistema de necesidades asentado bajo el sistema de producción²⁷. Del mismo modo que Veblen habló de los bienes de posicionamiento como aquellos bienes que son obtenidos en vistas a demostrar el estatus social de aquellos que los poseen, Baudrillard entiende la lógica del consumo como una lógica de la diferenciación de los signos, un modo de diferenciarse y comunicarse entre los miembros de la sociedad. Ante una realidad social codificada por signos, la realidad se torna un espacio en el que los signos se solapan con el mundo y uno no puede escapar a esta lógica interna de la producción capitalista. El consumo, antes de ser consumo de objetos, es consumo de signos. Si las categorías marxistas remarcaron el valor de uso y el valor de cambio, Baudrillard propondrá una tercera categoría ajustada a la sociedad de consumo: el valor de signo. Con este concepto se estaría apuntando a la estructura simbólica subyacente a los productos culturales que consumimos, entendiendo que lo que es un producto cultural no es tan solo la función y el valor monetario que tiene, sino también el valor simbólico que representa socialmente. En palabras de Baudrillard:

Fuera del campo de su función objetiva, donde no se puede reemplazar, fuera del campo de su denotación, el objeto se hace sustituible de manera más o menos ilimitada en el campo de las connotaciones, donde adquiere valor de signo. Así, la lavadora *sirve* como utensilio y *representa*

²⁵ *Ibidem*, p. 31.

²⁶ “La sociedad de consumo ha creado a lo grande la avidez, la pasión por lo nuevo, un modo de vida centrado en valores materialistas. Compras compulsivas, avidez de objetos, escalada de necesidades, abundancia y derroche espectacular”, *Ibidem*, p. 34.

²⁷ “La verdad es no que las necesidades sean fruto de la producción, sino que EL SISTEMA DE NECESIDADES es PRODUCTO DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN”, Baudrillard, J. *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Editorial Siglo XXI, 2012, p. 75.

un elemento de comodidad, de prestigio, etc. El campo del consumo es propiamente este último. En él, toda clase de objetos diferentes pueden reemplazar a la lavadora como elemento significativo. En la lógica de los signos, como en la de los símbolos, los objetos ya no están vinculados en absoluto con una función o una necesidad *definida*. Precisamente porque responden a algo muy distinto que es, o bien la lógica social, o bien la lógica del deseo, para las cuales operan como campo móvil e inconsciente de significación.²⁸

Baudrillard apela a una lógica de consumo que no se limita al mero hecho de consumir; sino que también reconoce el consumo como un lenguaje y, por tanto, este implica una codificación que permite que nos comuniquemos a partir del mismo. El consumo no se restringe únicamente al prestigio social y a la función del producto, sino que, ante todo, son códigos de signos que se transmiten entre individuos. Desde este esquema de diferenciación social, cada uno es único al diferenciarse a través de productos, da una imagen concreta construida a través de sus decisiones de consumo. Sin embargo, los productos no son hechos a medida de las personas, sino que son las personas las que se ajustan a la idea que transmiten los productos y, al consumirlos, se diferencian del resto de usuarios por su valor de signo concreto: “lo que *sella la integración del grupo es el intercambio de las diferencias*”.²⁹

En este contexto, la televisión fue una revolución social que modificó la forma de entretenerse y de interpretar el mundo. Marshall McLuhan sentenciaría la manida frase de “el medio es el mensaje”, una frase críptica que revela un valioso contenido de la forma en la que interactuamos con los *mass media*³⁰. Baudrillard analizará las determinaciones de esta frase, en un mundo en el que toda familia se informa a través del televisor, la forma de aquello que se dice, modifica el contenido hasta el punto de amplificarse, deformarse, fragmentarse y viralizarse. Ahora, todo el mundo tiene acceso a este medio, de modo que la realidad social se retroalimenta de la inscripción de imágenes y signos para reproducirlos y transmitirlos. El valor real de los acontecimientos es sustituido por las imágenes y la información seleccionadas que se reelaboran como mensaje mediático. La cuestión que señala Baudrillard es que, en un contexto así, el contenido no es el mensaje, sino las consecuencias que se producen a partir de las determinaciones que el medio impone. Expresa Baudrillard a este respecto:

Así como el «mensaje» del ferrocarril no es el carbón ni los pasajeros que transporta, sino una visión del mundo, un nuevo carácter de las aglomeraciones, el «mensaje» de la televisión, no son

²⁸ *Ibidem*, p. 78.

²⁹ *Ibidem*, p. 102.

³⁰ Aunque esta frase es pensada en un contexto en el que la televisión es el medio de comunicación por excelencia, su influencia y consecuencias pueden trasladarse totalmente a la era de Internet y las redes sociales.

las imágenes que transmite, son los nuevos modos de relación y de percepción que impone, el cambio de las estructuras tradicionales de la familia y del grupo. Yendo aún más lejos, en el caso de la televisión y de los medios de comunicación masiva modernos, lo que uno recibe, asimila, «consume», no es tanto tal o cual espectáculo que la virtualidad de todos los espectáculos.³¹

De este modo, el punto de Baudrillard al reparar en la frase de McLuhan, no es tanto la fagocitación de los acontecimientos en signos —que también—, sino el modo en que la realidad social se ve alterada haciendo que la lógica del consumo se extienda en esta transmisión y comunicación masiva de signos. Ahora, todo lo real se encuentra impregnado por lo simbólico, la lógica del consumo y de la mercancía han conquistado cada rincón sin posibilidad de algo distinto, tan solo queda la inmanencia del sistema de signos. Baudrillard afirma que:

La lógica de la mercancía se ha generalizado y hoy gobierna, no sólo el proceso de trabajo y los productos materiales, sino también la cultura en su conjunto, la sexualidad, las relaciones humanas, hasta las fantasías y las pulsiones individuales. Esta lógica lo abarca todo, no sólo en el sentido de que se objetivan y manipulan todas las funciones, todas las necesidades, atendiendo al provecho, también en el sentido más profundo de que todo se vuelve *espectáculo*, es decir, todo se presenta, se evoca, se orquesta en imágenes, en signos, en modelos consumibles.³²

En este contexto histórico todo se encuentra mediado por los signos y el espectáculo. Baudrillard se inspirará en algunos puntos de Guy Debord, autor que, desde una perspectiva neomarxista, criticará ferozmente el sistema económico y social de la época. El espectáculo para Debord es comprendido como la funesta forma de nuestras sociedades actuales. La realidad dependiente del modo de producción capitalista es un espectáculo en tanto que la realidad social es dominada por la publicidad, la propaganda, el entretenimiento, etc. Todo se encuentra mediado por la representación, las cosas, en su forma de espectáculo, son puestas como mero decorado, pero son tomadas como reales. De este modo, según Debord, el desarrollo del capitalismo ha terminado anteponiendo la apariencia por encima del ser. Expresa del siguiente modo:

La primera fase de la dominación de la economía sobre la vida social había implicado en la definición de toda realización humana una evidente degradación del *ser* en el *tener*. La fase presente de la ocupación total de la vida social por los resultados acumulados de la economía conduce a un deslizamiento generalizado del *tener* al *parecer*, donde todo “tener” efectivo debe extraer su prestigio inmediato y su función última.³³

De este modo, Debord critica esta degradación y rehúsa la necesidad de la apariencia que se encuentra inscrita en la lógica del consumo. La mercancía para él es un mal fatídico, su presencia nos conduce a la lógica enfermiza de consumo y espectáculo:

³¹ *Ibidem*, p. 146.

³² *Ibidem*, pp. 244-245.

³³ Debord, G. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Editorial Pre-textos, 2010, pp. 42-43.

panem et circenses. Desde el momento en que la mercancía ha ocupado toda la vida social, el espectáculo se muestra como el efecto inevitable de nuestra cultura. Como mostrará un Baudrillard más maduro, los signos han terminado anteponiéndose a lo real, ahora las cosas mediadas por su apariencia se identifican por lo codificado en ellas socialmente. Lo real se torna opaco, y tan solo lo simbólico es lo que adquiere la potencia del significado: “lo real no tendrá nunca más ocasión de producirse”.³⁴

2.2. Posmodernidad³⁵: Su problemática identidad y su difícil estatuto

Se hubiera pensado que el mundo de los auriculares y Andy Warhol, el fundamentalismo y el sida, las máquinas para hacer ejercicios y MTV, los *yuppies* y los libros sobre el posmodernismo, los peinados *punk* y los cortes al rape al estilo de los años cincuenta, la “pérdida de historicidad” y el élogio de la esquizofrenia, los medios de comunicación y las obsesiones con el calcio y el colesterol, la lógica del “shock del futuro” y el surgimiento de científicos y fuerzas contrainsurgentes como nuevos tipos de grupos sociales cumpliría con todos los requisitos para pasar por algo bien decadente a los ojos de cualquier observador marciano sensato.

~ Fredric Jameson³⁶

Bajo la panorámica de ciertas ideas presentadas anteriormente, el concepto de posmodernidad se erige como un modo difícil, pero ilustrativo, de comprender este *statu quo* tan movedizo. Diferentes autores han teorizado, se han adscrito y se les ha adscrito a la posmodernidad. Sin embargo, esta etiqueta resulta problemática debido a la multiplicidad de sus significados y la heterogeneidad de lo que señala. Fredric Jameson probablemente sea el pensador que con más rigor ha tratado de reflexionar acerca del fenómeno de la posmodernidad. Con intención de presentar una imagen global del concepto, trataremos de indagar en ciertas ideas clave de la posmodernidad, a través de la perspectiva jamesoniana, que permite dilucidar con mayor claridad dicho fenómeno.

³⁴ Baudrillard, J. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós, 1987, p. 11.

³⁵ Queremos aclarar desde un principio que vamos a utilizar ‘posmodernidad’ en vez de ‘posmodernismo’, a pesar de que Jameson —o sus traducciones— hagan un uso indistinto. Pensamos que ‘posmodernidad’, conceptualmente, acoge mejor el problema a gran escala. El problema de referirnos a ella como ‘posmodernismo’, como todo ‘-ismo’ tiende a interpretarse como un fenómeno o tradición —como lo es, por ejemplo, el posmodernismo en el arte contemporáneo—. Sin embargo, ‘posmodernidad’ tiene tintes de representar mejor el fenómeno como momento histórico o, si se quiere, como clima social.

³⁶ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. III)*. Buenos Aires: La marca editora, 2015, p. 156.

De este modo, reflexionar sobre estas cuestiones nos permitirá comprender mejor nuestro contexto histórico, para luego poder profundizar en la problemática de la nostalgia junto a su reverberación en los espacios liminales.

En primer lugar, la complejidad inherente al análisis de la posmodernidad es la falta de consenso respecto a su forma y contenido. Un elemento que ha estado latente en el concepto de posmodernidad es el intento de capturar históricamente un período concreto. Ahora bien, el acontecimiento que señala el prefijo “post-” de posmodernidad es un “después de”, sin embargo, no termina de verse si la posmodernidad es una culminación o una ruptura con la modernidad. Parece ser que es una coyuntura histórica que la hace diferenciarse de otros momentos, como si hubiera una superación con respecto a algo. No obstante, no termina de quedar claro cuál es el límite que se ha cruzado y que es lo que dictamina ese presunto cambio estructural.

Jameson analiza que, el problema subyacente a la posmodernidad, es la búsqueda del cambio que nace de sí misma. Hay una intención conceptual de señalar un cambio ante la fragmentación continua de sucesos que acontecen, parecería que la posmodernidad es un tiempo en el sentido de un clima, más que un tiempo en el sentido cronológico. Su intento de apresar los acontecimientos obedece a un intento de captar los cambios continuos, más que ser un momento de culminación que parte un “antes y después” en la historia. Dice Jameson que, la teoría del posmodernismo, es “el esfuerzo por medir la temperatura de la época sin el instrumental necesario, y en una situación en la que ni siquiera estamos ya seguros de que exista algo así como una ‘época’, o *Zeitgeist*, o ‘sistema’ o ‘situación actual’”.³⁷

Así pues, la posmodernidad intenta diagnosticar el ambiente sociohistórico en el que vivimos, es un intento de comprender nuestra realidad que se encuentra atravesada por una temporalidad conflictiva. Al fin y al cabo, esta crisis de la historicidad se relaciona con la fragmentación de los acontecimientos, el espacio ha subsumido al tiempo al interconectarse todo bajo una misma lógica: la del capitalismo avanzado³⁸. Las reglas de juego son las mismas, y este proceso, lejos de unificar y dar una coherencia narrativa a los sucesos, más bien fragmenta la realidad en un conjunto de piezas mezcladas y unidas en un marco económico global. La experiencia de los individuos en la

³⁷ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. I)*. Buenos Aires: La marca editora, 2015, p. 13.

³⁸ Cabe señalar que tanto capitalismo tardío como capitalismo avanzado son sinónimos, dependen de la traducción. Sin embargo, a partir de ahora trataremos de emplear tan solo ‘capitalismo tardío’ a no ser que citemos la traducción que emplea ‘avanzado’ en vez de ‘tardío’.

posmodernidad ha perdido una narrativa estructural que la sujete, es el propio hecho de sujetarse sobre sí misma lo que permite la multiplicidad de narrativas heterogéneas. Jameson comenta esta problemática acerca de la experiencia del sujeto:

El sujeto ha perdido la capacidad de extender activamente sus pro-tensiones y re-tensiones a lo largo de la variedad temporal y de organizar su pasado y su futuro en una experiencia coherente, se vuelve difícil entonces adivinar de qué manera las producciones culturales de dicho sujeto podrían resultar en algo más que ‘montones de fragmentos’ y en la práctica de la heterogeneidad fortuita, de lo fragmentario y lo aleatorio.³⁹

Así pues, la distorsión temporal de la posmodernidad podría referirse a ella como un *caosmos*, tal como apuntaba Félix Guattari con este concepto, una suerte de interacción caótica ordenada que presenta rasgos de ambos polos y que, a su vez, difícilmente se puede tratar de aislar sistemáticamente. El modo de ser de la posmodernidad es asistemático, y es justo por ello que resulta difícil su intento de atarla mediante esquemas y pautas. No obstante a ello, tal como Jameson menciona, el núcleo de la posmodernidad reside en el hecho de que apela a un *statu quo* protagonizado por el capitalismo tardío⁴⁰. De esto se deriva que la posmodernidad, sea lo que sea, será siempre un estado avanzado del sistema capitalista y, en su clima epocal, se asienta como la pauta cultural de este estadio del capitalismo. No es una novedad plena, sino que, más bien, es una actualización y modificación ulterior a fases previas. Sobre este punto, Jameson critica la necesidad adanista de conceptualizar cada momento como si cada cambio implicase un cambio radical históricamente, parecería que este propio hecho sería un síntoma también de la posmodernidad. Expone Jameson a este respecto:

El frenesí por el que se apela prácticamente a cualquier cosa del presente como testimonio de la singularidad de este último y de su diferencia radical con momentos anteriores del tiempo humano de hecho impresiona como si se hospedase una patología distintivamente autorreferencial, como si nuestro olvido total del pasado se hubiera consumido en la contemplación vacante pero hipnotizada de un presente esquizofrénico que es, por definición, virtualmente incomparable.⁴¹

De este modo, parecería que cada cambio cultural, cada avance tecnológico o fenómeno inédito tuviese que generar un cambio en la estructura formal que nos hace referenciar la realidad. Sin embargo, la posmodernidad acogería conceptualmente el propio hecho de tener esta necesidad. La posmodernidad subsume la tónica de la época y su carácter ambiguo, pero amplio, recoge la diversidad de fenómenos que tal vez otras categorías —sociedad postindustrial, sociedad de consumo, globalización, etc.— tienden a

³⁹ *Ibidem*, p. 65.

⁴⁰ *Ibidem*, p. 15.

⁴¹ *Ibidem*, p. 15.

limitarse a un campo concreto en aquello que señalan. De este modo, la posmodernidad, más allá de sus dificultades intrínsecas, tendería hacia una generalidad que permite recoger más campos de la realidad bajo su poroso significado. Dice Jameson al respecto:

‘Posmoderno’, sin embargo, parece haber acogido las áreas adecuadas de la vida diaria o lo cotidiano; su resonancia cultural, apropiadamente más vasta que la meramente estética o artística, distrae convenientemente de lo económico mientras permite la catalogación de innovaciones y materiales económicos más nuevos bajo el nuevo encabezado.⁴²

Dicho esto acerca de sus complicaciones semánticas y su conflictivo estatuto histórico, el concepto de posmodernidad trataría de aglutinar las diversas series de elementos generados *en y por* el capitalismo tardío subsumiéndolos en su capacidad heteróclita de organizar y expandir culturalmente su propia axiomática⁴³. Por consiguiente, creemos que —tal como expresa Jameson en el título de su obra— la definición más clara y sintética que registra el fenómeno de la posmodernidad sería entenderlo como: “la lógica cultural del capitalismo avanzado”.⁴⁴ De modo que debemos comprender la cuestión de la posmodernidad a través de la tensión dialéctica entre los procesos del capitalismo tardío y sus efectos en la cultura, sin atribuirle una preponderancia exclusiva a ninguna de ambas partes. Sin ir más lejos, Jameson contesta una crítica a este supuesto:

Featherstone piensa que el uso que hago del término “posmodernismo” pertenece a una categoría específicamente cultural. No es el caso y, para bien o para mal, está diseñado para nombrar un “modo de producción” en el que la producción cultural encuentra un lugar funcional específico y cuya sintomatología procede sobre todo de la cultura en mi obra.⁴⁵

Por consiguiente, la crítica que hace Featherstone se da al suponer que Jameson trata de reducir la posmodernidad a una categoría cultural, sin embargo como Jameson indica “lo cultural” es solo una parte. La posmodernidad sería “el modo de producción” cultural pero, a su vez, este modo de producción —término marxista escogido a conciencia— obedece a una estructura capitalista que produce un caldo cultural que genera efectos específicos a nivel social, económico y político. Es justo esta

⁴² *Ibidem*, p. 17.

⁴³ Las ideas de Deleuze y Guattari son muy representativas a este respecto, ya que entienden el capitalismo como un modelo socioeconómico plástico, dispuesto siempre a “desterritorializarse” y “reterritorializarse” en nuevas formas que codifiquen la lógica social y aprehendan en su sistema los cambios constantes que se generan en sus márgenes.

⁴⁴ Jameson, F. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Editorial Paidós, 1991.

⁴⁵ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. III)*, op. cit., p. 190.

problemática en torno a la cultura y el capitalismo lo que genera el contexto posmoderno.

Otro de los aspectos a los que apunta Jameson a la hora de caracterizar la posmodernidad es comprenderla como la consecución de la hegemonía de la cultura sobre la naturaleza. Desde estas coordenadas, podemos observar cómo la cultura ha sometido a la naturaleza haciendo que la propia cultura pase a erigirse como una “segunda naturaleza”.⁴⁶ Como consecuencia de esto, la cultura ha tendido a una estetización del mundo, esta fijación permea todas las áreas del campo social. A través de la producción y el consumo de bienes tangibles e intangibles, nuestra forma de relacionarnos está dominada por la apariencia estetizada de las cosas, su impacto sensorial nos seduce. A este respecto, Gianni Vattimo expone que la estetización del mundo tiene como consecuencia el fin del arte⁴⁷:

La muerte del arte significa dos cosas: en un sentido fuerte y utópico, el fin del arte como hecho específico y separado del resto de la experiencia en una existencia rescatada y reintegrada; en un sentido débil o real, la estetización como extensión del dominio de los medios de comunicación de masas.⁴⁸

Lo sagrado del arte se torna profano, y la estetización del mundo parece disolver las barreras de lo artístico y mezclarlas con el diseño industrial y la publicidad. Más allá de estos efectos de disolución o disociación entre lo estético y lo artístico, el punto es que el origen de la estetización pasa por la mercantilización del mundo. Esto nos remite a cómo Debord hablaba de la mercancía y el espectáculo, ahora el arte es entretenimiento y el entretenimiento es una forma de mercancía. Este hecho también afecta radicalmente a nuestra forma de concebir el arte, durante la modernidad había una profunda separación entre la alta y la baja cultura⁴⁹. Por el contrario, en la posmodernidad parecería que estas barreras se han difuminado. Podemos encontrar música clásica sonando en un ascensor y cualquier erudito puede depurar sus males con una buena

⁴⁶ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. I)*, op. cit., p. 12.

⁴⁷ Tal y como explicó previamente Walter Benjamin, las consecuencias de la integración total de la cultura terminan impregnando el mundo bajo una intención estetizante y este proceso termina abocando a una muerte del arte en tanto que su valor cultural se extingue debido a la reproductibilidad técnica. Concretamente en su obra sobre la reproductibilidad: “*La técnica de la reproducción, podría decirse en términos generales, separa lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar la reproducción, sustituye su existencia única por su presencia masiva. Y actualiza lo reproducido al permitir que la reproducción se adapte al receptor en su situación particular*”, Benjamin, W. *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Madrid: Alianza editorial, 2022, p. 70.

⁴⁸ Vattimo, G. *El fin de la modernidad: Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1987, p. 53.

⁴⁹ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. I)*, op. cit., p. 32.

dosis de telebasura. En este sentido, los espacios liminales —el fenómeno artístico que trataremos en la segunda parte del ensayo— reflejan cómo el arte actual está inmerso en esta coyuntura que lo determina.

A estos efectos, vemos cómo la cultura ha devenido mercancía y la mercancía ha devenido cultura. En contraposición a la modernidad, en la posmodernidad se ha dilatado tanto la esfera del mercado, que ha terminado territorializando virtualmente cada parte de la realidad hasta cubrir los rincones más insospechados de la cultura. En palabras de Jameson:

En la cultura posmoderna, la ‘cultura’ ha devenido en un producto por derecho propio; el mercado se ha vuelto un sustituto de sí mismo, y es una mercancía en la misma medida en que lo son las cosas que contiene: el modernismo todavía era, de manera mínima y tangencial, una crítica de la mercancía y una tentativa de hacerla trascenderse a sí misma. El posmodernismo es el consumo de la pura mercantilización como proceso.⁵⁰

Una vez señaladas estas ideas, podemos reconocer, en el análisis que hemos ido desarrollando, un conjunto de hechos y rasgos de la llamada “posmodernidad”. No por ello podemos tener plena tranquilidad, ya que podemos pecar de su uso como un concepto comodín de referencia que justifique y correlacione todo lo que sucede. El propio Jameson, en su intento de aclaración y depuración de lo que es el concepto de posmodernidad, ya avisaba de que tratar de comprenderlo es también intentar jugar irremediabilmente con ciertas paradojas. Pues por un lado, se trata de sistematizar un concepto asistemático y, por otro lado, de trazar historicidad en un concepto ahistórico⁵¹. Así pues, debemos tener presente en todo momento la dificultad que presenta el concepto de posmodernidad. Irremediabilmente, el concepto, en su irresoluble multivocidad, apela a una realidad social, de modo que debemos ser cautos con él sin rechazar categóricamente su uso. Jameson expone sobre estas ideas lo siguiente:

Para bien o para mal, no podemos ‘no’ usarlo. Pero debe entenderse que mi argumento implica que cada vez que se lo usa, estamos bajo la obligación de ensayar las contradicciones internas y de poner en escena esas inconsistencias y esos dilemas de la representación; tenemos que trabajar en todo eso a la vez. El ‘posmodernismo’ no es algo que podemos resolver de una vez por todas y luego utilizar con la conciencia tranquila. El concepto, si es que lo hay, tiene que venir al final de nuestros debates, y no al principio.⁵²

⁵⁰ *Ibidem*, p. 12.

⁵¹ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. III)*, op. cit., p. 204.

⁵² Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. I)*, op. cit., p. 27.

Al hablar de posmodernidad, es inevitable que dicho concepto inocule en el lector una oscuridad interpretativa de la que es difícil deshacerse, ya que esta complicación es un aspecto constitutivo de su modo de ser representado. Una alternativa de alto calado al concepto de posmodernidad, fue la que el filósofo Mark Fisher en 2009 propondría como “realismo capitalista”. Este otro concepto, posterior a la caída del muro de Berlín y a la crisis económica del 2008, recoge ciertas ideas interesantes que contestan a las aspiraciones “todológicas” del concepto de posmodernidad. Si reparamos en el concepto de Fisher y no en el de otros autores, es porque básicamente la recepción y motivación que subyace al realismo capitalista de Fisher abarca un período ulterior a lo estrictamente posmoderno y, a conciencia, trata de superarlo. De modo que el realismo capitalista recogería ciertas ideas clave que irían más allá de las décadas que dieron nacimiento al concepto de posmodernidad. Tal y como expone Fisher, el concepto de posmodernidad es válido y cumple una función similar en algunos aspectos al de realismo capitalista. Sin embargo, su forma no termina de cuadrar con la problemática que trata de actualizar. El propio Fisher argumenta sobre Jameson lo siguiente:

Lo que llamo realismo capitalista podría efectivamente subsumirse en la rúbrica del posmodernismo y la posmodernidad tal como los teorizó Jameson. Y sin embargo, a pesar de la enorme y clarificadora tarea de Jameson, el concepto de posmodernismo sigue siendo discutible; sus significados, apropiados e inútiles al mismo tiempo, son múltiples y fluctuantes. Incluso me gustaría argumentar que algunos de los procesos descritos y analizados por Jameson llegaron a agravarse y volverse crónicos de una manera tal que atravesaron también una especie de cambio de naturaleza.⁵³

Fisher renuncia al concepto de posmodernidad en pos del de realismo capitalista por tres motivos principalmente. En primer lugar, la idea del realismo capitalista asume tras de sí la caída del bloque soviético y sus consecuencias ideológicas a escala global. El modelo capitalista, tal como con mayor o menor acierto exponía Fukuyama, se impone como la única alternativa. Cualquier otra alternativa es reconocida como indeseable, ya que el “socialismo realmente existente”, como expone Fisher, ya ha mostrado su recorrido. Ahora, no hay ninguna alternativa real ni nominal al capitalismo, “lo que enfrentamos ahora, en cambio, es un sentido más generalizado y más profundo del agotamiento y de la esterilidad política”.⁵⁴ En segundo lugar, Fisher expone que Jameson constantemente hace una contraposición entre modernidad y posmodernidad. La forma en la que se estructura la realidad social se contrapone al *impasse* con la modernidad, como dos momentos con valores y modos de relacionarse distintos. A este

⁵³ Fisher, M. *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra, 2018, pp. 28-29.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 29.

respecto, Fisher comenta que el realismo capitalista ya no presenta esta clase de confrontación con lo moderno. Al contrario, “el triunfo sobre el modernismo se da por hecho: el modernismo en verdad se ha convertido en algo que puede regresar periódicamente como un estilo estético congelado aunque no ya como un ideal de vida”.⁵⁵ En tercer y último lugar, Fisher asume que el horizonte en el que se asienta el capitalismo ahora está virgen y victorioso para sí mismo. Las generaciones que nacieron desde los años noventa han crecido sin una idea realmente válida en su imaginario. Se asume esta realidad como dada y como preferible ante la ausencia de alternativas: “Una manera de entender el realismo capitalista en lo que tiene en especial de realista es a través de su presunción de no creer ya en el gran Otro”.⁵⁶ El concepto de realismo capitalista se asienta en tanto que no es imaginable una forma de organización socioeconómica distinta, el capitalismo permea todas las capas de la realidad y, a su vez, este hecho es normalizado por la naturalidad de su asunción.

Más allá de entrar en más detalles con respecto a la interpretación de Fisher y sus ideas en torno a la idea de “realismo capitalista”, lo hemos presentado aquí a modo de crítica y actualización del concepto de posmodernidad. Llegados a este punto, creemos que el alcance de las diferentes voces que hemos presentado, y sus diferentes formas de apelar a una coyuntura social densa y constitutivamente dinámica nos dan pie a organizar las consecuencias filosóficas que esta panorámica nos ha otorgado. Dicho esto, pasemos a mencionar las ideas que queremos rescatar para nuestra investigación.

2.3. Compromiso teórico con el concepto de “capitalismo tardío”

Tras el recorrido que hemos hecho por diferentes autores, conceptos y visiones, ahora nos vemos en la tesitura de reorganizar y tamizar todas las posiciones expuestas anteriormente. Como hemos dicho, cada interpretación capta una serie de elementos y resalta ciertos motivos que no se encuentran en otras. De este modo, ahora podemos acoger ciertos puntos que consideramos imprescindibles, para así remarcar el concepto o la forma que nos es más satisfactorio emplear en esta investigación.

Antes que nada, queremos señalar claramente nuestro compromiso con el concepto de “capitalismo tardío”. Ésta decisión se debe a diversos motivos. Principalmente, este concepto es capaz de apresar de un modo más neutral todo aquello presente en sus

⁵⁵ *Ibidem*, p. 30.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 78-79.

formas análogas. Uno de los problemas de hablar de posmodernidad, sociedad del espectáculo, sociedad de consumo, etc., es el compromiso teórico que se desenvuelve de las premisas desde las que el autor parte para desarrollar su teoría. Por ejemplo, el concepto de realismo capitalista de Fisher es muy certero en ciertos aspectos y fértil para comprender el panorama político-económico actual. Sin embargo, su compromiso también supone una serie de luchas ideológicas de las cuales nosotros no tenemos intención de hacernos cargo. Así pues, en todo momento en esta investigación trataremos de ser lo más asépticos posibles en nuestra relación con el capitalismo como concepto complejo y los efectos que se desenvuelven de dicho sistema socioeconómico. De este modo, los diferentes conceptos que hemos analizado, apelan a una serie de aspectos de gran interés, pero que en su intento de sistematizar olvidan o desatienden otras cuestiones. Así pues, por el hecho de querer hacer una retrospectiva lo más amplia y fructífera posible, la revisión de los distintos autores e interpretaciones pretende comprender las diferentes cuestiones que están en juego. Asimismo, el concepto de posmodernidad, aún siendo legítimo y ser un intento muy útil de comprensión de la realidad social, peca a nuestro modo de ver de una generalidad semántica excesivamente ubicua —además de una mala prensa muchas veces asociada a un presunto “relativismo” y “nihilismo”—, que, en el fondo, más que ser el origen es el síntoma de su propia condición. Por otro lado, todos los demás conceptos son sobremanera específicos, apuntan a una motivación concreta, a un sector restringido y, a veces, a unas luchas claras mediante su uso.

Por los motivos aducidos, el concepto de “capitalismo tardío” todavía conserva aires de sinceridad y certeza con respecto a lo que apunta. A pesar de ser un concepto de largo recorrido, tal y como apunta Jameson, “el uso general del término ‘capitalismo avanzado’ tiene sus orígenes en la escuela de Frankfurt; aparece por todas partes en Adorno y Horkheimer⁵⁷”.⁵⁸ Parece que este concepto no envejece, ya que nunca es lo suficientemente tarde o está lo suficientemente avanzado el capitalismo como para mutar a otra cosa. El capitalismo tardío parecería moverse en la tensión entre el estado siempre avanzado del mismo y un poscapitalismo que —en la práctica— es inexistente.

⁵⁷ Por cuestiones de espacio no hemos podido dedicarle a Adorno y Horkheimer la atención que merecen. No obstante, reconocemos aquí su crucial aportación. Cabe decir que también el objeto de nuestro estudio ha tendido a partir de la sociedad de consumo. Aún así, muchas posturas y detalles podrían ser añadidos y ampliados para dar una mayor forma a las diferentes posturas que han aportado interesantes visiones a la crítica cultural.

⁵⁸ Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. I)*, op. cit., p. 22.

De este modo, no podemos concebir mejor concepto que el de capitalismo tardío para señalar ese estado de renovación constante y de reactualización de sí en un perpetuo estadio avanzado. Como señalaron acertadamente Deleuze y Guattari en *Mil mesetas*, “el capitalismo universal y en sí no existe, el capitalismo está en la encrucijada de todo tipo de formaciones, siempre es por naturaleza, neocapitalismo”.⁵⁹ Así pues, el capitalismo es tardío porque siempre es *neocapitalismo*, siempre es modificado y actualizado.

También cabe decir que la forma en que Jameson comprende la posmodernidad como “la lógica cultural del capitalismo tardío”, nos parece un modo correcto de expresar formalmente la idea que subyace al contexto histórico que señalamos. Aunque sea aparentemente contradictorio, este modo de comprender el objeto de análisis nos es satisfactorio y lo abrazaremos durante la investigación, a pesar de no acoger el concepto de posmodernidad por los motivos que hemos señalado anteriormente. Pensamos que el concepto de “posmodernidad” apela a una serie de instancias demasiado vaporosas, mientras que, hablar de “la lógica cultural del capitalismo tardío” parece concretar ciertos rasgos formales que permiten vislumbrar su aplicación a diversas esferas.

En definitiva, el concepto de capitalismo tardío y su extensión concebida como lógica cultural nos resulta ampliamente satisfactorio al vertebrar diferentes campos. Todo ello sin pretender comprometernos ideológicamente con ninguna postura concreta. Por consiguiente, ahora que hemos acotado el rango de acción del terreno que vamos a examinar, podemos hacer un análisis de cómo la lógica cultural del capitalismo tardío desemboca directa e indirectamente en efectos nostálgicos. De este modo, también allanaremos el camino para poder presentar en el segundo apartado los efectos nostálgicos que culturalmente se desenvuelven en las prácticas artísticas de nuestra coyuntura histórica.

3. Nostalgia y crítica cultural

En un primer momento, muchos de nosotros podríamos considerar extraña una relación entre dos cosas tan aparentemente distintas como podrían ser una emoción y un sistema socioeconómico. A diferencia de otras épocas, la nostalgia es una respuesta emocional que cada día se encuentra más presente en nuestra cotidianeidad. Nuestro particular

⁵⁹ Deleuze, G. & Guattari, F. *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Editorial Pre-textos, 2020, p. 30.

contexto, como detallamos anteriormente, se revela como un catalizador magnífico para rumiar todo tipo de experiencias pasadas en el cascarón de nuestros recuerdos.

En esta coyuntura histórica, tematizada en los subapartados anteriores, encontramos que el sistema de producción se exprime los sesos por innovar y, al mismo tiempo, hay una atrofia en lo que respecta a lo ‘nuevo’ culturalmente. Por su parte, los objetos de nuestro pasado inmediato nos transmiten nostalgia por lo que supusieron para nosotros en nuestra biografía, productos culturales de todo tipo —cine, películas, videojuegos, aparatos, juguetes, etc—. Parecería que en el sistema capitalista hay una tendencia a mirar hacia delante y, a su vez, a conservar todos los cachivaches que en un pasado cercano formaron parte de nosotros. La nostalgia puede llamar a nuestra puerta por muchos medios, pero si paramos atención, todos ellos provienen de la inmanencia del sistema capitalista. Un sistema económico y social que nos da lo que queremos, o nos hace desear lo que deseamos, para luego ser sustituido por otra cosa. Sin embargo, el pasado de cada uno no se puede sustituir, seguirá siempre ahí a la espera de ser recordado.

De tal modo que, en la diversidad de epifenómenos que se desenvuelven en el sistema capitalista, nos llama la atención todo aquello que converge con la tendencia nostálgica de los usuarios de este sistema. Una nostalgia que, cada día más, se ve acentuada por múltiples motivos, ya sean directos o indirectos. Desde luego, este hecho no resulta irrelevante, ya que si a día de hoy convivimos con un sentimiento nostálgico sin precedentes, este acontecimiento enmascara un síntoma propio de nuestras sociedades y nuestra época. Así pues, a continuación, trataremos de detallar los principales indicadores que manifiestan la pujante nostalgia en el capitalismo tardío, una nostalgia que atiende a razones concretas, pero que parece esconder el origen de sí misma.

En el presente apartado trataremos de desenvolver esta cuestión a partir de dos de las principales voces con respecto a la reflexión de la nostalgia y su relación con la crítica cultural⁶⁰. El primero de ellos, Simon Reynolds, en su obra *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*, nos hablará acerca de la preocupación —en concreto en la

⁶⁰ Queremos señalar que debido a limitaciones de extensión, no hemos podido dedicarle un subapartado específico al teórico Grafton Tanner. Al fin y al cabo, Tanner escribió recientemente la llamada “trilogía de la nostalgia”, tres libros que abordan estos temas pero que, a su vez, su fuente principal son los dos autores que vamos a comentar. No obstante, queremos señalar que su lectura e influencia a espaldas de este estudio ha sido crucial. Aún así, en diversos momentos del ensayo aparecerá su voz, ya que como decimos su ausencia ha sido únicamente por motivos de extensión.

música, y en general en la cultura— de cómo cada vez tendemos más a recurrir al pastiche y a la mirada hacia el pasado para crear nuevas producciones culturales. Posteriormente, indagaremos acerca del concepto de “hauntología” propuesto por Jacques Derrida, y reelaborado por Mark Fisher. Un concepto con una gran resonancia para la cuestión de la nostalgia, especialmente para comprender su forma desde una dimensión metafísica, y para comprender sus determinaciones culturales.

3.1. Adicción a lo retro y obsesión por el pasado

El crítico cultural Simon Reynolds auscultó el panorama actual visibilizando la obsesión que sentimos por los productos culturales de nuestro pasado. Concretamente, su preocupación se enmarca en la actual escena musical. No obstante, su análisis se extiende y se generaliza en las diversas áreas de nuestra cultura. A tenor de este fenómeno, Reynolds despliega el concepto de ‘retromanía’, un concepto que considera pertinente acuñar para mostrar cómo tendemos a ritualizar, coleccionar, rememorar y venerar compulsivamente los artefactos culturales de nuestro pasado inmediato. Tal como expone el propio Reynolds:

Nos hemos vuelto víctimas de nuestra siempre creciente capacidad de almacenar, organizar, acceder instantáneamente y compartir enormes cantidades de información cultural. No solo nunca antes hubo una sociedad tan obsesionada con los artefactos culturales de su pasado inmediato; tampoco nunca antes hubo una sociedad que pudiera acceder al pasado inmediato con tanta facilidad y abundancia.⁶¹

Reynolds mostrará que la tecnología y las nuevas formas de experiencia que nos proporciona, son uno de los desencadenantes principales de esta tendencia nostálgica. Por ejemplo, la posibilidad de grabación —ya sea de fotografía, audio o vídeo— es una de las condiciones de posibilidad de lo retro, en tanto que al poder almacenar el pasado también podemos recurrir a él de forma compulsiva. A su vez, Internet ha implicado un cambio radical en lo que respecta a almacenar todo tipo de datos de forma prácticamente ilimitada, sumándole a ello el acceso inmediato a los mismos. Esto es un fenómeno sin parangón, tenemos la capacidad de guardar todo tipo de archivos y compartirlos al instante. Concretamente, portales como YouTube o Google Imágenes se coronan como “el repositorio de la humanidad”, ya que nos permiten conectar con nuestro pasado encontrando todo tipo de documentos audiovisuales e imágenes. No

⁶¹ Reynolds, S. *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*, op. cit., p. 19.

importa el momento en el que haya sido grabado, mientras haya registro de ello podrá almacenarse en esa macro red de datos que es Internet. Reynolds nos dice lo siguiente acerca de este suceso:

Tenemos a nuestra disposición —como individuos, pero también al nivel de la civilización— muchísimo más “espacio” para llenar con memorabilia, documentación, grabaciones y toda clase de huellas archivísticas de nuestra existencia. Y naturalmente, estamos ocupados tratando de llenar ese espacio, mientras su capacidad no cesa de aumentar. Sin embargo, no hay ninguna evidencia de que nuestra capacidad de procesar o dar buen uso a toda esa memoria haya aumentado.⁶²

La última frase revela el contraste problemático de este cambio histórico en el capitalismo tardío: nos es proveída memoria ilimitada junto a un acceso instantáneo. Ahora bien, ¿somos capaces de normalizar y hacer frente a este suceso sin consecuencias radicales en nuestro estilo de vida y nuestra psique? Al fin y al cabo, como señala Reynolds, nuestra forma de procesar y dar uso a nuestra memoria es, biológicamente, la misma que antaño; sin embargo, ahora tenemos una capacidad elefantiásica de acudir a nuestro pasado inmediato.

Reynolds señala que justamente este suceso catapulta nuestra obsesión por el pasado, “la presencia del pasado en nuestras vidas ha aumentado de manera inconmensurable e insidiosa. [...] Hasta hace no mucho vivíamos la mayor parte del tiempo en un presente cultural y el pasado estaba confinado a zonas específicas, atrapado en objetos y lugares particulares”.⁶³ A día de hoy, tenemos un contacto virtual con aquello que nos precedió de un modo inimaginable, todo tipo de documentos son preservados en el archivo de Internet. Este fenómeno empuja a que nuestra relación con el pasado mute radicalmente, todo tipo de inspiración y vuelta al pasado es posible en tanto que los recuerdos permanecen en ese archivo virtual. Esto transforma al pasado en una posibilidad de reactualización del presente, la consulta del mismo está disponible al alcance de unos clics. No importa el momento del pasado, tan solo importa buscar la información adecuada para ser redirigido a ese momento que nos precedió, haciendo que el olvido pase a ser accidental más que necesario. Reynolds escribe a este respecto:

En Internet, el pasado y el presente se mezclan de una manera que vuelve al tiempo blando y esponjoso. YouTube es Web 2.0 por antonomasia en tanto promete inmortalidad a cualquier video que se suba: teóricamente, el contenido puede quedarse allí para siempre. Uno puede pasar en un clic de lo arcaico a las noticias de último momento. El resultado, culturalmente hablando, es una paradójica combinación de velocidad y parálisis.⁶⁴

⁶² *Ibidem*, p. 90.

⁶³ *Ibidem*, p. 91.

⁶⁴ *Ibidem*, p. 97.

El movimiento temporal de este suceso es extraño, ya que pone en contacto nuestro pasado cultural sin hacerlo de un modo lineal y diacrónico. El pasado está coexistiendo en diferentes capas, sin importar la distancia cronológica real que hay entre una y otra capa. Sin ir más lejos, podemos ver el gol de Iniesta en la final del Mundial del 2010 y acto seguido un vídeo del Apolo 11 en el alunizaje de 1969. Un contacto virtual directo con nuestro pasado en tanto que sociedad, un pasado sincrónico que subsiste en la superficie digital del presente que lo contempla.

La constante metamorfosis de la tecnología es un desencadenante fundamental de nuestra tendencia nostálgica y, a su vez, el cambio en la tecnología empuja a dilatar nuestra comunicación con el pasado y que esté mucho más presente que antaño. Este hecho es indisociable del factor nostálgico, ya que remodela totalmente el modo de experimentar nuestra relación con el pasado. En el momento que comenzamos a adquirir nuevos hábitos en nuestros modos de consumo, también estamos asumiendo un nuevo rol con aquello con lo que nos relacionábamos. Un ejemplo de ello nos lo pone Reynolds con el modo de consumir música. Antes se trataba de algo limitado y ritualístico, ahora es algo similar a ir a comer a un bufet libre. En palabras de Reynolds:

Primero la música fue cosificada, transformada en una cosa (discos de vinilo, cassettes analógicos) que uno podía comprar, almacenar, mantener bajo su control personal. Luego la música fue “licuada”, transformada en data que podía ser llevada a cualquier parte, transferida entre distintos aparatos. Con el Mp3, la música devino una moneda devaluada en dos sentidos: porque hay demasiada (como ocurre con la hiperinflación, cuando los bancos emiten mucho dinero), pero también por su manera de inundar la vida de la gente como una corriente o un líquido. Esto hizo que la música empezara a parecerse a un servicio público (como el agua o la electricidad), entendido como lo opuesto a una experiencia artística a cuya temporalidad uno se sometía. La música se ha convertido en un abastecimiento continuo fatalmente susceptible a la discontinuidad (pausa, retroceder/adelantar, salvar para más adelante, etcétera).⁶⁵

El cambio en la forma de consumir música —en tanto que bien de consumo— implica un cambio radical también a la hora de experimentarla. Estos cambios, no solo van asociados a objetos concretos —por ejemplo, escuchar música con vinilo, con *walkman* o desde el teléfono móvil con *Spotify*—, sino que también van asociados a estilos de vida y formas de ver el mundo. El hecho de que antes uno comprase un disco con un coste determinado implicaba una relación muy especial con el objeto, un límite monetario en el gasto de discos y por tanto una repetición constante de la misma música. Sin embargo, ahora podemos acceder a toda la música que queramos; del mismo modo ocurre con Netflix y los ya fallecidos videoclubs. Antes seleccionar una película implicaba una no-selección del resto, un acto presencial ante las estanterías y la

⁶⁵ *Ibidem*, p. 152.

intriga de la película escogida. Ahora con las plataformas de *streaming*, hay un catálogo insaciable de películas, series, documentales, etc. Este cambio en la experiencia tiene implicaciones enormes en nuestro modo de experimentar la cultura, sin ir más lejos, la experiencia del aburrimiento ya no es una cuestión de falta, sino de exceso. Dice Reynolds que “el aburrimiento de hoy no es por hambre, no es una respuesta a la privación; es una pérdida de apetito cultural, una respuesta al exceso de reclamos sobre nuestra atención y nuestro tiempo”.⁶⁶

Que en cuestión de años nuestro modo de vida cambie drásticamente, no es a coste cero. Nuestros lazos emocionales con aquello que en su día deseamos, pasarán a formar parte de nuestros idílicos recuerdos. De este modo, la nostalgia emerge como una respuesta a la fascinación por esos objetos perdidos que componen la vida de una persona en un determinado momento. La añoranza de ese modo de experimentar algo que en su día era actual, ahora deja lugar a un recuerdo virtual de lo que fue. Ese recuerdo solo puede ser conjurado como un fantasma a través del fetichismo del coleccionismo, replicar el ritual de forma anacrónica y volver a subsumirse en la experiencia originaria —escuchar música desde un vinilo, jugar con una videoconsola de *16-bits*⁶⁷, ver una película en *VHS*, etc.—. Este hecho revela un movimiento contradictorio entre el avance incesante del modo de producción cultural y la vista atrás de aquello que conformó nuestra cotidianeidad en un pasado inmediato. Reynolds expone sobre esta cuestión lo siguiente:

Si el fetichismo por los medios muertos como el cassette es, a cierto nivel, un impulso instintivo por poner freno al progreso tecnológico, quizás exista una terquedad similar frente a la incesante obsolescencia de la cultura pop en la industria del entretenimiento: un deseo de aferrarse a todo ese material que tanto despertó nuestra atención y nuestro afecto, que consumió tanto de nuestro tiempo.⁶⁸

Esta tensión entre la destrucción de “lo viejo” y la aparición de “lo nuevo” parecería ser idiosincrática de nuestra cultura. Nuestra obsesión por la innovación, por todo aquello original, choca de frente —o de espaldas— con lo antiguo. Nuestra tendencia a sustituir del punto de mira los productos culturales viejos y, por consiguiente, relegarlos al baúl de los recuerdos choca con ese movimiento de nostalgia. Nuestro cariño e instinto de conservación no olvida aquellos productos culturales, más allá de que ya no estén en la

⁶⁶ *Ibidem*, p. 109.

⁶⁷ Las consolas de 16-bits son aquellas que surgieron a comienzos de los años 90, con un procesador más potente que las anteriores llamadas de 8-bits. Siendo los máximos exponentes de ello la Super Nintendo Entertainment System (SNES) y la Sega Mega Drive.

⁶⁸ *Ibidem*, pp. 367-368.

órbita o estén pasados de moda, su presencia pasa a un segundo plano en el anticuario de nuestra sociedad. El hecho de que los modos de consumir cambien a través de los avances tecnológicos es una consecuencia del modo de producción capitalista, queremos nuevos productos pero a su vez seguimos atados emocionalmente a aquellos que hicieron nuestros días felices. En esta esfera encontramos la obsesión por lo “retro”, el objeto de nuestro estudio en tanto que es el objeto de la nostalgia. Expresa Reynolds que lo retro “refiere a un fetiche autoconsciente por la estilización de un período (en cuanto a música, ropa y diseño) que se expresa creativamente a través del pastiche y la cita”.⁶⁹ La cuestión es que este gusto por el pasado se revela en esta tendencia incesante a *remakes* de películas, *remixes* o *mash-ups*⁷⁰ de canciones, sagas infinitas de películas o de videojuegos, etc. Parecería que el imaginario colectivo se vincula ampliamente con la biografía individual, cada uno entra en contacto con objetos de su pasado que, a su vez, han sido objetos del pasado cultural de nuestras sociedades capitalistas y, por tanto, objeto de nostalgia de muchos. Dice Reynolds acerca de lo mencionado que, “la nostalgia está ahora rigurosamente entrelazada con el complejo consumidor-entretenimiento: sentimos un deseo punzante por los productos que consumíamos años atrás, por las novedades y distracciones que colmaron nuestra juventud”.⁷¹

Así pues, encontramos que lo retro y la nostalgia se alinean en una relación de reciprocidad. Sin embargo, cabe decir que no todo objeto o producto cultural por formar parte de nuestro pasado se convierte en retro. Reynolds señalará tres características de lo retro que son importantes resaltar. La primera de ellas es que lo retro siempre apela a un pasado relativamente inmediato. Es decir, aquello que forma parte de nuestro pasado, pero tiene una lejanía temporal considerable, es incompatible con lo retro⁷². En segundo lugar, para el surgimiento de lo retro debe haber una memoria precisa de este pasado inmediato, tan solo es posible mediante el fácil acceso al archivo de nuestra cultura⁷³. En tanto que si podemos consultar, calcar, simular, imitar o inspirarnos de ese pasado, es porque podemos captar aquellos rasgos propios de dicho tiempo anterior. Por último, lo retro está íntimamente ligado a los artefactos culturales pop. Es evidente que aquello

⁶⁹ *Ibidem*, p. 13.

⁷⁰ Un *mash-up* consiste en la superposición o la mezcla de fragmentos de varias canciones para crear una canción diferente mediante estos fragmentos.

⁷¹ *Ibidem*, p. 27.

⁷² “Eso es lo que distingue a lo retro del “anticuarismo” y de la historia: la fascinación por las modas, las tendencias, los sonidos y las estrellas del pasado reciente”, *Ibidem*. p. 14.

⁷³ *Ibidem*, p. 27.

que pertenece a una clase privilegiada no puede ser compartido de un modo general por una sociedad, por tanto no adquiere ese valor en el imaginario colectivo. Sin ir más lejos, Reynolds expresa acerca de esto que: “El territorio de lo retro no es la casa de remates o el puesto de antigüedades sino el mercado de pulgas, [...] los negocios de segunda mano y los lugares donde se venden trastos viejos”.⁷⁴

Dicho esto, podemos observar cómo lo retro tiene unas características que no se pueden desligar del contexto del capitalismo tardío en el que nos encontramos. Lo retro vendría a apelar al espíritu popular de los integrantes de la lógica cultural del capitalismo tardío, en tanto que todos los objetos que se referencian son productos anteriores a un capitalismo no tan tardío —un *pasado inmediato* de ese capitalismo tardío—, un recuerdo de aquello que las personas vivieron o que no llegaron a vivir, pero que anhelan. Podemos decir que lo retro reactiva las capas virtuales de nuestro pasado como cultura y nos devuelve actualmente esos productos que se encuentran cercanos y lejanos al mismo tiempo.

Este suceso tiene unas implicaciones no inocuas. Tanto por el motivo por el cual se reviven todo tipo de artefactos culturales, como por el efecto nostálgico que pueden tener en nosotros. La preocupación de Reynolds no solo radica en la nostalgia devenida por esta fijación hacia nuestro pasado, sino también cómo esta fijación con nuestro pasado revela algún tipo de fatiga creativa en lo relativo a la originalidad y a la innovación cultural. Vemos que estamos atrapados en un contexto en el que las múltiples referencias al pasado son más ubicuas que nunca, en una extenuación creativa que más que inspirarse del pasado lo emplea como herramienta para el pastiche. Se trata de un síntoma propio de nuestros tiempos en lo que refiere a crear nuevas formas artísticas o relativas a la cultura. Parecería que, muchas veces, la originalidad hoy tiende más que nunca a ser una extensión y reformulación en vez de una creación genuina —en comparación con otros momentos históricos—. Esta posición en la que nos encontramos históricamente nos pone entre la espada y la pared en lo que respecta al por qué de nuestra compulsión hacia el pasado. Reynolds plantea, de un modo muy evocador, varios interrogantes acerca de esta cuestión:

¿La nostalgia obstaculiza la capacidad de avanzar de nuestra cultura? ¿O somos nostálgicos precisamente porque nuestra cultura ha dejado de avanzar y por lo tanto debemos mirar inevitablemente hacia atrás en busca de momentos más potentes y dinámicos? ¿Pero qué ocurrirá

⁷⁴ *Ibidem*, p. 27.

cuando nos quedemos sin pasado? ¿Nos estaremos dirigiendo a una suerte de catástrofe cultural-ecológica, en la que los recursos de la historia pop se habrán agotado?⁷⁵

Nuestra posición no es tan radical como la de Reynolds, no creemos que todo lo nuevo esté masticado, remodelado y puesto de nuevo en circulación. Ahora bien, lo que sí que es cierto es que, actualmente, muchos productos culturales tienden a requerir del pasado todavía más que en otros momentos históricos. A día de hoy, el cambio no se daría tanto por el proceso de rebatir o superar una fase anterior, sino más bien por la tendencia a la inspiración y al *collage* de aspectos interesantes de diferentes lugares.

Este problema es agudizado principalmente por el sesgo teleológico que nos hace pensar que todo lo nuevo debe desbancar a lo anterior, como si el recorrido hacia el futuro transformase ineluctablemente las cosas en una evolución y, por consiguiente, en una superación cualitativa. Esto aparentemente cobra sentido en el ámbito tecnológico y científico, pero en el ámbito cultural es una suposición absurda. No podemos catalogar una película o una canción, por ejemplo, como mejor porque sea más nueva. Sin embargo, sí podemos decir que una teoría científica o una nueva tecnología es más precisa y eficiente que la anterior. De modo que parecería que en la escena cultural hemos asumido un papel similar, cuando realmente la creación y la producción cultural se mueven por unos criterios no tan precisos y en gran medida subjetivos. Este tipo de fijaciones y esperanzas con respecto al papel de lo nuevo es catapultado por la moda. La moda no solo destacaría una serie de productos y símbolos sobre otros, sino que también promovería la compra generalizada de aquellos que tengan la cualidad pasajera de “estar de moda”. Vemos que la moda y el capitalismo son íntimos amigos, ya que todo aquello que apunte al deseo de la masa estará de moda el tiempo que tenga el foco de atención o hasta que la gente pierda el interés, es decir, que “pase de moda”. La moda se asienta a partir de ese movimiento cíclico de lo que es deseado de manera generalizada y, por tanto, consumido. Dramáticamente, luego decae al estadio de la indiferencia, la fealdad o la extrañeza del por qué nos gustó aquello que nos gustó. De modo que la tensión entre lo estático y lo dinámico refleja el movimiento de la moda. Todo lo que está de moda es deseado porque está de moda, pero lo que está de moda muta constantemente y deja de serlo para dar paso a otra cosa que estará de moda. Dice Reynolds lo siguiente:

La moda está relacionada con los cambios pero no con el Cambio en el sentido de progreso. Por ser un sistema en movimiento pero fundamentalmente estático, la moda no es sólo lo opuesto del

⁷⁵ *Ibidem*, p. 14.

cambio sino que en algún sentido profundo se opone al cambio en el sentido artístico o político. Hablamos de movimientos artísticos o de movimientos políticos porque avanzan en dirección a algo, y en el proceso definitivamente echan por la borda las etapas anteriores de desarrollo o las ideas anticuadas. Pero en la moda todo lo *démodé* vuelve a estar *à la mode* tarde o temprano.⁷⁶

De tal modo, podemos encontrar un hiato entre la moda y el arte. De un modo curioso, una cita de Jean Cocteau al respecto dice lo siguiente: “El arte produce cosas feas que frecuentemente se vuelven más hermosas con el tiempo. La moda, por su parte, produce cosas bellas que siempre se vuelven feas con el tiempo”.⁷⁷ Aparentemente el arte y la moda parecen ir de la mano pero, a su vez, se alejan de su posición ontológica fundamental: el arte permanece mientras que la moda se desvanece. Este hecho no resulta trivial, ya que como observábamos nuestra cultura tiende a esa búsqueda de novedad constante, un intento de dar frescura y estatus a aquel que posee algo o tiene un estilo de tal o cual tipo. Sin embargo, este proceso tiene consecuencias en nuestro modo de relacionarnos con nuestros productos culturales. Al creer que siempre podemos acceder a algo nuevo que supla lo anterior, estamos pretendiendo que siempre habrá algo nuevo, algo inédito, algo que elimine el aburrimiento de lo acostumbrado. Esta exigencia tiene un peso muy fuerte sobre nuestra cultura, ya que realmente es algo que no puede ni debería forzarse.

De este modo, encontramos que lo retro es un refugio magnífico para la creación de lo nuevo, algo nuevo aunque sea fundamentalmente dependiente de lo viejo. Podemos encontrar también en la ropa vintage este suceso, el consumo de prendas de otra época y la recuperación de estilos anteriores para oponerse a lo que está de moda. Desde luego es un movimiento paradójico, ya que lo vintage —como oposición a la moda— en el momento que se populariza se vuelve moda también. Aún así, vemos como esa mirada al pasado inmediato otorga al ansia de novedad un punto de referencia donde apoyar su ambición de diferenciarse socialmente. Al respecto de lo retro y lo vintage, Reynolds manifiesta lo siguiente:

Lo retro y lo vintage están obviamente relacionados: son las dos caras de una misma moneda, que es la incansable pulsión de la moda hacia el cambio constante. Este movimiento veloz genera una inmensa montaña de productos *passé*, ropa que ya no se descarta ni se destruye pero anda a la deriva por el mundo. Fundamentándose en la construcción de la “obsolescencia psicológica” a través de la publicidad y otras formas de presión, la moda insiste en que la ropa sea prematuramente descartada, mucho antes de que se agote su posibilidad de uso. El valor simbólico de una prenda expira mucho antes de que desaparezca su valor de uso. Cuando esa ropa es revendida o donada a una institución de caridad, ingresa en una economía subsidiaria

⁷⁶ *Ibidem*, p. 215.

⁷⁷ *Ibidem*, p. 219.

donde circula indefinidamente. Algunas de esas prendas obtienen una segunda vida cuando readquieren valor simbólico.⁷⁸

Más allá de que la moda sea un fenómeno que amplifique y reverbere el fomento de lo retro y la nostalgia, realmente la complicación que encontramos se da al esperar de ello que siempre haya algo nuevo. Al fin y al cabo, la moda es el nexo entre la cultura y el capitalismo tardío, el espacio donde interseccionan y, por tanto, el lugar donde se fragua el deseo y la producción cultural. De este modo, vemos que “el futuro nunca se inventa lo suficientemente rápido y el pasado reciente se acumula en montones de bienes simbólicamente depreciados”.⁷⁹ Esta pulsión es más preocupante todavía que la propia pulsión de consumir y estar a la moda, puesto que vemos que nuestra cultura quema sus reservas de creatividad y las redirige al pasado para tratar de lubricar de nuevo la maquinaria de la producción cultural. Sin embargo, esto resulta problemático por lo siguiente:

La innovación estética jamás puede ser un flujo constante y está sujeta al estancamiento, el bloqueo y el agotamiento de las ideas. Hasta cierto punto puede ser tentador para los artistas mirar hacia el pasado inmediato y reinvestigar ideas que fueron abandonadas prematuramente durante la etapa creativa. Lo retro se transforma así en un rasgo estructural de la cultura pop: es la inevitable fase descendente que sucede a la fase maníaca anterior, pero también es una respuesta a la acumulación de estilos e ideas cuyos potenciales no han sido completamente extraídos.⁸⁰

Como vemos, la mirada al pasado es como una mina de la que extraer recursos por explotar, un lugar donde inspirarse creativamente por todos aquellos matices que pueden ser rescatados y exaltados de nuevo⁸¹. Sin embargo, la cara oculta de este proceso revela la fatiga de la crisis creativa, una crisis sustentada en la aceleración de la búsqueda de novedades que estén a la altura en calidad y distinción de las que cristalizaron en un pasado. De un modo ilustrativo, Reynolds evoca una acertada analogía entre la economía y la producción cultural:

Es un proceso análogo al síndrome que los economistas llaman “sobreacumulación” (cuando se crea un superávit de capital que no encuentra salidas aptas para la inversión porque el mercado de consumo está saturado, lo cual lleva a los capitalistas a recurrir a la especulación financiera para evitar el colapso). Como una economía en pleno auge, cuanto más fértil y dinámico es un género, más se prepara a sí mismo para el advenimiento del equivalente musical-cultural de la recesión: el retro.⁸²

⁷⁸ *Ibidem*, pp. 218-219.

⁷⁹ *Ibidem*, p. 432.

⁸⁰ *Ibidem*, p. 221.

⁸¹ “Los movimientos impulsados por la nostalgia pueden funcionar como maneras de atravesar épocas estancadas, de mantener la fe hasta la próxima fase ‘up’”, *Ibidem*, p. 261.

⁸² *Ibidem*, p. 432.

Así pues, podemos afirmar que gran parte de esta recesión cultural devenida por la tendencia nostálgica en nuestros productos culturales es un efecto del agotamiento. La nostalgia como un efecto de la mirada a productos culturales más potentes o con una singularidad irremplazable, junto a la oxidación de una brújula que oriente la novedad y el cambio en los productos culturales del futuro.

A la postre, esta problemática se juega en el tablero de lo ya hecho y de lo posible. La distinción que Gilles Deleuze hizo en *Quad*, su análisis sobre la obra de Beckett, resulta muy precisa y reveladora con respecto al problema que estamos planteando. Al fin y al cabo, el problema de la constante resonancia del pasado se deriva de la extenuación de lo posible. Deleuze nos hablará de la distinción entre el cansancio y el agotamiento, ya que ambas instancias implican consecuencias diversas:

Agotado es mucho más que cansado. La persona cansada ya no tiene ninguna posibilidad (subjetiva): así que no puede realizar ninguna posibilidad (objetiva). Pero la posibilidad sigue existiendo, porque nunca nos damos cuenta de ella. Pero la posibilidad permanece, porque nunca realizamos todo lo que es posible; incluso damos a luz nuevas posibilidades a medida que las realizamos. El cansado sólo ha agotado la realización, mientras que lo agotado agota todo lo posible. El cansado ya no puede realizar, pero el agotado ya no puede posibilitar.⁸³

El quid de la cuestión es el siguiente, ¿nuestra cultura está cansada o está agotada? Las consecuencias ontológicas de este hecho son drásticas. En primer lugar, como observa Deleuze, el cansancio apela a la esterilidad subjetiva, a la falta de inspiración o a la ausencia de condiciones que posibiliten lo posible. Sin embargo, el agotamiento apela a la posibilidad de posibilitar, como si de un recurso natural se tratase. Si el terreno donde yace la materia prima de lo nuevo está estéril, toda posibilidad queda relegada a la revisión de las posibilidades conocidas. Por tanto, el problema se encuentra en este punto: ¿hemos agotado nuestras posibilidades? ¿O nuestra cultura ha entrado en crisis con respecto a posibilitar nuevas posibilidades? La diferencia es crucial, una nos condena al abismo sin frenos, la otra alumbra con la esperanza de futuros tiempos mejores. Por ello, nuestra cultura “agota lo que *no se realiza* en lo posible”,⁸⁴ toda posibilidad virtual busca ser realizada en acto, como si el combustible de la creatividad fuese infinito.

⁸³ Deleuze, G. «*L'épuisé*» en S. Beckett, *Quad*. (Traducción propia). Paris: Les Éditions de Minuit, 1992, p. 38.

⁸⁴ *Ibidem*, p. 38.

3.2. Hauntología: Los fantasmas del pasado

En 1993 Jacques Derrida impartió las conferencias que darían lugar a su obra titulada *Espectros de Marx*. En este libro, bastante peculiar, Derrida trata de hacer una relectura de Marx y esgrimir una defensa no-marxista en favor de Marx. A modo de reacción ante la polémica y citada obra de Francis Fukuyama *El fin de la historia y el último hombre*, Derrida se propone hacer una réplica a sus pretensiones mesiánicas. Recordemos que el autor, en esta obra, contempla el colapso y la caída de la URSS como el acontecimiento que fuerza el triunfo glorioso del capitalismo sobre el comunismo, y por extensión la victoria del bloque occidental sobre el oriental. Las consecuencias que Fukuyama deriva de este evento son la manifestación objetiva de la preponderancia del modelo de las democracias liberales como el adalid del avance de la civilización. Fukuyama pretende “poner la bandera de Estados Unidos sobre la luna”, tratando de mostrar el fin de la historia en tanto que los diques de resistencia ante la globalización se rompen y ahora todo se enmarca en la lógica del mercado y en la democracia liberal. Ante estos supuestos, la crítica de Derrida pretende ser incisiva y directa. Sin embargo, nuestra preocupación o el motivo por el cual presentamos esta obra no es por el interés acerca de la cuestión de la crítica a Fukuyama, sino más bien por ciertos efectos que Derrida deriva de esta.

El punto que nos interesa es cómo Derrida rescata de Marx la noción de espectro o fantasma para sacar punta a su crítica. La victoria que menciona Fukuyama, descansa en la rendición del comunismo y, en consecuencia, la demostración de las ideas del marxismo como erradas. No obstante, el argumento de Derrida consiste en recordarnos que, aunque el comunismo como modelo muera, el espectro de Marx no ha muerto⁸⁵. Es decir, la idea del marxismo, aquello que se sustrae a lo que fue cuando estaba vigente y también aquello que puede ser para aquellos que quieran repensarlo seguirá vivo en tanto que fantasma. Derrida se jacta al mostrar la inocencia de Fukuyama al creer que, por matar al muerto, se iba a tener el terreno completamente liso para poder aplicar el modelo liberal sin interferencias, como si la caída del bloque supusiera un colapso inminente también para todo sistema de creencias. En palabras de Derrida:

⁸⁵ “Un fantasma no muere jamás, siempre está por aparecer y por (re)aparecer”, Derrida, J. *Espectros de Marx: El Estado de la deuda, el trabajo del duelo y la nueva internacional*. Madrid: Editorial Trotta, 2012, p. 115.

En el momento en que un nuevo desorden mundial intenta instalar su neocapitalismo y su neoliberalismo, ninguna denegación consigue liberarse de todos los fantasmas de Marx. La hegemonía sigue organizando la represión y, por tanto, la confirmación de un asedio. El asedio pertenece a la estructura de toda hegemonía.⁸⁶

Como vemos, la cuestión del asedio y del fantasma van a ser capitales en lo que corresponde a la crítica derridiana. Debemos tener en cuenta que con esta noción de fantasma, Derrida pretende señalar un problema o una realidad que va más allá del fantasma de Marx. El espectro de Marx, al fin y al cabo, es puesto como ejemplo para explicar y mostrar la figura ambivalente del fantasma. Lo que pretende hacer Derrida es una *hauntología*⁸⁷, debemos entender por este extraño concepto un juego de palabras entre el concepto de ontología —la rama de la filosofía que versa acerca del ser— y los conceptos de *hanter*, *hanté* y *hantise*, en francés, que tienen varios significados: atormentar, obsesionar, habitar, asediar, etc. *haunt*, en inglés, con la misma raíz⁸⁸.

El punto al que queremos llegar es que, mediante el concepto de hauntología, Derrida pretende comprender o analizar la naturaleza hauntológica de los fantasmas. La figura conceptual del fantasma se mueve entre aquello que *es* y *no es* al mismo tiempo, ontológicamente ausente y presente, una figura anfibia y ambigua, ya que la reconocemos como presente en su virtualidad pero ausente en acto. Expone Derrida lo siguiente acerca del fantasma:

Repetición y primera vez, es quizá ésa la cuestión del acontecimiento como cuestión del fantasma: ¿qué *es* un fantasma?, ¿qué es la *efectividad* o la *presencia* de un espectro, es decir, de lo que parece permanecer tan inefectivo, virtual, inconsistente como un simulacro? ¿Hay *ahí* entre la cosa misma y su simulacro una oposición que se sostenga? Repetición y primera vez,

⁸⁶ *Ibidem*, p. 50.

⁸⁷ También se ha traducido como “fantología” o “espectrología”. Nosotros preferimos utilizar “hauntología” ya que, por los motivos que aduciremos, permite conservar mejor el juego de palabras en francés e inglés. Sin embargo, para la noción de “fantasma” empleamos indistintamente el término “espectro”.

⁸⁸ Como tratamos de mostrar, la traducción pierde algunos de los significados en castellano, nos gustaría remarcar los diferentes matices que Derrida sintetiza en el concepto de hauntología. A continuación, dejamos la nota de los traductores, para los que fue una ardua tarea rescatar su multivocidad:

Expresiones como «encantado/a», «encantar», «encantamiento» —que, por otra parte, se usan en el texto con otros fines— o «embrujo», «embrujo», «embrujo» no cubren suficientemente el alcance de *hanter*, *hanté(e)*, *hantise*. *Hanter* —Derrida insiste en ello continuamente— es el modo de habitar de los espectros. Por otro lado, *hanter* viene a traducir también el *umgehen* del Manifiesto y el *es spukt* de Marx y de Freud, no lo olvidemos. Entre los múltiples sentidos de *umgehen* no se encuentra ninguno de los que admitiría una traducción canónica y literal de *hanter*. Ahora bien, «obsesión», que traduciría *hantise*, se define normalmente como: «(de *obsidio*) relativo al asedio...». Asediar es una forma de «estar» en un lugar sin «ocuparlo»: uno de los sentidos del *umgehen* transitivo (uso militar: rodear una posición). De ahí la elección, tal vez algo audaz, de «asediar», «asedio», «asediado» para *hanter*, *hantise*, *hanté(e)*. *Ibidem*, pp. 17-18.

pero también repetición y última vez, pues la singularidad de toda *primera vez* hace de ella también una *última vez*. Cada vez es el acontecimiento mismo una primera vez y una última vez. Completamente distinta. Puesta en escena para un fin de la historia. Llamemos a esto una *fantología* [hauntología]. Esta lógica del asedio no sería sólo más amplia y más potente que una ontología o que un pensamiento del ser (del *to be* en el supuesto de que haya ser en el *to be or not to be*, y nada es menos seguro que eso).⁸⁹

La perspicacia de Derrida se encuentra al positivizar un concepto que señala el recoveco de aquello que se diluye en el sutil movimiento entre la ausencia y la presencia. La noción de fantasma señala aquellos entes que se encuentran fuera de quicio, dislocados, como cosas que no tienen una presencia efectiva o actual, pero que su ser/no-ser se manifiesta en ese movimiento intermitente. La potencia de la noción de fantasma radica en esta doble naturaleza, en el ejemplo de Marx se ve claro. Aunque Marx, el comunismo y el marxismo estén muertos, el espectro de Marx sigue asediando el imaginario colectivo, su presencia se mantiene virtualmente.

El movimiento del asedio —*hanter*— implica una obsesión, una vuelta o reaparición de lo que fue en el pasado, algo que ya no es pero que su presencia atormenta en el presente. Una suerte de embrujo, un ente virtual que acecha con su re-aparición en el presente más allá de que su actualidad sea caduca. El fantasma es escurridizo de pensar porque su presencia no es efectiva, su lugar es paradójico. Dice Derrida que el fantasma está “dentro de él fuera de él: éste es el lugar fuera de lugar de los fantasmas en todas partes en donde fingen fijar domicilio”.⁹⁰ La propia contradicción inherente a su naturaleza comienza cuando habita y se desplaza rompiendo con la temporalidad lineal. El fantasma tuvo una presencia actual en el pasado, o puede tener una presencia actual en el futuro, pero su presencia/ausencia se manifiesta en el presente, acecha y asedia el presente. Derrida rescatará la expresión empleada en el *Hamlet* de Shakespeare que dice “*the time is out of joint*”. Su traducción sería que el tiempo está fuera de quicio, está dislocado, desarticulado. El tiempo está fuera de sus goznes, en tanto que el pasado y el futuro se comunican con el presente de un modo hauntológico, de un modo fantasmal que parecería que rompe con la linealidad esperada. Expone Derrida al respecto:

Mantener unido lo que no se mantiene unido, y la disparidad misma, la misma disparidad —volveremos constantemente a ello como a la espectralidad del espectro— es algo que sólo puede ser pensado en un tiempo de presente dislocado, en la juntura de un tiempo radicalmente dis-yunto, sin conjunción asegurada. [...] Lo que aquí se dice del tiempo vale también, por consiguiente o por lo mismo, para la historia, incluso aunque ésta pueda consistir en reparar, en los efectos de coyuntura, y el mundo es eso, la disyunción temporal: «*The time is out of joint*», el tiempo está *desarticulado*, descoyuntado, desencajado, dislocado, el tiempo está trastocado,

⁸⁹ *Ibidem*, p. 24.

⁹⁰ *Ibidem*, p. 122.

acosado y trastornado, *desquiciado*, a la vez desarreglado y loco. El tiempo está fuera de quicio, el tiempo está deportado, fuera de sí, desajustado.⁹¹

De este modo, podemos observar cómo la figura del fantasma manifiesta unas características singulares a la hora de comprender e interpretar ciertos entes que escapan de la metafísica de la presencia, en tanto que su manifestación alude a un más allá que los retrotrae a un más acá.

Si hemos considerado imprescindible el concepto de “hauntología” para nuestra investigación, es por las afinidades que encontramos con el movimiento de la propia nostalgia. Podemos afirmar sin lugar a duda que la nostalgia es hauntológica. Todo lo que hemos mostrado anteriormente acerca de esa ambigüedad temporal es representativo de la nostalgia, ese estar dislocado en su temporalidad, esa afección actual proyectada por un fantasma virtual. Así pues, podemos continuar con esta cuestión desde las lentes de la nostalgia. El propio Simon Reynolds que analizamos en el anterior apartado ya lo hizo de un modo más secundario. Sin embargo, en su obra *Los fantasmas de mi vida*, Mark Fisher interpretará la nostalgia en clave hauntológica, reflexionará ampliamente acerca de esta conexión llevándolo a su vida personal y al plano cultural.

En primer lugar, si decimos que la nostalgia es hauntológica es justamente por ser una emoción que tiene unas implicaciones propias de este estado entre ser/no-ser, ausencia/presencia y una temporalidad dislocada. Si reparamos en ello, nuestro objeto de nostalgia, sea el que fuere, nos viene a la mente como un recuerdo virtual que tiene implicaciones en nuestro presente actual. De modo que la temporalidad nostálgica apelaría a nuestros fantasmas del pasado, la vuelta de estos mismos al presente sería siempre bajo la ambivalencia de una presencia ausente, de un ser que desde luego ya no es. Sin olvidar que la nostalgia también nos asedia, un desencadenante que nos produzca ese recuerdo nostálgico hace que nos venga a la cabeza de forma intempestiva e incluso obsesiva; un fantasma que nos re-aparece por las implicaciones que tuvo para nosotros en su día. Fisher, apoyándose en Hägglund, muestra la forma del movimiento hauntológico:

Refiriendo nuevamente la distinción de Hägglund entre *lo que ya no es más* y *lo que todavía no es*, podemos diferenciar provisionalmente dos direcciones de la hauntología. La primera remite a lo que ya *no es más* pero permanece como una virtualidad que en realidad *es*, como la traumática “compulsión a repetir” un patrón fatal. El segundo sentido remite a lo que *todavía no* ha ocurrido actualmente, pero que *ya es* efectivo virtualmente: un atractor —para usar el término

⁹¹ *Ibidem*, p. 31.

matemático que designa a un conjunto de valores hacia los que tiende un sistema—, o una anticipación que influye sobre el comportamiento presente.⁹²

Como observamos, la hauntología tiene dos direcciones, la de los fantasmas del pasado hacia el presente y la de los fantasmas del futuro hacia el presente. Evidentemente, la que es motivo de nuestro interés es la primera; los fantasmas que fueron actuales pero que, ahora en su ausencia actual, se deslizan en una presencia virtual. Los fantasmas del futuro nunca han sido actuales, aunque lo serán, su modo de ser es distinto. Sin embargo, los fantasmas del pasado asedian en la nostalgia porque se sabe de ellos que su retorno nunca más será actual, que tan solo pueden volver como esa ausencia presente, como una ensoñación pasajera. De este modo, entendiendo la dirección del fantasma del pasado hacia el presente, el movimiento hauntológico en tanto que asedio se muestra también como un tipo de persecución o de tormento. Nuestros recuerdos, o nuestra nostalgia, pueden tender hacia una repetición compulsiva, un eterno retorno fantasmático de lo que ya no es pero que, en tanto que se presenta, sigue siendo en su ausencia. Fisher dirá que “la hauntología puede ser construida como un duelo fallido. Se trata de negarse a dejar ir al fantasma o —lo que a veces es lo mismo— de la negación del fantasma a abandonarnos”.⁹³

El libro que comentamos de Fisher, *Los fantasmas de mi vida*, no tan solo analiza la hauntología en un sentido general, sino que, con un aspecto absolutamente autobiográfico, Fisher rememora productos culturales de *su* pasado y los pone de ejemplo para reflexionar. Sin olvidar que la depresión, que le llevó finalmente al suicidio, es un elemento central de la obra: el fantasma de *su* depresión. A este respecto, no resulta trivial señalar cómo, al fin y al cabo, los fantasmas son siempre íntimos, cada uno tiene sus propios fantasmas que le asedian, que le atan a su pasado. Interseccionando con lo mencionado, Fisher trae a colación una canción que le marcó en su vida y que perfila lo que estamos tratando de mostrar. Esta canción titulada *Ghosts* —“fantasmas” en inglés— de la banda británica Japan, decía en su estribillo lo siguiente:

“Just when I think I’m win-ning/ when I’ve broken every door/ the ghosts of my life/ blow wild-er/ than the win-d [Justo cuando pienso que estoy ganando/ cuando había roto cada puerta/ los fantasmas de mi vida/ soplan más salvajes/ que el viento]”.⁹⁴

⁹² Fisher, M. *Los fantasmas de mi vida: Escritos sobre depresión, hauntología y futuros perdidos*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra, 2019, p. 45.

⁹³ *Ibidem*, p. 49.

⁹⁴ *Ibidem*, p. 66.

Como se muestra, el estribillo de esta canción es determinante en el título de la obra y el contenido, además de que es magníficamente preciso con el asedio hauntológico y el pasado que se creía enterrado. Este espacio intersticio entre el presente y el pasado es lo que da lugar a la hauntología y, por extensión, a la nostalgia, como tratamos de mostrar en esta investigación. La represión del pasado no lo suprime, todo esfuerzo por conjurarlo tan solo da pie a que vuelva con más fuerza. Expone Fisher acerca de esto lo siguiente:

El tiempo presente —o más bien, la vacilación entre pasado y presente— crea una ambigüedad que sugiere una eternidad fatalista, una compulsión a repetir que puede transformarse en una profecía autocumplida. Los fantasmas regresan precisamente por el temor a que lo hagan...⁹⁵

Este tormento hauntológico no se revela tan sólo como un efecto puntual en ciertas personas, sino que, a su vez, se revela como un síntoma nostálgico propio de nuestra época, una reverberación constante del pasado en nuestro presente. Como vimos con Derrida, el problema se sitúa especialmente en nuestra temporalidad, “*the time is out of joint*”, el tiempo está fuera de quicio. Nuestra relación con el pasado está más trastocada que nunca, nuestra posibilidad de volver a él es más accesible que nunca. Las implicaciones psíquicas son manifiestas, la oportunidad de una hauntología es consecuencia de que haya unas condiciones de posibilidad que permitan que un análisis de este tipo emerja. Nos encontramos en una situación inédita, y nuestro contexto histórico empuja a propulsar esta dislocación temporal. Tal como muestra Fisher:

Internet y la tecnología de las telecomunicaciones móviles alteraron la textura de la experiencia cotidiana hasta volverla irreconocible. Sin embargo, o quizás a causa de todo esto, hay una creciente sensación de que la cultura ha perdido su capacidad de asir y articular el presente. O podría ser que, en un sentido muy importante, ya no exista más un presente susceptible de ser asido o articulado.⁹⁶

Podemos representar la imagen del tiempo lineal mediante la metáfora de una cadena: en esta cadena cada eslabón es un fragmento temporal que sucede al anterior. Parecería que en otros tiempos, el acceso a un eslabón anterior de la secuencia fuera mucho menos accesible. Actualmente ya no, ahora podemos entrar en contacto con todo tipo de accesos directos a nuestro pasado, nuestra memoria es más potente que nunca, en tanto que es externalizada gracias a la tecnología. Como expone acertadamente Fisher,

⁹⁵ *Ibidem*, p. 66.

⁹⁶ *Ibidem*, p. 33.

“parece que lo que perdimos es la propia capacidad de perder”.⁹⁷ Estamos condenados al recuerdo permanente, hemos perdido la pérdida.

Tal como se desarrolló en el anterior subapartado, ya no solamente es que el pasado esté más presente que nunca, sino que nuestro uso y abuso de él es más recurrente que nunca. La idea de futuro ha perdido fuelle, ahora el pasado mantiene un aire de mayor novedad que el porvenir. En tanto que el futuro parece agotado, el retorno hacia el pasado implica una revisión y reestructuración de lo que fue, un intento de descubrir detalles no reconocidos y de extraer algo pasado por alto. En el fondo, la hauntología es un reflejo o un intento de capturar esa desarticulación congénita de nuestro tiempo. En el contexto del capitalismo tardío, vivimos a través de esta quebradiza fragmentación, diferentes secuencias solapadas entre el pasado, el presente y el futuro. Las metas, horarios y calendarios como proyecciones de un “por-venir” y los recuerdos de todo tipo como retroyecciones a un “lo que fue”. La cuestión que resuena de fondo es la quiebra de nuestro tiempo y espacio⁹⁸, como el título de la película de Dan Kwan y Daniel Scheinert, “todo a la vez en todas partes”. Parecería que en la acumulación y vorágine del constante cambio tecnológico hubiéramos perdido la brújula del dónde y en qué momento estamos. Por eso, la nostalgia y la mirada al pasado nos recuerdan con seguridad aquel cuándo y dónde, la posibilidad de un ancla en el que rememorar idealmente un pasado perdido. Un pasado perdido que solo puede re-aparecer en forma de fantasma. En pocas palabras, Fisher manifiesta explícitamente la desolación a la que nos referimos: “El presente, roto, desolado, constantemente se borra a sí mismo, dejando pocas huellas. Las cosas llaman tu atención por un momento pero no las recuerdas por mucho tiempo. Sin embargo, los recuerdos antiguos persisten, intactos... Constantemente rememorados...”.⁹⁹ La memoria y el olvido han sido trastocados, la fragmentación temporal nos aboca al recuerdo de aquellos fragmentos valiosos para cada uno.

⁹⁷ *Ibidem*, p. 187.

⁹⁸ “Las ‘tele-tecnologías’ colapsan tanto el espacio como el tiempo. Eventos distantes en el espacio pueden estar instantáneamente disponibles para una audiencia”, Fisher, M. *Los fantasmas de mi vida: Escritos sobre depresión, hauntología y futuros perdidos*, op. cit., p. 46.

⁹⁹ *Ibidem*, p. 152.

PARTE 2: Espacios liminales, nostalgia y capitalismo tardío

4. Espacios liminales: Contextualización del fenómeno artístico

El silencio, el espacio que asusta y que cautiva...
Al fondo de mis noches Dios con su sabio dedo
traza una pesadilla multiforme y sin tregua.

Temo al sueño lo mismo que a un enorme agujero,
lleno de vago horror que lleva no sé a dónde;
sólo infinito veo por todas las ventanas.

Y mi espíritu, siempre por el vértigo obseso,
envidia la insensibilidad de la nada.
¡Ah! ¡Y no poder huir del Ser y de los Números!

~ Charles Baudelaire¹⁰⁰

Los espacios liminales emergen como un fenómeno artístico vanguardista nacido en los márgenes de Internet. Su primera aparición se dió en 2019, gracias a foros como *Reddit* o *4chan*, que han posibilitado toda una subcultura alrededor de la compartición de imágenes con un conjunto de características similares.¹⁰¹ Los espacios liminales se adscriben al llamado *social media art*¹⁰²—un tipo de *net.art*—, una estética de internet¹⁰³ que depende exclusivamente de las redes sociales para su producción y difusión. Este tipo de estéticas de internet se caracterizan por el anonimato de la autoría —a lo sumo se puede conocer el nombre de usuario del autor— y por universalizar la producción artística. Realmente, todo el mundo puede colaborar en la creación de este contenido, uno tan solo tiene que crear imágenes ajustándose a este estilo y publicarlas en una red social.

¹⁰⁰ Baudelaire, C. “La sima”. *Las flores del mal*. Madrid: Editorial Cátedra, 2006, p. 569.

¹⁰¹ Aesthetics Wiki. (s.f.). *Liminal Space*. Recuperado el 21 de mayo de 2024:
https://aesthetics.fandom.com/wiki/Liminal_Space.

¹⁰² “*Social media art*, ese conjunto de prácticas artísticas que tomarán las emergentes plataformas participativas de la Web 2.0 como ámbito específico de actuación. Las nuevas formas de socialización *online*, así como las lógicas propias del modelo comunicacional basado en el «*user generated content*» y, más concretamente, en la consigna «*broadcast yourself*», devendrán los ejes vertebradores esenciales de estas nuevas derivaciones del arte contemporáneo”, Prada, J. M. “Hacia una teoría del *social media art*”, *Revista de Occidente*, Núm. 465, febrero de 2020, p. 5-25.

¹⁰³ Constantemente nos referiremos al término de “estética de internet”, puesto que este es el modo común de denominar a este tipo de estilos artísticos y subculturas surgidas en torno a movimientos de producción de imágenes alrededor de un género. También nos referiremos a ello como “estética” por acortar, aunque claramente no nos dirijamos en este sentido a la estética como rama filosófica.

Debido a la novedad y la marginalidad del fenómeno artístico, la bibliografía académica acerca de este movimiento es prácticamente inexistente. Por estos motivos, la mayor parte de la información relevante de esta estética, actualmente, se encuentra en Internet. Por lo cual, las principales fuentes a las que recurriremos para recopilar información y seleccionar imágenes se extraerán de aquellas células de internet que han posibilitado la aparición del movimiento.

El origen de la estética de los espacios liminales comenzó en mayo del 2019, a partir de un hilo en el popular foro de temática libre *4chan*. En este hilo, un usuario propuso que la gente mandase “imágenes inquietantes que se sientan ‘fuera de lugar’”.¹⁰⁴ A partir de esta petición, la gente comenzó a publicar imágenes de todo tipo: lugares abandonados, carreteras solitarias, sitios lúgubres, etc. El usuario, para abrir el hilo, subió una imagen (véase Figura 1). Y a raíz de esta imagen que dió comienzo a todo, un usuario anónimo narró el contexto de la imagen —de un modo creativo e inventándoselo totalmente—, dando lugar a la leyenda urbana de las *Backrooms*:



Si no tienes cuidado y te sales de la realidad [*noclip*]¹⁰⁶ en las zonas equivocadas, acabarás en las *Backrooms*, donde no hay nada más que el hedor de una moqueta vieja y húmeda, la locura del monocolor amarillo, el interminable ruido de fondo de las luces fluorescentes al máximo zumbido y aproximadamente seiscientos millones de millas cuadradas de habitaciones vacías segmentadas al azar en las que quedarte atrapado. Que Dios te salve si oyes algo merodeando cerca, porque seguro que te ha oído.¹⁰⁷

Figura 1, *Origen de las Backrooms*, Anónimo¹⁰⁵

¹⁰⁴ 4chan. (12 de mayo de 2019). *unsettling images*. (Traducción propia). Recuperado el 21 de mayo de 2024:

<https://archive.4plebs.org/x/thread/22661164/#22661164>.

¹⁰⁵ Anónimo. (22 de abril de 2018). *Origen de las Backrooms*. 4chan. Recuperado el 21 de mayo de 2024: <https://archive.4plebs.org/x/thread/20663805/#20669208>.

¹⁰⁶ “*Noclipping* se refiere originalmente a una falla en un videojuego que permite a los jugadores atravesar objetos fijos, como paredes. En el universo de las *Backrooms*, significa entrar en dimensiones a las que los humanos normalmente no pueden acceder”, Debczak, M. (14 de octubre de 2022). *Off the Map: Why the Internet Loves Being Creeped Out By Liminal Spaces*. (Traducción propia). Mental floss. Recuperado el 21 de mayo de 2024: <https://www.mentalfloss.com/posts/why-are-liminal-spaces-creepy>.

¹⁰⁷ 4chan. (12 de mayo de 2019). *unsettling images*. (Traducción propia). Recuperado el 21 de mayo de 2024: <https://archive.4plebs.org/x/thread/22661164/#22661164>.

A raíz de este comentario, la viralización fue inminente, esto dió lugar a una historia de terror¹⁰⁸ que se iba actualizando por la comunidad virtual: discusiones acerca de la historia, nuevos niveles de las *Backrooms* y todo tipo de continuaciones del mito corrieron como la pólvora. Toda una comunidad surgió a partir de la potencia creativa de este suceso: el poder de una imagen y un comentario sobre ella. Ahora bien, esto que acabamos de comentar es el origen en sí de las *Backrooms*, que es una subcultura que nace a partir de lo que acabamos de comentar y se extiende a otros horizontes. Si hemos comentado esto acerca de las *Backrooms* es porque esta imagen prendió la chispa para la subcultura de los espacios liminales.

Esta primera imagen asienta las bases de ciertos elementos centrales en los espacios liminales. Sin embargo, todo el relato que la acompaña y la dirección que recorre el fenómeno de las *Backrooms* se aleja totalmente de los espacios liminales, en tanto que los espacios liminales no les acompaña ninguna historia que les dé contexto. Tan solo son la propia potencia de las imágenes de espacios, totalmente descontextualizados.



Figura 2, *Espacio liminal supermercado*, Anónimo¹⁰⁹

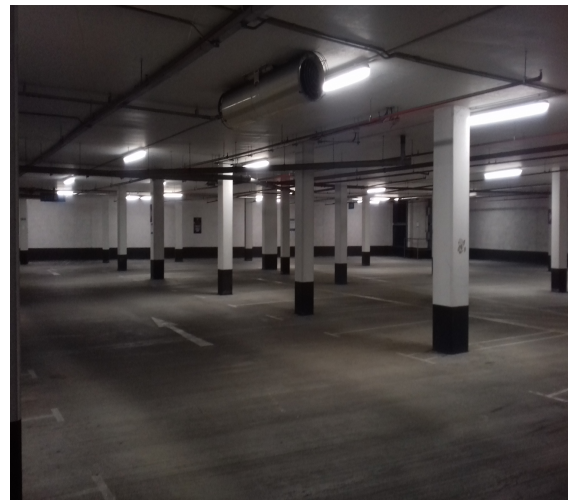


Figura 3, *Espacio liminal garaje*, Anónimo¹¹⁰

Los espacios liminales surgen a raíz de la primera imagen que hemos visto, aunque realmente los espacios liminales reelaboran las formas, juegan con los espacios con los

¹⁰⁸ Realmente se trata de un *creepypasta*, básicamente es un tipo de historia corta de terror que se comparte ampliamente a través de Internet. *Creepypasta* deriva de las palabras *creepy* (espeluznante) y *copypasta* (una adaptación de “copy-paste”, copiar y pegar en inglés), ya que estas historias suelen ser copiadas y pegadas en diferentes foros y sitios web.

¹⁰⁹ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal supermercado*. Pinterest. Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.pinterest.es/pin/706502260289509221/>.

¹¹⁰ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal garaje*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/hqg41k/parking_lot/.

que convivimos en el capitalismo tardío y nos hacen interrogarnos acerca de nosotros mismos. El interrogante surge al vernos inmersos en un ambiente que nos es, a la vez, extraño, familiar, reconfortante y espeluznante. No terminamos de saber muy bien el por qué de lo que nos provoca y, además, ésta estupefacción surge en espacios totalmente diferentes entre sí en su identidad y función. Dicho esto, tratar de categorizar y apresar lo que son los espacios liminales es una tarea complicada, nunca libre de debate y de posibles excepciones. Partiendo de esta premisa, en la comunidad r/LiminalSpace del foro Reddit —la principal comunidad en lo que respecta a producción, difusión y discusión sobre espacios liminales— se debaten ciertos aspectos y se aportan visiones con el intento de comprender más a fondo este fenómeno artístico. Puesto que, como decimos, se trata de un fenómeno surgido por la capacidad creativa y polimórfica de las cabezas que lo actualizan y participan en ello, realmente no tiene un estatuto definido previamente. Sin ir más lejos, en un hilo de gran popularidad titulado *Can someone explain Liminal Space like I'm 5?* [¿Alguien me puede explicar qué son los espacios liminales como si tuviera 5 años?], una gran cantidad de usuarios comentan su visión e interpretación de los espacios liminales. Por destacar alguno de los ejemplos más convincentes, el usuario *VoloxReddit* aporta la siguiente explicación con bastantes “me gusta” a sus espaldas, es decir, con el reconocimiento positivo de la comunidad:

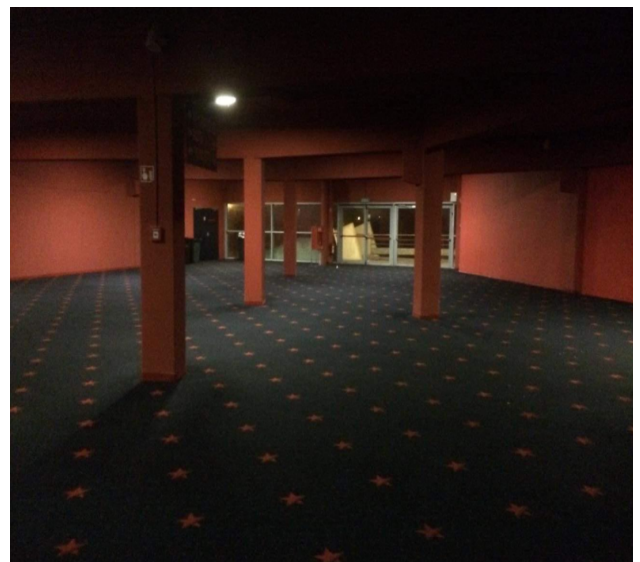


Figura 4, *Espacio liminal cine*, Anónimo¹¹¹

Los espacios liminales suelen ser espacios familiares (en apariencia) con los que se asocia una determinada función y/o entorno, pero que se presencian en un contexto nuevo o desconocido. Una ciudad sin gente. La casa vacía de tu infancia cuando ya lo has empaquetado todo y te lo has llevado a tu nueva casa. Tu colegio cuando todo el mundo se ha ido. Puestos de mercado vacíos y cerrados por la noche, sin ningún cliente a la vista. Un aparcamiento sin coches frente a un centro comercial. Siempre hay algo que nos resulta familiar en estos lugares, pero al mismo tiempo nos parecen tan ajenos y extraños porque se han alejado del entorno en el que estamos acostumbrados a verlos. Vivir en estos espacios puede ser a la vez inquietante y extrañamente

¹¹¹ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal cine*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/il5tif/dying_cinema_in_poznan_poland/.

emocionante. La liminalidad se debe más a la reacción emocional ante los espacios en cuestión. Se siente como algo de otro mundo y familiar al mismo tiempo. Eso es un espacio liminal.¹¹²

No obstante, aunque este comentario pueda servirnos de ayuda para tener una visión de entrada al fenómeno de los espacios liminales. En el siguiente apartado trataremos de hacer una caracterización lo más rigurosa posible, a partir de diversas fuentes y tratando de encontrar patrones comunes que enmarquen esta estética bajo ciertos criterios sólidos. De este modo, posteriormente, podremos tratar de separar de un modo más eficaz aquellas estéticas de internet que se deslindan de los espacios liminales al acentuar ciertos aspectos sobre otros.

4.1. Características de los espacios liminales

“Hoy y mañana, el capitalismo vive en todas partes, en nuestros televisores, teléfonos y mentes, pero en ninguna parte es más sagrado que en los relucientes templos de su interfaz con el público: el vestíbulo de la oficina, el área de recepción del hotel y, sobre todo, el centro comercial”. ~ D. Harper¹¹³

En vista de que resulta complejo diferenciar en ciertos casos aquello que es y que no es un espacio liminal, debemos ser cuidadosos a la hora de establecer las coordenadas que delinean los espacios liminales. Hay casos que pueden ser ambiguos y, como comentábamos anteriormente, incluso entre las propias comunidades hay discusiones y desacuerdos en torno a lo que delimita que una imagen sea o no un espacio liminal. De este modo, es importante señalar que, debido al modo en que se constituye este fenómeno artístico, la caracterización de los espacios liminales irá en función de los antecedentes marcados por las comunidades que normativizan sus contenidos y dan lugar a la creación de esta estética. Podemos encontrar muchos casos de imágenes con características similares a espacios liminales que no terminan de ser espacios liminales. Ocurre que, aunque tengan un nexo común, hay muchas otras estéticas relacionadas que también tienen rasgos compartidos. De todos modos, estas estéticas se pueden distinguir entre sí —cuestión que trataremos en el próximo subapartado— a partir de acentuar ciertos aspectos por encima de otros. Así pues, es imprescindible mencionar que, desde

¹¹² Reddit: r/LiminalSpace. (6 de septiembre de 2023.). *Can someone explain Liminal Space like I'm 5?*. (Traducción propia). Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/16b0e3p/comment/jzb0d5g/>.

¹¹³ Tanner, G. *Un cadáver balbuceante: El Vaporwave y los fantasmas electrónicos*. Barcelona: Editorial Holobionte, 2022, p. 84.

sus comienzos, la estética de los espacios liminales puede resultar confusa a la hora de delinear su estatuto, puesto que no todo lo que parece ser un espacio liminal lo es. Sin embargo, caracterizando sus rasgos de despunte y diferenciación podremos comprender ciertos rasgos fundamentales a nivel teórico. Mediante este análisis de rasgos distintivos podremos ver con mayor claridad lo qué son y, a su vez, distinguirlos de lo que no son.

En primer lugar, los espacios liminales se caracterizan por ser siempre lugares con una ausencia total de personas.¹¹⁴ La estética de los espacios liminales está embargada de un aspecto de soledad abrumadora por parte del espectador (véase Figura 5 y Figura 6); pareciera incluso que la foto no ha sido tomada por una persona, como si se hubiera disparado de un modo desconocido y hubiera llegado hasta nosotros como un mensaje desde otro lugar; como una botella que ha llegado a la orilla de la playa. Esta sensación de soledad empuja a que uno se encuentre como si fuese un observador en tercera persona. La soledad del espectador junto a la ausencia de personas, sostiene esa extraña falta de contexto que empuja a la extrañeza con el lugar y con uno mismo. Además, debido a la edición, las imágenes tienden a provocar una sensación de ensoñación que se encuentra entrecruzada con la familiaridad del lugar fotografiado. Como si fuese un sitio en el que se hubiera podido estar antes, pero que resulta inquietante por su manifiesto sentido de irrealidad.



Figura 5, *Espacio liminal aeropuerto*, Anónimo¹¹⁵



Figura 6, *Espacio liminal centro comercial*, Anónimo¹¹⁶

¹¹⁴ Reddit: r/LiminalSpace. (7 de junio de 2022.). ****You must read this before posting****.

Recuperado el 22 de mayo de 2024:

https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/v6ihmx/you_must_read_this_before_posting/.

¹¹⁵ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal aeropuerto*. Pinterest. Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<https://www.pinterest.es/pin/644085184201362577/>.

¹¹⁶ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal centro comercial*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024:

https://www.reddit.com/r/TheVirginZone/comments/1luzcta/benson_en_los_backrooms/.

En segundo lugar, los espacios liminales son lugares que frecuentemente son transitados por personas. Lugares hechos *por y para* personas, diseñados específicamente para satisfacer sus necesidades, propios de sociedades occidentalizadas y en relación directa con la lógica cultural del capitalismo tardío. Además, la sensación de extrañeza que producen estos espacios se da por el asombro de que estén absolutamente vacíos. Este fenómeno tiene una estrecha relación con un término conceptualizado en los últimos años: la *kenopsia*. De acuerdo con *The Dictionary of Obscure Sorrows*¹¹⁷, la *kenopsia* se explica del siguiente modo:

La atmósfera inquietante y desolada de un lugar que suele estar repleto de gente, pero que ahora está abandonado y silencioso —el pasillo de un colegio por la noche, una oficina sin luz un fin de semana, recintos feriales vacíos—, una imagen emocional posterior que lo hace parecer no sólo vacío, sino hipervacío, con una población total en negativo, tan llamativamente ausente que brilla como un letrero de neón.¹¹⁸

Como se puede observar, el concepto de *kenopsia* capta con gran precisión la sensación que suscitan los espacios liminales, una atmósfera de vacío y silencio, un lugar que se esperaría lleno de gente. Todo ello en la frialdad de un espacio que se caracteriza por ser de paso, lugares que no invitan a permanecer en ellos.

En tercer lugar, y en conexión con el punto anterior, los espacios liminales —tal como muestra su nombre— se caracterizan por su liminalidad.¹¹⁹ Constitutivamente, los espacios liminales son siempre lugares para ser recorridos, cumplen la función de estar dispuestos como medios para llegar a otros lugares. Lugares diseñados para desplazarse, para ir de un punto a otro. No son lugares a los que uno iría por el disfrute del propio lugar en sí. Se trata de lugares que son dispuestos como medios más que como fines. Aeropuertos, centros comerciales, supermercados, pasillos, garajes, etc. Todos ellos son espacios que destacan por ser de tránsito, porque son lugares a los que se va por algún

¹¹⁷ *The Dictionary of Obscure Sorrows* es un proyecto iniciado por John Koenig donde pretendió definir y acuñar ciertos neologismos para describir emociones no descritas por el lenguaje ordinario. Es decir, crear conceptos nuevos para emociones no conceptualizadas todavía.

¹¹⁸ *The Dictionary of Obscure Sorrows*. (s.f.). *kenopsia*. (Traducción propia). Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<https://www.dictionaryofobscuresorrows.com/post/27720773573/kenopsia>.

¹¹⁹ “Su sentido puede rastrearse en la palabra latina *limen*, que significa “umbral”. Lo liminal o liminar (del latín *limināris*) hace referencia a una zona de pasaje, a una puerta de entrada, al origen de una zona de ambigüedad en la que algo deja de ser lo que era, para potencialmente poder transformarse en otra cosa”, Instituto de Artes del Espectáculo: Universidad de Buenos Aires. (s.f.). *Área de Investigaciones en Artes Liminales*.

Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<http://iae.institutos.filo.uba.ar/%C3%A1rea-de-investigaciones-en-artes-liminales#:~:text=Su%20sentido%20puede%20rastrear%20en,poder%20transformarse%20en%20otra%20cosa>.

otro motivo. Nadie va a un supermercado o a un garaje por el placer y la singularidad del lugar. Sin embargo, es importante remarcar que no debemos asumir que por el mero hecho de que un sitio sea un lugar de paso, acto seguido este se trate de un espacio liminal. Deben darse ciertas condiciones, como las señaladas, para que se trate de un espacio liminal. En las bases de la comunidad de Reddit r/LiminalSpace se indica lo siguiente:

En la práctica, por tanto, la liminalidad no es sólo transición en un sentido. Una carretera es transitoria en sí misma, pero no todas las imágenes de carreteras son liminales. Sólo cuando se combinan varias cualidades transicionales un espacio se convierte en liminal. La liminalidad en la fotografía y otros medios gira en torno a la sensación de permanecer en una región o estado que normalmente se pasaría de largo sin pensarlo ni un segundo. La gente pasa por los pasillos de un aeropuerto en un instante, por lo que quedarse en ellos sería algo desconocido y casi incorrecto, pero como uno vive en las habitaciones y pasillos de su propia casa, no existe ese desconocimiento, lo que elimina el elemento de transición más profundo.¹²⁰

De este modo, que un espacio sea liminal no se basa tan sólo en el hecho de que sea un lugar de paso. La liminalidad implica una transición, un umbral en el cual la estancia es rápida y pasajera. Al referirnos al concepto de liminalidad, debemos remontarnos a su origen. Victor Turner fue el antropólogo que profundizó en el concepto de liminalidad —aunque primeramente fue desarrollado por Arnold Van Gennep— a partir de sus estudios sobre la tribu ndembu en África. El concepto antropológico trata de capturar la ambigüedad de ciertas fases rituales en las que uno se encuentra entre un punto y otro de un estatus social y vital determinado:

La “liminalidad” como concepto sociológicamente útil denota la fase intermedia de cualquier proceso ritual que puede dividirse, siguiendo a Van Gennep, en tres fases analíticamente distintas y en la que un individuo pasa de un estatus social a otro, por ejemplo, y de forma clásica, de ser un niño a convertirse en un hombre adulto, o cuando una niña se convierte en mujer (por ejemplo, durante lo que se conoce como rituales de iniciación). Durante la fase intermedia de un proceso, se entiende que los individuos implicados “ya no” y, al mismo tiempo, “todavía no”. Se trata así, de una fase ambigua.¹²¹

Como vemos, el concepto de liminalidad en antropología registra ese estatuto ambiguo, ese punto intermedio en el cuál uno “no es ya” ni “ha llegado aún” a otro estadio social. Por su parte, encontramos que los espacios liminales son lugares que, más allá de estar codificados con funciones específicas, comparten el hecho de ser prominentemente

¹²⁰ Reddit: r/LiminalSpace. (7 de junio de 2022.). ***You must read this before posting***. (Traducción propia). Recuperado el 22 de mayo de 2024:

https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/v6ihmx/you_must_read_this_before_posting/.

¹²¹ Wels, H. van der Waal, K. Spiegel, A. & Kamsteeg, F. “Victor Turner and liminality: An introduction”. (Traducción propia). *Anthropology Southern Africa*, Núm. 34(1&2), 2011, p. 1.

liminales. Su rasgo distintivo es justamente la utilidad de servir de paso, de estar entre un punto y otro. Si tenemos en cuenta los elementos señalados anteriormente, podemos comprender mejor el modo en el que los espacios liminales son capaces de catalizar una gran variedad de sensaciones contradictorias.

En relación con lo mencionado, y en cuarto lugar, uno de los aspectos decisivos que caracterizan a los espacios liminales es la particularidad de emociones ambivalentes que suscitan, un espectro amplio, contradictorio y polarizado. Más allá de la interpretación personal y subjetiva de cada uno, las imágenes de espacios liminales tienden a polarizar en la variedad de sensaciones que provocan. Algunas imágenes pueden tender a la incomodidad y a lo siniestro, otras pueden ser muy tranquilas y cálidas. Además, la nostalgia y la sensación de pertenencia suelen estar muy presentes en estas imágenes. Por descontado, muchas veces estas pueden parecer triviales e insulsas y, al contrario, también pueden ser muy inspiradoras y fascinantes. Podría parecer evidente o absurdo reparar en un primer momento en las emociones que provocan, sin embargo, no es irrelevante, ya que los espacios liminales son una máquina abrumadora de evocar sentimientos contrarios y de gran intensidad. Esto también justificaría la popularidad de dicho fenómeno artístico a lo largo y ancho del ciberespacio¹²², puesto que, por lo que hemos ido mostrando anteriormente, estas imágenes son capaces de producir nostalgia, *kenopsia*, incertidumbre, paz, inquietud, y otras muchas sensaciones próximas. Tal y como expone Jake Pitre:

Un espacio liminal puede ser un lugar en el que uno se imagina soñando o viendo en la televisión. Puede estar teñido de tragedia o ser inexplicablemente triste en su cotidianidad. Los espacios liminales pueden ser a la vez reconfortantes e incómodos, nostálgicos e inquietantes, íntimos y antinaturales.¹²³

¹²² “Si los espacios liminales han tenido tanto éxito, es porque las imágenes de esta categoría destilan una estética muy particular, que combina comodidad e inquietud”, ALT236, *Liminal: Les nouveaux espaces de l'angoisse*. (Traducción propia). Paris: Editions Hoëbeke, 2023, p. 17.

¹²³ Pitre, J. (2 de noviembre de 2022). *The Eerie Comfort of Liminal Spaces*. (Traducción propia). The Atlantic. Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2022/11/liminal-space-internet-aesthetic/671945/>.



Figura 7, *Espacio liminal McDonald's*, Anónimo¹²⁴



Figura 8, *Espacio liminal escaleras*, Anónimo¹²⁵

De modo que cada imagen de un espacio liminal tiende a reservar una serie de sensaciones particulares no transferibles a otros espacios liminales ni a otras personas. Al mismo tiempo que alguien puede fantasear con encontrarse físicamente en un espacio liminal determinado, otra puede sentir que ese espacio es lúgubre, tétrico y nada deseable.¹²⁶

Tras haber mostrado estos cuatro puntos determinantes a la hora de dilucidar la idiosincrasia de los espacios liminales, podemos afirmar que la consideración de estos cuatro aspectos nos permite ajustar unas coordenadas insoslayables para comprender el fenómeno artístico que tratamos de examinar. Después de haber repasado estos puntos, en el próximo subapartado trataremos de revisar algunas estéticas de internet que tienen una gran conexión con los espacios liminales. Además, trataremos la cuestión de la nostalgia en relación con estas estéticas, para destacar la presencia recurrente de esta emoción en dichas estéticas y enlazarlo con la problemática de nuestra investigación.

¹²⁴ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal McDonald's*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/backrooms/comments/18v9w11/finally_ive_been_so_hungry/.

¹²⁵ Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal escaleras*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/qinmlb/i_dreamed_of_this_place_and_recreated_it_o_n/.

¹²⁶ Se nos podría contraargumentar que el arte, desde siempre, ha generado una variedad de sensaciones subjetivas en aquellos que aprecian una obra artística. Si bien es cierto que el gusto por una obra es subjetivo y esto no es nada nuevo, queremos enfatizar que los espacios liminales no solo se caracterizan por producir rechazo o deseo, sino que inducen una amplia y polarizada gama de sensaciones *muy concretas* —como las ya mencionadas— en los espectadores que los observan.

4.2. Nostalgia y estéticas de internet

Ahora que hemos presentado su origen y contexto, y también hemos diseccionado las diferentes partes que están presentes en la estética de los espacios liminales, llega el momento de poner en sintonía este tema con el hilo conductor de esta investigación. Para ello, analizaremos la cuestión de la nostalgia en relación con los espacios liminales en el capitalismo tardío, pero a tenor de este suceso trataremos de presentar también algunas de las principales estéticas de internet, que como dijimos anteriormente, están muy relacionadas con los espacios liminales. De este modo, podremos entender mejor el contexto sociocultural en el que se fragua este movimiento, puesto que —aunque nosotros hayamos hecho hincapié en los espacios liminales— la realidad es que la nostalgia está impregnada en diversas producciones culturales de nuestra época.

Lo primero que debemos tener en cuenta es que la nostalgia es un aspecto consustancial a las diferentes estéticas, la intención de despertar nostalgia y el modo en el que lo hará cada una tendrá sus matices. También cabe destacar que, aun cuando todas estas estéticas pueden compartir ciertas cualidades concretas —como, por ejemplo, la nostalgia o la evocación de atmósferas particulares— se diferencian en los elementos visuales y conceptuales que exploran y destacan. De todos modos, también cabría remarcar que, muchas veces, estas estéticas son interseccionales: una misma imagen puede pertenecer o estar muy relacionado con otro estilo similar.

La primera de las estéticas de internet que nos gustaría mencionar es el *Vaporwave*. Una estética pionera, de comienzos de los años 2010, y que sin ser una estética espacial —en el sentido de ser exclusivamente de espacios—, ha tenido un gran recorrido e influencia en las estéticas posteriores. Esta estética, a diferencia de las demás, no solo se quedó en el medio visual; sino que se intercaló con una producción musical con el mismo nombre e intenciones. Es más, el género musical *Vaporwave* también trata de transmitir ese “regreso al futuro”. Una música fantasmagórica que rescata *beats* de los años ochenta y noventa, juega con sonidos mecánicos —como puedan ser el crepitar de un vinilo o un VHS distorsionado— para tratar de resucitar esa experiencia que en su día fue futurista. El filósofo que más ha trabajado este tema, Grafton Tanner, lo expone del siguiente modo:

El *Vaporwave* es un estilo artístico que busca reorganizar nuestra relación con los medios electrónicos, forzándonos a reconocer la falta de familiaridad de la tecnología omnipresente. [...]

La música *Vaporwave* tiende a enfatizar el carácter inquietante de los *glitches* por medio de la repetición, los efectos de audio como la distorsión, los cambios de tono y la compresión.¹²⁷

La estética *Vaporwave* nace de una mezcla paradójica que va desde la sátira, hasta la oda de la sociedad de consumo y sus productos culturales¹²⁸. El *Vaporwave* rescata del imaginario colectivo ciertos logos, aparatos, y elementos muy relacionados con los años noventa y la digitalización. Todo ello con la intención de simular un regreso nostálgico a esa época y, a su vez, mostrar una crítica cultural “sobre el rápido ritmo del avance tecnológico y la mercantilización del pasado”.¹²⁹



Figura 9, *Imagen Vaporwave I*, Anónimo¹³⁰

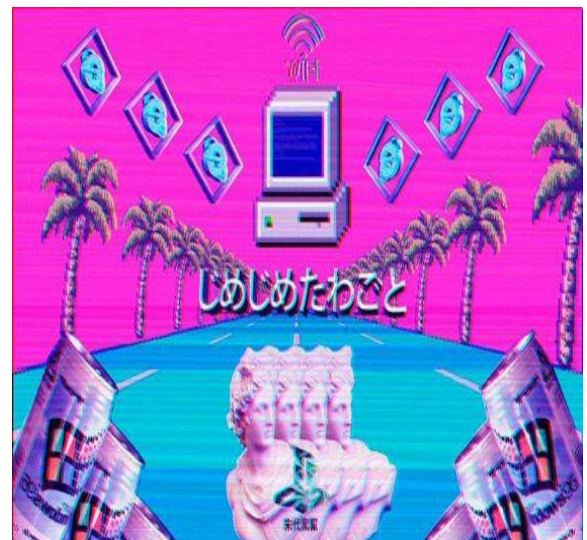


Figura 10, *Imagen Vaporwave II*, Anónimo¹³¹

En esta estética, las imágenes están sobrecargadas de artefactos culturales del pasado, logos como el de Windows 95, PlayStation 1, Internet Explorer, etc. Todo ello en un *horror vacui* de imágenes descontextualizadas: una especie de retrofuturismo con colores pastel, elementos pop de los noventa y bustos griegos que desorientan en esa

¹²⁷ Tanner, G. *Un cadáver balbuceante: El Vaporwave y los fantasmas electrónicos*, op. cit., p. 39.

¹²⁸ En cierto modo, el *Vaporwave* es deudor del *Pop Art* del siglo XX. En tanto que se nutre indefectiblemente de la sociedad de consumo y le rinde cultura a la par que la ironiza. Más allá de estos motivos, el *Vaporwave* resulta original por integrar la nostalgia, la tecnología electrónica y el Internet primerizo. Aún valiéndose de la cultura popular, se hace un hueco de un modo novedoso en los motivos y las formas que explora.

¹²⁹ Aesthetics Wiki. (s.f.). *Vaporwave*. Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<https://aesthetics.fandom.com/wiki/Vaporwave#History>.

¹³⁰ Anónimo. (s.f.). *Imagen Vaporwave I*. Aesthetic Wallpapers. Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<https://aestheticwallpapers.io/img/674716>.

¹³¹ Anónimo. (s.f.). *Imagen Vaporwave II*. Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<https://www.pinterest.cl/pin/418342252897414108/>.

ambigua mirada hacia el pasado y el futuro. Sobre la música *Vaporwave*¹³², que tiene el mismo fin que su estética visual, expresa ALT236 lo siguiente:

A menudo, la música suena como si estuviera sonando en un centro comercial. Este planteamiento, que consiste en manipular fragmentos sonoros del pasado y dañarlos de tal manera que aflore una inesperada nostalgia moderna. [...] También es a menudo un poco distópico o crítico con la sociedad de consumo, ya que estas atmósferas nos retrotraen a una forma de edad de oro capitalista.¹³³

El *Vaporwave*, aún siendo una estética que se aleja bastante en muchos aspectos de los espacios liminales —o de las estéticas que comentaremos a continuación—, resulta imprescindible para comprender las demás estéticas de internet. Su relevancia en ciertos motivos críticos, o ciertos elementos formales, resuenan en las demás estéticas de internet. Al fin y al cabo, el *Vaporwave* fue la estética pionera en insistir sobre la nostalgia de nuestro pasado cultural inmediato. Todo ello junto a esa curiosa mezcla de crítica y elogio al capitalismo tardío, en tanto en cuanto es el contexto vital de los sujetos en Occidente.

Dicho esto acerca del *Vaporwave*, ahora presentaremos sólo algunas —puesto que hay decenas con variaciones y matices— de las estéticas que son muy cercanas a los espacios liminales. La primera de ellas, el *Dreamcore*, como su nombre indica trata de reflejar una atmósfera onírica. El *Dreamcore* trata de reflejar representaciones

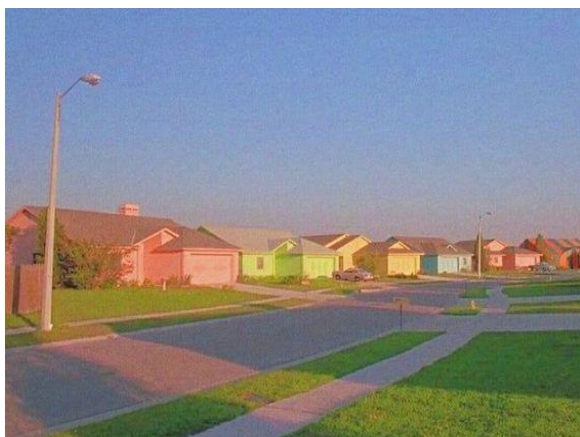


Figura 11, *Imagen Dreamcore*, Anónimo¹³⁴



Figura 12, *This place is paradise/purgatory*, Anónimo¹³⁵

¹³² Si se quisiera escuchar una canción del género *Vaporwave* recomendamos tal vez la más icónica del género, titulada: “リサフランク420 / 現代のコンピュー” del álbum *Floral Shoppe* del artista Macintosh Plus. Fuente: <https://youtu.be/bAgmGZ9iQ2Y?si=zXXAb-cdj0WoiBNI>.

¹³³ ALT236, *Liminal: Les nouveaux espaces de l'angoisse*. (Traducción propia), *op. cit.*, pp. 67-68.

¹³⁴ Anónimo. (s.f.). *Imagen Dreamcore*. Aesthetic Wallpapers. Recuperado el 23 de mayo de 2024: <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Dreamcore?so=search>.

¹³⁵ Anónimo. (s.f.). *This place is paradise/purgatory*. Reddit. Recuperado el 23 de mayo de 2024: <https://www.reddit.com/r/dreamcoreaesthetic/comments/zhsnbd/purgatory/>.

inconscientes, con una manifiesta inspiración e intención surrealista. Nos atreveríamos incluso a decir que es una especie de “neosurrealismo”, ya que acoge elementos de distorsión de la realidad, aspectos inverosímiles pero que, a su vez, se mezclan con paisajes y lugares tanto estafalarios como hipnóticos. A diferencia de los espacios liminales *stricto sensu*, en el *Dreamcore* si encontramos espacios abiertos y a veces incluso teñidos de una falsa naturaleza, o una naturaleza exagerada. Del mismo modo que reflejan un ambiente agradable y onírico, también pueden mostrar lugares perturbadores y propios de una pesadilla. A veces, se emplean colores pastel y, en algunos casos, puede llegar a haber textos evocativos.

En segundo lugar, el *Weirdcore* —*weird*, “raro” en inglés— es otra estética de internet que tiene cierta relación con el *Dreamcore* y los espacios liminales, pero que tiende a resaltar una extrañeza incómoda en el ambiente y el contexto. Si los espacios liminales estaban fuera de contexto, y el estafalario contexto del *Dreamcore* sería estar en un sueño; en el *Weirdcore* esta ambigüedad no llega a ninguna parte. Las imágenes suelen tener baja calidad, además de un aspecto surrealista. Sin embargo, la intención de fondo sería crear una sensación de extrañeza en la que uno no llega a comprender el por qué de lo mostrado. Se hace uso de elementos visuales que desafían la lógica y las expectativas, muchas veces consiguiendo sensaciones de incomodidad y nostalgia. A veces también pueden ir acompañadas de un texto, que en lugar de ayudar a situarte, termina lanzándote a una mayor ausencia de sentido.



Figura 13, *Imagen Weirdcore I*, Anónimo¹³⁶



Figura 14, *Imagen Weirdcore II*, Anónimo¹³⁷

¹³⁶ Anónimo. (s.f.). *Imagen Weirdcore I*. Pinterest. Recuperado el 23 de mayo de 2024: <https://ar.pinterest.com/pin/635289091209803820/>.

¹³⁷ Anónimo. (s.f.). *Imagen Weirdcore II*. Reddit. Recuperado el 23 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/weirdcore/comments/u0ttmw/nostalgia_loop/.

Ahora que hemos mostrado algunas de las diferentes estéticas de internet, llega el momento de presentar la que culmina con la cuestión que estamos tratando, es decir, la llamada *Nostalgiacore*. Como su nombre indica, ésta estética trata de resaltar ante todo la cuestión de la nostalgia. Las estéticas anteriores —incluidos los espacios liminales— producen nostalgia de un modo colateral, mientras que la *Nostalgiacore* lo hace de un modo central. Para ello, los lugares que presenta suelen ser espacios teñidos de una atmósfera infantil, lugares que tienden a evocar la infancia a través de objetos o recuerdos inocentes. Suelen ser lugares cerrados, pero también hay espacios abiertos. Con colores brillantes y llamativos, lugares recreativos y con una atmósfera cálida: ambientaciones típicas de los años noventa y la primera década del siglo XXI, un estilo que apela sin lugar a duda a la infancia de las generaciones Millennial y Z.



Figura 15, *Imagen Nostalgiacore I*, Anónimo¹³⁸



Figura 16, *Imagen Nostalgiacore II*, Anónimo¹³⁹

Como hemos mostrado, tanto los espacios liminales como muchas de las estéticas de internet son una constante invitación a la nostalgia. Más allá de las distinciones que hemos señalado para diferenciar y relacionar unas con otras, vemos que se desarrollan e interseccionan en un mismo contexto artístico y cultural. La sensación de irrealidad está presente en las diferentes estéticas, todas mezclan la ausencia de personas en lugares tanto inhóspitos como también extrañamente reconfortantes. Además, muchas veces son derivaciones de espacios liminales que integran elementos de contexto, surrealismo o extrañeza.

¹³⁸ Anónimo. (s.f.). *Imagen Nostalgiacore I*. Pinterest. Recuperado el 23 de mayo de 2024: <https://www.pinterest.es/pin/601723200208236462/>.

¹³⁹ Anónimo. (s.f.). *Imagen Nostalgiacore II*. Pinterest. Recuperado el 23 de mayo de 2024: <https://www.pinterest.es/pin/406027722661467372/>.

Que todas estas estéticas expresen de forma compulsiva un halo nostálgico no es casual ni tampoco es baladí. A la postre, estas estéticas se viralizan y son compartidas por cientos de miles de personas, no son algo desdeñable en la cultura del ciberespacio. Si la nostalgia está presente de forma desmesurada en las generaciones más jóvenes, esto se muestra como un síntoma latente de nuestra época, y la interpretación de los espacios liminales nos permite dar cuenta de ello. No sabemos con plena certeza qué nos quiere decir, pero vemos a través del síntoma nostálgico cómo sale a flote una imperiosa necesidad de mirar al pasado con añoranza: una vista atrás al pasado como una zona de confort, lugares oníricos como ventanas a otras realidades, todo ello bajo la sensación fugaz e ilusoria de recuperar un objeto perdido.

El éxito de estas estéticas se debe a su potencia evocadora, son un soplo de aire fresco y provocan un intenso despertar de sensaciones. Realmente, esta nostalgia nos es evocada por cosas que no hemos vivido, o por espacios en los que no hemos estado —aunque haya veces que inconscientemente nos retrotraigan a espacios conocidos—. Este fenómeno tan peculiar, sentir nostalgia por algo que no hemos vivido, ha sido acuñado también en *The Dictionary of Obscure Sorrows* con el nombre de *anemoia*. El siguiente fragmento expone acertadamente en qué consiste exactamente:

La *anemoia* se define, de acuerdo a diferentes testimonios e incluso publicaciones, como aquella nostalgia por algo que no se ha vivido, por experiencias no propias y ni siquiera necesariamente reales, sino también imaginarias. Puede ser también relacionada con una época pasada como futura, en este último caso, imaginaria. En este sentido, la *anemoia* suele generarse cuando hay un estímulo, y no solo un pensamiento. Por ejemplo, muchas personas indican experimentarla cuando escuchan música o ven un video y se animan a compartir sus emociones.¹⁴⁰

Al fin y al cabo, estas estéticas despiertan, evocan y simulan la sensación nostálgica sin necesariamente haber vivido lo que se ve. En el caso del *Vaporwave* es manifiesto, hay una fijación con productos culturales de los años noventa. Pero también, en las distintas estéticas de espacios encontramos de un modo tácito una sensación de sosiego particular; una soledad placentera. Concretamente, con respecto a los espacio liminales, Marcel Mensah se refiere de un modo muy preciso a esta nostalgia que provocan: “Los ‘espacios liminales’ se refieren a una variedad de sentimientos, imágenes, lugares y conceptos arraigados en lo que puede denominarse ‘nostalgia incómoda’”.¹⁴¹ Al fin y al

¹⁴⁰ La República. (21 de octubre de 2022). *¿Sientes nostalgia por algo que no viviste? Le llaman anemoia y muchos la experimentan*. Recuperado el 23 de mayo de 2024:

<https://larepublica.pe/datos-lr/respuestas/2022/10/21/sientes-nostalgia-por-algo-que-no-viviste-le-llaman-anemoia-y-muchos-la-experimentan-emociones-psicologia-asmr-diccionario-youtube-evat>.

¹⁴¹ Mensah, M. (18 de julio de 2022). *Internet Aesthetic Movements: Getting Lost in Liminal Space*. (Traducción propia). Loner Official. Recuperado el 23 de mayo de 2024:

cabo, esa nostalgia muchas veces es difícil de abrazar. Aunque anheláramos estar en uno de esos espacios, lo más seguro es que si se hiciese real ese sueño, al rato se convertiría en una pesadilla.

El contenido manifiesto de todas estas estéticas apela directamente a una serie de generaciones nacidas a partir de los años ochenta en adelante —sobre todo entre finales de los ochenta y comienzos de la primera década del siglo XXI—, concretamente a su infancia y adolescencia. Realmente es difícil apuntar a una génesis de la nostalgia, puesto que a pesar de que nos aflija como hemos mostrado con los diferentes argumentos que hemos expuesto anteriormente, la realidad es que, en todo caso, su origen es multifactorial. Lo que sí podemos señalar es que la tecnología, con su constante transitoriedad e impacto sobre nosotros, es determinante en el modo en el que interactuamos y nos relacionamos con nuestro entorno. Todos aquellos productos culturales obsoletos que formaron parte de nuestra vida, y fueron queridos en su momento, son un recuerdo que marca y que, con el paso del tiempo, pueden ser objeto de nuestra nostalgia. Como testimonia Tracy Draws a tenor de lo que mencionamos:

La tecnología digital era relativamente nueva cuando yo era niño. Aún recuerdo los primeros *smartphones* que utilizaron mis padres, cuando eran del tamaño de la palma de la mano y para desbloquear la pantalla de bloqueo había que deslizar un botón en lugar de introducir una contraseña. Como la tecnología digital estaba aún en sus primeras fases de desarrollo, los niños eran más propensos a pasar tiempo al aire libre y a relacionarse con su entorno físico. [...] La generación Z es probablemente la última generación que crecerá con una infancia libre de las influencias de la tecnología digital.¹⁴²

Al fin y al cabo, esa fase *liminar* entre lo analógico y lo digital fue una fase romántica en la que muchos jóvenes de la actualidad se identifican con esa doble condición; ni totalmente analógicos ni totalmente digitales. Ahora ya no hay opción, la digitalización se ha constituido progresivamente como el campo de acción de nuestras sociedades. Si a ello le sumamos la pujante incertidumbre ante el futuro —precariedad laboral, amenaza de guerras y pandemias, inteligencia artificial, polarización social, crisis ecológicas y económicas, etc.—, tenemos dos motivos nada desdeñables para el síntoma nostálgico. Al fin y al cabo, ante este panorama sociopolítico, el refugio en la sencillez y la idealización de tiempos pasados nos reconfortan como una chimenea en un día lluvioso. Cecilio Paniagua menciona acerca de la psicología de la nostalgia lo siguiente:

<https://www.lonerofficial.com/post/internet-aesthetic-movements-getting-lost-in-liminal-space>.

¹⁴² Draws, T. (26 de enero de 2024). *Nostalgia Aesthetic*. (Traducción propia). Medium.

Recuperado el 22 de mayo de 2024:

<https://medium.com/@tracydraws/nostalgia-aesthetic-7c671b9b7c8e>.

Épocas, lugares y personas suelen añorarse de modo distorsionado porque la finalidad de la nostalgia no es la fidelidad histórica, sino la inducción de autoestima y de unos sentimientos de seguridad que contrarresten la angustia provocada por la amenazante toma de consciencia del desamor, la indefensión y nuestra finitud.¹⁴³

Así pues, la nostalgia surge como una respuesta a nuestra forma de vida presente, como un modo de contrarrestar el futuro incierto. A pesar de que encontremos en el síntoma un goce, un placer culpable al recordar ese pasado virtual. La realidad es que la fijación de nuestra cultura por la nostalgia expresa algo que nos supera, nos muestra nuestra indefensión aprendida ante la apabullante aceleración de la tecnología, los cambios sociales y el ritmo de vida¹⁴⁴. Como muestra esta frase de Jean Paul Richter, “la memoria es el único paraíso de donde no podemos ser desterrados”¹⁴⁵. Ante la persistente velocidad del cambio y la inestabilidad de nuestro contexto histórico, la nostalgia es nuestra forma de combatir el ser desterrados de nuestro hogar, el destierro de la temporalidad, el ser conscientes de que ya nada es como antes ni tampoco será como es ahora. La tecnología nos da las herramientas para rememorar nuestro pasado y, a su vez, nos da los motivos para sentirnos nostálgicos. Reconectamos con nuestro pasado inmediato y olvidamos que nuestro presente algún día será objeto de nuestra nostalgia. Tal y como expone Tanner, “la nostalgia cultural es más fuerte a medida que aumenta nuestro auge tecnológico. Suspiramos por la tecnología analógica y consumimos fácilmente el mito de que podemos escondernos con seguridad en la calidez predigital de las tecnologías de los medios del pasado”.¹⁴⁶

5. Los no lugares como arquetipo de los espacios liminales

A principios de los años noventa, el antropólogo Marc Augé publicó su reconocido libro *Non-lieux: Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. En este trabajo, Augé busca entender desde una perspectiva antropológica la cultura y la sociedad contemporánea. El autor centra su análisis en la propia sociedad occidental, alejándose de la tradicional mirada del antropólogo que examina culturas foráneas desde una posición externa. Lo que más nos interesa de su estudio, en relación con nuestra

¹⁴³ Paniagua, C. “Psicología de la nostalgia”, *op. cit.*, p. 39.

¹⁴⁴ El filósofo y sociólogo Hartmut Rosa hace esta distinción tripartita de un modo muy revelador en su obra *Alienación y aceleración*. Rosa examina el problema de la aceleración a través de estas tres esferas donde podemos encontrar que está habiendo una aceleración flagrante en distintos procesos de nuestra sociedad.

¹⁴⁵ *Ibidem*, p. 40.

¹⁴⁶ Tanner, G. *Un cadáver balbuceante: El Vaporwave y los fantasmas electrónicos*, *op. cit.*, p. 102.

investigación, es el análisis que hace de los denominados *no lugares*. Como veremos, los no lugares tienen una estrecha relación —no intencionada— con los espacios liminales. El motivo de nuestro cotejo de ambos fenómenos es poder detectar las consecuencias que se derivan de esta relación, atendiendo que los no lugares son un antecedente teórico manifiesto.

La primera cuestión en la que debemos reparar es que el concepto de no lugar es contrapuesto por Augé al concepto antropológico de “lugar”. Al fin y al cabo, el no lugar se opone formalmente a las características definitorias del lugar antropológico. Sin embargo, debemos señalar que, al hablar de “no lugar”, este no debe entenderse como la negación de un espacio físico. No se trata de una abstracción, el no lugar es también un espacio existente¹⁴⁷. Augé acoge la definición de Michel de Certeau¹⁴⁸ para abordar la cuestión del lugar antropológico. Tal y como indica Augé:

Michel de Certeau ve en el lugar, cualquiera que sea, el orden “según el cual los elementos son distribuidos en sus relaciones de coexistencia” y, si bien descarta que dos cosas ocupen el mismo “lugar”, si admite que cada elemento del lugar esté al lado de los otros, en un “sitio” propio, define el “lugar” como una “configuración instantánea de posiciones” [...] Histórico, por fin, el lugar lo es necesariamente a contar del momento en que, conjugando identidad y relación, se define por una estabilidad mínima.¹⁴⁹

El lugar, más allá de ser una disposición física, también es entendido en antropología como un espacio con historia, con una diversidad de elementos culturales compartidos que arraigan a los individuos a ese lugar. Con los no lugares no se da esta situación¹⁵⁰, ya que estos se caracterizan por ser anónimos; no sirven para confraternizar y entablar lazos sociales. Además, carecen de identidad e historia. Ian Buchanan muestra ciertos puntos relevantes con respecto a la contraposición entre lugar y no lugar:

El no-lugar se define en contraste con el lugar, un concepto antropológico estándar que significa una “construcción concreta y simbólica del espacio”. Como se desprende de esta vaga definición, y cómo Augé nos recuerda útilmente, el lugar es una herramienta antropológica, propiedad de su inventor, no del grupo social que se dice que lo habita. Lo que hace es nombrar un sistema relacional que integra a un pueblo con una región o un territorio, su pasado con un presente aún por forjar, su sentido de sí mismo con un futuro que están decididos a vivir.¹⁵¹

¹⁴⁷ “Agreguemos que evidentemente un no lugar existe igual que un lugar: no existe nunca bajo una forma pura”, *Ibidem*, p. 84.

¹⁴⁸ Michel de Certeau creó el concepto de no lugar antes que Augé, sin embargo Augé le dió mayor fama y utilidad al enmarcarlo en un contexto y ampliar la intuición de Certeau.

¹⁴⁹ *Ibidem*, pp. 59-60.

¹⁵⁰ “El no-lugar se opone a todo cuanto pudiera parecerse a un punto identificatorio, relacional e histórico: el plano; el barrio; el límite del pueblo; la plaza pública con su iglesia; el santuario o el castillo; el monumento histórico... , enclaves asociados todos a un conjunto de potencialidades, de normativas y de interdicciones sociales o políticas, que buscan en común la domesticación del espacio”, Delgado, M. *El animal público*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1999, p. 40.

¹⁵¹ Buchanan, I. “Non-Places: Spaces in the Age of Supermodernity”, *Social semiotics*, Vol. 9, Núm. 3, 1999, p. 394.

La potencia del concepto de no lugar se encuentra concretamente en esta diferencia: el no lugar, en contraste al lugar, no arraiga y es inútil para establecer lazos sociales. Se trata de un espacio carente de una identidad propia más allá de la identificación por su funcionalidad. El capitalismo tardío justamente se caracteriza por su capacidad de producir sistemáticamente no lugares. Al fin y al cabo, los no lugares son los lugares por antonomasia del capitalismo tardío, espacios codificados para que su uso esté determinado a satisfacer una función específica. La particularidad propia del lugar con el no lugar se ve extinta. Los no lugares son espacios reemplazables, no se les echa en falta por lo que son, se comprenden como productos espaciales con funciones y usos específicos. Por ejemplo, no se echa en falta un supermercado cuando lo trasladan a otro sitio, en todo caso, se lastima la comodidad que le daba a uno al encontrarse cerca de casa u otros motivos banales. Los no lugares diluyen la sensación de pertenencia, ya que homogeneizan los lugares convirtiéndolos en no lugares. Son un fenómeno sin precedentes, propio y característico del capitalismo tardío. Augé argumenta lo siguiente a este respecto:

Los no lugares son la medida de la época, medida cuantificable y que se podría tomar adicionando, después de hacer algunas conversiones entre superficie, volumen y distancia, las vías aéreas, ferroviarias, las autopistas y los habitáculos móviles llamados “medios de transporte” (aviones, trenes, automóviles), los aeropuertos y las estaciones ferroviarias, las estaciones aeroespaciales, las grandes cadenas hoteleras, los parques de recreo, los supermercados,...¹⁵²

En el momento que reparamos en el concepto de no lugar mediante sus matices frente al de lugar, desvelamos el hecho de que nuestras sociedades están repletas de no lugares que pensábamos que eran lugares. De modo que, aplicando esta herramienta conceptual, encontramos que nuestra realidad social está desdoblada en una dicotomía urbana que modifica la manera en la que nos relacionamos con los espacios. Los no lugares trastocan la forma en la que concebimos los lugares, ya que se muestran como espacios impersonales que inducen al aislamiento y la pérdida de identidad. Forman parte del circuito que recorre el “usuario-ciudadano” que transita por la ciudad con el fin de obtener un servicio específico, todo ello a costa del contacto humano que caracteriza los lugares tradicionales. En el siguiente pasaje, Augé ofrece una vívida representación de la frialdad implícita a los no lugares, los espacios que componen nuestras sociedades en el capitalismo tardío:

¹⁵² *Ibidem*, pp. 84-85.

Los grandes supermercados en los cuales el cliente circula silenciosamente, consulta las etiquetas, pesa las verduras o las frutas en una máquina que le indica, con el peso, el precio, luego tiende su tarjeta de crédito a una mujer joven pero también silenciosa, o poco locuaz, que somete cada artículo al registro de una máquina decodificadora antes de verificar si la tarjeta de crédito está en condiciones. Diálogo más directo pero aún más silencioso: el que cada titular de una tarjeta de crédito mantiene con la máquina distribuidora donde la inserta y en cuya pantalla le son transmitidas instrucciones generalmente alentadoras pero que constituyen a veces verdaderos llamados al orden (“Tarjeta mal introducida”, “Retire su tarjeta”, “Lea atentamente las instrucciones”). Todas las interpelaciones que emanan de las rutas, de los centros comerciales o del servicio de guardia del sistema bancario que está en la esquina de nuestra calle apuntan en forma simultánea, indiferente, a cada uno de nosotros (“Gracias por su visita”, “Buen viaje”, “Gracias por su confianza”), no importa a quién: son las que fabrican al “hombre medio”, definido como usuario del sistema vial, comercial o bancario. Esas interpelaciones lo construyen y eventualmente lo individualizan.¹⁵³

El texto presentado muestra fielmente la fragmentación psíquica propia del capitalismo tardío. Si los no lugares son lugares de anonimato es debido a que no se generan en ellos relaciones sociales reales, tan solo relaciones comerciales. Tanto quien contrata servicios o consume, como quien trabaja allí, tiene un rol asignado. Todas las personas con las que se comparte ese espacio son desconocidos que actúan bajo los mismos presupuestos de usuario que tú. En este tipo de “lugar”, nos rodeamos de individuos anónimos que, al igual que nosotros, se rigen por las mismas normas de uso del espacio. De tal forma que “el pasajero de los no lugares sólo encuentra su identidad en el control aduanero, en el peaje o en la caja registradora. Mientras espera, obedece al mismo código que los demás, registra los mismos mensajes, responde a las mismas apelaciones. El espacio del no lugar no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud”.¹⁵⁴

Como se ha ido desarrollando, los no lugares se muestran en nuestra época como los dispositivos urbanos, arquitectónicos, sociales y funcionales más emblemáticos del capitalismo tardío. Tras la presentación que hicimos de los espacios liminales en el apartado anterior, y la del capitalismo tardío en la primera parte de esta investigación, queda manifiesta la correlación que se puede trazar entre ambos. Además, el propio concepto de no lugar nos sirve de puente para explicar y comprender más a fondo los espacios liminales. Así que, a continuación, desarrollaremos finalmente algunos aspectos que nos permitan comprender ambas cuestiones desde un mismo ángulo. Después de todo, como expresamos anteriormente, los no lugares se presentan como un

¹⁵³ *Ibidem*, pp. 103-104.

¹⁵⁴ *Ibidem*, pp. 106-107.

antecedente conceptual indispensable para abordar el estudio de los espacios liminales. Tal y como expresa ALT236 en su obra *Liminal: Les nouveaux espaces de l'angoisse*:

Los *espacios liminales* tienen otra denominación académica desde al menos 1992, gracias al antropólogo Marc Augé. En un ensayo titulado *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Augé teorizó sobre los espacios liminales 30 años antes de su época, y optó por denominarlos *no lugares*.¹⁵⁵

ALT236 no se equivoca al asimilar a los no lugares como espacios liminales, puesto que estos son un antecedente espontáneo del fenómeno artístico. No obstante, es necesario reconocer que, aunque los no lugares puedan asociarse fácilmente con espacios liminales, también existen divergencias reseñables. Al reconocer ciertos desequilibrios entre sí podremos delinear mejor las convergencias que los unen, ya que, en último término, no dejamos de comparar un concepto antropológico con un fenómeno artístico —siendo el primero una clave interpretativa del segundo—. En consecuencia, podremos reunir los puntos necesarios para alcanzar la tesis que da título a este apartado, a saber, que los espacios liminales son arquetípicamente no lugares. Aún más, queremos expresar también la siguiente tesis: *todo espacio liminal es un no lugar*. Sin embargo, también decir que *no todo no lugar es un espacio liminal*. ¿Por qué motivo? Bueno, tal y como desgranamos anteriormente —en concreto en el subapartado 4.1. *Características de los espacios liminales*— las condiciones *sine qua non* de los espacios liminales son: 1) Ausencia de personas, 2) Lugares frecuentemente transitados por personas, 3) Liminalidad, 4) Reacción de emociones concretas. Como argumentamos con anterioridad, para poder hablar de un espacio liminal deben confluir estos cuatro parámetros; de lo contrario, no se trataría de un espacio liminal. En cuanto a los no lugares, estos se adecuan a una experiencia antropológica más amplia, propia del capitalismo tardío. De modo que, a continuación, revisaremos estos cuatro aspectos en contraste con los no lugares.

Si reparamos en los dos primeros puntos —1) Ausencia de personas y 2) Lugares transitados frecuentemente por personas—, al pensar en espacios liminales la ausencia de personas se enmarca como un rasgo central de estos. Aunque cabe decir que un no lugar puede verse tanto con gente como sin ella, este hecho no afectaría en absoluto a su condición de no lugar. Un espacio liminal repleto de personas ya no sería un espacio liminal, si bien un no lugar lleno de gente sería un no lugar en estado puro. En cambio, un no lugar *vacío* podría tratarse de un espacio liminal si reuniese ciertos aspectos al

¹⁵⁵ ALT236, *Liminal: Les nouveaux espaces de l'angoisse*. (Traducción propia), *op. cit.*, p. 15.

capturar una imagen y editarla. Podemos ver que los no lugares prototípicos se ajustan a espacios que son ejemplificados constantemente en las imágenes de espacios liminales —centros comerciales, aeropuertos, supermercados, etc.—. Además, sostenemos que el poder evocador de los espacios liminales radica justamente en la ausencia de personas, lo que es definido como *kenopsia*. Al fin y al cabo, un no lugar está estrechamente relacionado con lo masificado, lugares de anonimato entre masas de individuos desconocidos. El impacto de estas imágenes radica en simular lo ficticio, en imaginar no lo imposible pero sí lo improbable. Una situación que parece una contradicción cultural, pero no una contradicción lógica. Nos cuesta pensar en un centro comercial absolutamente vacío, o un aeropuerto, debido a que su funcionalidad y su condición de posibilidad se da en su uso para el tránsito de las masas. Si los no lugares se asimilan tanto a los espacios liminales es precisamente porque *los espacios liminales son no lugares vaciados*. Al ausentarse los sujetos, lo característico del no lugar se desactiva para activarse lo propio del espacio liminal. Esto hace que el no lugar se convierta en un decorado absurdo, como una maqueta a tamaño real o la escenografía de una película de Hollywood. Los no lugares representan los espacios del capitalismo tardío, espacios que tienden a ser líquidos y dinámicos por el movimiento de las masas. En cambio, los espacios liminales son inquietantemente estáticos, el desplazamiento propio de estos lugares se ve pausado, se congela el marco de acción. Un fenómeno similar, habitual en Estados Unidos, es el de los llamados *dead malls*¹⁵⁶: centros comerciales que cayeron en desuso y que finalmente terminaron abandonados. Caminar a solas por el amplio y desértico recinto de un centro comercial abandonado debe ser la experiencia más parecida a experimentar un espacio liminal en persona.

En cuanto al tercer punto —3) Liminalidad—, podemos afirmar que la liminalidad es una característica común tanto en los espacios liminales como en los no lugares. El hecho de que sean zonas de paso y de estancias fugaces, implica una conexión entre ambos. De modo que la liminalidad que es manifiesta en los espacios liminales, también es compartida con los no lugares. Aún así, cabe decir que se pueden dar excepciones puesto que un no lugar *per se* no es liminal, pero puede tender a la liminalidad mediante

¹⁵⁶ “Un dead mall (centro comercial muerto, en su traducción al castellano) es una gran superficie comercial abandonada con un ratio muy alto de tiendas vacías o con un nivel muy bajo de tráfico de consumo y que además debido a estas dos circunstancias sufre un deterioro bastante llamativo en sus instalaciones”.

La voz de Galicia. (22 de enero de 2014.). *¿Es Dolce Vita un «dead mall»?*. Recuperado el 2 de enero de 2024:

<https://www.lavozdegalicia.es/noticia/economia/2014/01/22/dolce-vita-dead-mall/00031390391937111133766.htm>.

el uso que se hace de él. También puede darse la situación de que existan no lugares que tengan las propiedades de 1) y 2) pero que luego, en su uso, no haya liminalidad. Por ejemplo, no lugares como medios de transporte —trenes, aviones, autobuses, etc.— no suelen utilizarse como escenario para imágenes de espacios liminales. Lo más probable es que sea porque su uso aunque sí sea transitorio, es estático, ya que uno pasa el tiempo en su asiento. No es una zona que recorra de paso, más bien es un espacio mediante el cual es transportado transitoriamente¹⁵⁷. El cuarto y último punto —4) Reacción de emociones concretas—, puede que sea una de las características más decisivas a la hora de delimitar el espacio liminal frente al no lugar. A fin de cuentas, los aspectos 1), 2) y 3) se puede decir que son los desencadenantes de los espacios liminales, mientras que el 4) es el efecto que estos producen. En este sentido, la diferencia principal entre los no lugares y los espacios liminales, es que los primeros no tienen que producir ni producen, normalmente, estas sensaciones; tampoco es su cometido. Esto revela el hecho de que no siempre por fotografiar un no lugar significa que vayamos a conseguir el efecto de un espacio liminal, ya que se tienen que dar las condiciones que comentamos antes. Aunque también cabe decir que una imagen de un espacio liminal puede ser creada “sencillamente”, tan solo uno debe estar en el lugar y momento indicado y ser capaz de capturarla (véase Figura 17). No obstante, recorreremos todos los días decenas de no

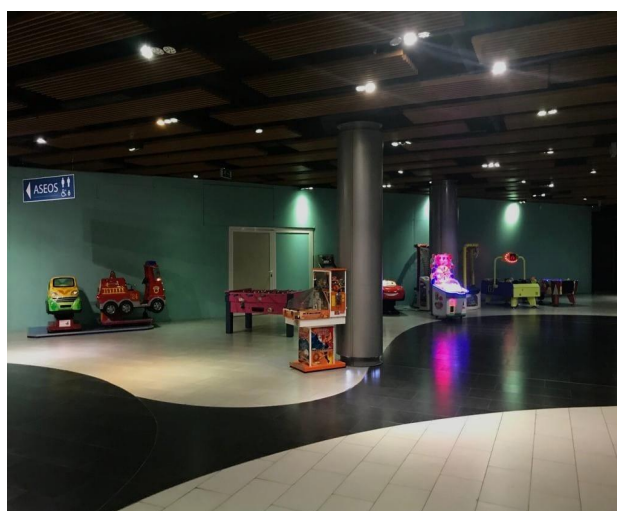


Figura 17, *Espacio liminal en el Mercado de Campanar de Valencia*, Tomada por el autor¹⁵⁸

lugares y no siempre podemos captar esos rasgos que señalamos. Además, asistimos a una paradoja extraordinaria en lo que respecta a la conexión entre los espacios liminales y la nostalgia. Como hemos mencionado durante el apartado, los espacios liminales siempre son no lugares. Ahora bien, los no lugares se caracterizaban por carecer de

¹⁵⁷ El individuo está en una cápsula que lo desplaza, más que él desplazarse de un sitio a otro. A mi parecer, este es el punto que sujeta la excepción: ser transportado y no transportarse por uno mismo. No ocurre lo mismo con los aeropuertos, estaciones de trenes, etc. En tales casos si se da la liminalidad del espacio junto al desplazamiento.

¹⁵⁸ Autor. (8 de noviembre de 2023). *Espacio liminal en el Mercado de Campanar de Valencia*. Fuente propia.

identidad e historicidad en la práctica. Esto abre un frente impactante, ¿cómo se puede sentir nostalgia por un espacio al que uno no está arraigado¹⁵⁹? Si, como dijimos, todos los espacios liminales son no lugares, ¿cómo es posible que un espacio que suele ser sentido con desapego despierte sentimientos de nostalgia? Deberemos suspender este interrogante hasta el próximo apartado.

En resumidas cuentas, podemos deducir de los argumentos presentados que *los espacios liminales son formalmente no lugares*. En otras palabras, todo espacio liminal es un no lugar, aunque no todo no lugar es un espacio liminal. Asumimos que el concepto de no lugar apela a una realidad antropológica fundamental en la sociedades contemporáneas, mientras que los espacios liminales emergen como un fenómeno artístico que encuentra su reflejo en los no lugares. A partir de la creatividad de los “usuarios-artistas” de Internet surgen los espacios liminales y, a su vez, estos se ven representados por los no lugares en tanto en cuanto estos son su condición necesaria. Como consecuencia de lo que hemos expuesto, podemos deducir un quinto punto: 5) *Un espacio liminal debe ser un no lugar*. Por las razones esgrimidas, se puede aseverar que el no lugar es el arquetipo del espacio liminal. De tal forma que un espacio liminal jamás podrá ser creado a partir de una iglesia, ni tampoco en una playa o una montaña. Así pues, el análisis de Augé cobra especial relevancia al ser aplicado a los espacios liminales, haciendo de los no lugares una condición imprescindible para su existencia.

6. La producción del espacio en el capitalismo tardío

Llegados a este punto, hemos analizado y desarrollado los diferentes aspectos que entrañan la nostalgia y los espacios liminales en el capitalismo tardío. En este último apartado, a modo de colofón y de puente entre las diversas temáticas examinadas en este trabajo de investigación, vamos a tratar la cuestión de la producción del espacio a partir de la perspectiva de Henri Lefebvre. Si nos interesa especialmente la aportación de Lefebvre es por su capacidad de alumbrar la cuestión del espacio en el sistema capitalista, señalando que este no se reduce a un mero contenedor, a una categoría trascendental, sino más bien se trata de un producto social o cultural.

¹⁵⁹ “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”, Augé, M., *op. cit.*, p. 83.

El espacio en el capitalismo tardío es el producto de condicionantes políticos, jurídicos, económicos y sociales. Seleccionar un plan urbanístico, una función específica y un código de uso y abuso implica producir un espacio, dirigirlo hacia un fin concreto y editar ese espacio neutro en un espacio inscrito a partir de un código normativo y prescriptivo. De modo que no, el espacio no es neutro en el capitalismo tardío. Al contrario, cada espacio implica una semiología que obedece a un conjunto de motivaciones semiocultas. Entender el espacio como un producto tiene unas fuertes implicaciones sociológicas y ontológicas, ya que deja de ser un agregado aséptico a ser un aspecto central en la formación de todo tipo de estructuras sociales e instituciones. Expresa Lefebvre al respecto lo siguiente:

El espacio no es nunca producido al modo en que se produce un kilo de azúcar o un metro de tela. No es un mero agregado de los lugares y sitios de esos productos: el azúcar, el trigo, la tela, el hierro. ¿Acaso se produce como una *superestructura*? No, sería más exacto decir que es la condición o el resultado de superestructuras sociales: el Estado y cada una de las instituciones que lo componen exigen sus espacios. [...] El espacio social manifiesta su polivalencia, su «realidad» a la vez formal y material. *Producto* que se utiliza, que se consume, es también *medio de producción*: redes de cambio, flujos de materia primas y de energías que configuran el espacio y que son determinados por él.¹⁶⁰

Por consiguiente, al entender el espacio como producto también lo asimilamos como efecto de intereses y estructuras que lo determinan a cumplir una serie de condicionantes. El espacio se asienta no sólo como un receptáculo de objetos y relaciones entre individuos, no se trata de una tábula rasa que se llena de cosas por capricho. Además, tampoco es inocuo, ya que tras su aparente cotidianidad oculta una serie de códigos que dirigen sus resortes sociales. Lefebvre expone extensamente acerca de la codificación del espacio, y como este se encuentra condicionado:

La consigna no es el signo. La consigna es la acción que se despliega en este espacio y el espacio prescribe tras elegir qué actividad puede tener lugar, pero es una decisión limitada. El espacio ordena en la medida en que implica un orden (y en ese sentido, también cierto desorden). Así como la decencia implica la indecencia, y la escena la cosa oculta por obscena. La interpretación viene después, por añadidura. El espacio ordena los cuerpos, prescribe o proscribe los gestos, los trayectos y los recorridos. Está producido con ese propósito; no otra es su finalidad ni otro su sentido.¹⁶¹

De modo que, atendiendo al análisis de Lefebvre, el espacio es un producto más de nuestra cultura, del mismo modo que se producen calcetines y colchones también se producen espacios. Ahora bien, no es lo mismo la producción de objetos de consumo

¹⁶⁰ Lefebvre, H. *La producción del espacio*. Madrid: Editorial Capitán Swing, 2013, p. 141.

¹⁶¹ *Ibidem*, p. 194.

que la producción de espacios¹⁶². La producción del espacio implica una multiplicidad de dimensiones que intervienen y regulan la vida cotidiana de los usuarios-ciudadanos. Al fin y al cabo, el espacio no se limita a ser un producto, sino que también involucra la propia producción, su estatuto de producto es más poliédrico que el de un objeto producido al uso. El espacio implica la práctica social de los usuarios, reúne a los individuos y estos actúan y se relacionan a través de las condiciones del marco espacial que los sujeta. De tal manera que el espacio, aunque sea producido y sea un producto, no es un producto convencional. Es un producto que sostiene la producción de los demás productos, pero que ante todo mantiene el marco de acción de las relaciones sociales que son producidas en tal espacio. Como defiende Lefebvre:

El espacio (social) no es una cosa entre las cosas, un producto cualquiera entre los productos: más bien envuelve a las cosas producidas y comprende sus relaciones en su coexistencia y simultaneidad: en su orden y/o desorden (relativos). [...] Efecto de acciones pasadas, el espacio social permite que tengan lugar determinadas acciones, sugiere unas y prohíbe otras. Entre esas acciones, unas remiten al universo de la producción, otras al del consumo (es decir, al disfrute de los productos). El espacio social implica múltiples conocimientos.¹⁶³

Si nos estamos sirviendo del análisis de Lefebvre, no es tanto porque queramos reparar detalladamente en un análisis sociológico del espacio. Más bien, traemos a colación a este autor para señalar cómo el espacio también se posiciona como un *producto cultural*. Este hecho tiene consecuencias para nuestra investigación puesto que, como se analizó en anteriores apartados, la nostalgia, como síntoma social, es fruto de las condiciones que genera el capitalismo tardío en su producción de productos culturales. Hasta ahora, nuestro análisis se centró en la nostalgia acaecida por productos culturales evidentes, ante todo producciones artísticas —música, cine o videojuegos—, pero también otros artefactos culturales como aparatos tecnológicos u objetos de nuestro pasado inmediato. Ahora bien, si tal como hemos estado mostrando, el espacio se sitúa como un producto más dentro del abanico de producciones del capitalismo tardío, en consecuencia, la nostalgia también es posibilitada a partir del espacio en tanto que es una producción cultural. Anteriormente, habíamos analizado productos culturales que eran más bien objetos, ya fuesen tangibles o intangibles. Al hablar de espacios estaríamos señalando un producto cultural no objetual, un producto cultural que se trata

¹⁶² “¿Productos? Sí, en un sentido específico, en particular por un carácter de globalidad (no de «totalidad») que no poseen los «productos» en la acepción ordinaria y trivial del término, objetos y cosas, mercancías (aunque es cierto que el espacio y el tiempo producidos, pero «segmentados», se intercambian, se venden, se compran como vulgares objetos y cosas)”, *Ibidem*, pp. 54-55.

¹⁶³ *Ibidem*, p. 129.

de un marco de acción, un continente de experiencias y un lugar con funciones específicas. De modo que, retomando la incógnita del anterior apartado acerca de los no lugares, ¿cómo es posible que un espacio que suele ser sentido con desapego despierte sentimientos de nostalgia?

Realmente creemos que el no lugar, como todo producto cultural y como todo dispositivo de experiencia, es potencialmente un detonante de la nostalgia de cada uno. Al fin y al cabo, Augé es realista señalando que los no lugares son espacios que no arraigan, son lugares que apenas varían con independencia del lugar en el que estés; un aeropuerto en España, a efectos prácticos, será similar a uno en Japón. Sin embargo, con independencia de que los espacios por sí mismos no arraiguen de un modo más personal e identitario, creemos que el producto cultural puede producir nostalgia no tanto por el espacio en sí, sino en tanto que es un marco físico y normativo de experiencias. Al fin y al cabo, si uno coge cariño a algo es porque subjetivamente ha tenido una implicación emocional con ello, la relación particular que uno tiene con las cosas es la que cristaliza la posibilidad de la nostalgia¹⁶⁴. Con esto no estamos tratando de explicar exhaustivamente el problema abordado en esta investigación ya que todavía se revela como algo indómito. Recordemos que la nostalgia muchas veces proviene de cosas que no hemos vivido, la *anemoia*. Lo curioso es que, los espacios liminales representan lugares cotidianos, espacios propios del capitalismo tardío que en condiciones normales nos producirían indiferencia. No obstante, si atendemos a las particularidades del fenómeno artístico, junto a la asunción de que estos espacios forman parte de nuestro imaginario colectivo, resulta clave presentar el espacio como un producto cultural. De este modo, los espacios en tanto que segmentos de nuestras experiencias vitales, son posibilitadores también de nuestra nostalgia. El espacio es el contorno que posibilita la experiencia, condiciona formal y materialmente la experiencia y, por tanto, se inscribe en el rango de acción del capitalismo tardío, en el motor de su lógica cultural¹⁶⁵.

Así pues, si pensamos de nuevo y más fríamente en la posibilidad de que los espacios del capitalismo —y su más ostensible representación: los espacios liminales— puedan ser también objeto de nuestra nostalgia, en el fondo no es algo tan extraño como pudiera

¹⁶⁴ “Tan pronto como un no lugar se instala como una especie de lugar, y luego cambia su logo o su diseño, la familiaridad queda perturbada y es muy posible que la nostalgia entre en liza. Podríamos sentir nostalgia por cómo eran los restaurantes de comida rápida antes, por cadenas de supermercado desaparecidas, o incluso por el antiguo diseño de las redes sociales”, Tanner, G. *Las horas han perdido su reloj: Las políticas de la nostalgia*. Barcelona: Editorial Alpha Decay, 2022, p. 57.

¹⁶⁵ “El capitalismo y el neocapitalismo han producido el espacio abstracto que contiene el «mundo de la mercancía», su «lógica» y sus estrategias a escala mundial”, Lefebvre, H., *op. cit.*, p. 111.

parecer. Es cierto que no tenemos un arraigo firme, ni nuestra tradición e identidad cultural gira sobre los no lugares que nos envuelven. Pero sería también falso negarle a estos su poder y presencia en nuestras vidas, incluso nuestro cariño y nostalgia, aunque solo fuese por las experiencias que hayan coloreado nuestras vidas en ellos, frente a su carácter de espacio frío y ordinario. Retomando a Lefebvre:

El espacio del usuario es *vivido*, no representado (o concebido). En comparación con el espacio abstracto de los expertos (arquitectos, urbanistas, planificadores), el espacio de las actividades cotidianas de los usuarios es un espacio concreto. Lo que quiere decir subjetivo. Espacio de los «sujetos» y no de los cálculos, espacio de representación que tiene un origen en la infancia, con sus trances, sus logros y sus carencias. El espacio vivido recibe su impronta del conflicto entre la inevitable madurez, larga y difícil, y la inmadurez que deja intactas las fuentes y reservas iniciales.¹⁶⁶

En última instancia, los espacios que nos rodean son los espacios de nuestra experiencia. Espacios físicos pero también temporales: la infancia, la adolescencia, la adultez, etc. Toda fase vital se recorre en espacios y, por tanto, los no lugares también son vividos por los individuos. De este modo, negar la nostalgia a los espacios del capitalismo tardío sería ridículo. Al final del día, gran parte de lo que nos rodea no deja de ser una producción cultural y, en consecuencia, es algo contingente en nuestras vidas. Como expresó bellamente Hermann Hesse, “volví a reconocer a la casualidad como destino y a las ruinas de mi vida como fragmento celestial”.¹⁶⁷ Añoramos lo que añoramos por cómo fue, y pudiendo haber sido probablemente de una forma muy distinta, es querido porque fue así y no de otra manera.

¹⁶⁶ *Ibidem.* p. 395.

¹⁶⁷ Hesse, H. *El lobo estepario*. Madrid: Editorial Alianza, 1998, p. 144.

Conclusión

Así ocurre con nuestro pasado. Es trabajo perdido el querer evocarlo, e inútiles todos los afanes de nuestra inteligencia. Ocúltase fuera de sus dominios y de su alcance, en un objeto material (en la sensación que ese objeto material nos daría) que no sospechamos. Y del azar depende que nos encontremos con ese objeto antes de que nos llegue la muerte, o que no lo encontremos nunca.
~ Marcel Proust¹⁶⁸

A lo largo de esta investigación hemos tratado de abordar una gran diversidad de temas, problemas y autores. Todo este desfile de posiciones y problemas pretende señalar una realidad social y mostrar cómo el horizonte de nuestras formas de vida implica un desafío constante. Nuestra relación con el mundo, nuestro contexto y sociedad se transforma con cambios continuos, cambios que modifican a su vez nuestro entorno y cosmovisión. Si la nostalgia, tal y como vimos en el primer capítulo, pasó de ser una patología a ser una emoción, esto se debió principalmente a la normalización de esta sobre nuestras vidas. Ahora bien, cuando la emoción deja de ser algo puntual para pasar a ser algo extendido e intergeneracional, podemos decir que su persistente presencia implica un síntoma, un síntoma social.

Creemos que hemos dado motivos suficientes para probar que esta realidad es evidente, que este síntoma es generalizado en los individuos, más allá del temperamento de cada uno. Una de las cuestiones que está en juego, o una consecuencia que sugiere este contexto, es la insoslayable correlación entre nostalgia y capitalismo tardío. Podemos decir que nuestro sistema socioeconómico despliega las condiciones de posibilidad para la tendencia creciente de producción y reproducción de la nostalgia en los individuos. Tanto por el denominado *retromarketing* —estrategias que apelan a productos culturales del pasado con el fin de conseguir ventas—, como por los motivos más bien colaterales que se desenvuelven a partir de la lógica cultural del capitalismo tardío. Estos segundos —de los cuales nos hemos ocupado durante esta investigación, por mor de su interés—, son aspectos estructurales en tanto que son posibilitados a partir del propio sistema, como un excedente del mismo. Una nostalgia que no es producida a propósito, sino que emerge como síntoma social, como un efecto residual producido en los individuos a partir de los procesos internos a la lógica del sistema.

¹⁶⁸ Proust, M. *En busca del tiempo perdido: Por el camino de Swann*. Madrid: Alianza Editorial, 2004, p. 61.

Hablamos en esta investigación de cómo la nostalgia aparece como una tendencia creciente ante el consumo de productos culturales de nuestro pasado inmediato. Esta obsesión podría ocasionarse tanto por una búsqueda de sosiego, de momentos más impactantes, o también por la calidez y excepcionalidad de aquellos productos culturales. Vimos también cómo los avances tecnológicos influyen en nuestra vida y desafían nuestra forma de ver el mundo. Teniendo la capacidad de acudir a nuestros recuerdos en forma de datos virtuales, tenemos la posibilidad de rememorar todo aquello que fue a lo largo de nuestra vida en tanto que individuos, o en nuestra historia en tanto que sociedad. Cualquier modo de reconectar con nuestro pasado alimenta los detalles de aquello que el olvido había mantenido oculto. Esta posibilidad permanente de mirar al pasado nos invita a la nostalgia, un fugaz deseo del pasado que nos puede obnubilar al proyectar hacia el futuro.

Ante este panorama, habiendo asumido el capitalismo tardío como el contexto posibilitador del síntoma, y los productos culturales como generadores de nostalgia por las implicaciones emocionales de los individuos para con ellos: afirmamos que los espacios liminales se erigen como un fenómeno artístico que abanderará la nostalgia como un atributo central, algo que queda demostrado por la reacción del público. Los espacios liminales, como tantas otras estéticas de internet u otros géneros artísticos de los últimos años, emergen como una respuesta o como una demanda emocional a la nostalgia. Los espacios liminales no son una crítica a la nostalgia en sí, sino en el mejor de los casos, son un monumento a la nostalgia, un dispositivo que cataliza el sentimiento nostálgico en el contexto del capitalismo tardío. Si vemos los espacios liminales como lo que son, concretamente un tipo de *social media art*, vemos que su viralización y expansión atiende a condiciones muy distintas a otras corrientes o vanguardias históricas que eran mucho más elitistas en su acceso y en su difusión a un público mayoritario. Si los espacios liminales han irrumpido como un fenómeno de masas en redes, es por que en ellos se refleja este síntoma propio de nuestra sociedad bajo el capitalismo tardío. Los espacios liminales apelan a la nostalgia de la gente, que ve en ellos aquello que les reconecta con su dimensión nostálgica.

Podríamos acabar esta investigación mostrando que el proceso es el siguiente: los individuos tienden hacia la nostalgia subjetivamente, ante estas condiciones históricas concretas que la fomentan y posibilitan y, por tanto, emerge como un síntoma social imperante en la actualidad. En consecuencia, los espacios liminales y las estéticas de internet se revelan como la expresión de esta nostalgia, como la sublimación de la misma a través del arte y, por ende, la objetivación de la nostalgia en el arte a partir de los *social*

media. Nunca antes la nostalgia había afectado de un modo tan generalizado, ni tampoco había habido una hiperconexión como para poder compartir y difundir la nostalgia de cada uno en nostalgia de todos. Internet y la tecnología, con sus dos caras, nos ponen las condiciones tanto para ser más nostálgicos como también para compartir y objetivar nuestra nostalgia estéticamente.

Así pues, podemos afirmar que los espacios liminales se revelan como una *expresión del síntoma* nostálgico del capitalismo tardío. No tan solo por producir nostalgia deliberadamente, sino también por evidenciar las razones que vimos en el desarrollo de esta investigación. Los espacios liminales no tan solo se manifestarían como expresión del síntoma, sino también como un *producto cultural nostálgico*. Como analizamos con Lefebvre, los espacios son un producto cultural del capitalismo y, por lo tanto, los espacios liminales son una representación de estos espacios y, en consecuencia, también de los no lugares. De este modo, si nuestra tendencia hacia la nostalgia se positiviza especialmente por medio de los productos culturales de nuestro pasado inmediato —tal como expusimos con Reynolds—, los espacios del capitalismo tardío son desencadenantes nostálgicos a su vez. Por este motivo, los espacios liminales y sus estéticas derivadas no tan solo son una crítica al capitalismo tardío, sino que paradójicamente son también una glorificación a los productos culturales posibilitados por este. Son la imagen de sus espacios presentándose como un objeto perdido y un objeto de deseo al mismo tiempo. Al contrario de los productos culturales convencionales que nos producen nostalgia —por lo que supusieron para nuestras vidas—, los espacios liminales son un producto cultural nostálgico “autorreferencial”. En el sentido de que la produce a través de sí y por lo que son en sí mismos, nos producen nostalgia intencionalmente por su constitución de base. No nos producen nostalgia por lo que supusieron en nuestra vida, nos la producen especialmente a través de la *anemoia*. Un producto cultural que se alza como estandarte de la nostalgia, que a partir de sí mismo ejemplariza lo que ocurre generalizadamente con la nostalgia en los demás productos culturales: el espacio liminal como un producto cultural que simboliza la nostalgia de todos los demás, representa la “Nostalgia” de todas las “nostalgias” concretas de nuestro particular contexto histórico. El síntoma nostálgico que suele ser un efecto colateral —un excedente de los productos culturales—, en este caso es *causa sui*. Visibiliza y representa tras sí el efecto nostálgico generalizado de los productos culturales sobre los individuos.

En última instancia, el proceso que hemos venido señalando a lo largo de esta investigación se desenvuelve en una sucesión de acontecimientos complementarios. En

primer lugar, la lógica cultural del capitalismo tardío posibilita la nostalgia como síntoma que cristaliza en sus productos culturales y se agudiza a partir de la deriva de sus cambios constantes e incesantes en la temporalidad, el ritmo de vida, las formas sociales y los avances tecnológicos. En segundo lugar, una vez encontramos que la nostalgia, en tanto que síntoma social, es producida y reproducida en masa, los individuos responden a esta y la expresan a través de fenómenos artísticos como puedan ser los espacios liminales. Finalmente, podríamos decir que este último proceso se armoniza o se reintroduce en el circuito inmanente del capitalismo tardío en tanto que producto cultural *nostálgico*. Si señalamos el adjetivo de “nostálgico”, es porque a diferencia de otros productos culturales que nos producirían nostalgia por una cuestión accidental, y por influencia del paso del tiempo, los espacios liminales parten desde la nostalgia desde un comienzo. Esto manifiesta complementariamente una crítica interna al proceso de producción de nostalgia, ya que antes de sentir nostalgia por el paso del tiempo ya se está sintiendo la nostalgia por lo que son. De modo que con el paso del tiempo la mirada nostálgica hacia los espacios liminales nos daría un *plus* de nostalgia, sobre la nostalgia que ya nos dan *per se*. De tal modo que volvemos al punto de inicio, el capitalismo tardío genera colateralmente la nostalgia a través de la distancia temporal con sus productos culturales. Con el paso del tiempo los espacios liminales, como un producto cultural más, también participarán de este proceso. De modo que, en tanto que producto cultural, los espacios liminales con los años serán potencialmente objeto de nostalgia de muchos en el imaginario colectivo. La diferencia se da en que los espacios liminales *nacen* como un producto cultural nostálgico, lo hacen como un caballo de troya. Si lo hacen de este modo es porque los espacios liminales se presentan como nostálgicos desde el comienzo, sin necesidad del paso del tiempo para que se vuelvan nostálgicos en sí mismos y, por tanto, ejercen una crítica al expresar el síntoma nostálgico que está más allá de las propias imágenes. En el inmenso océano de los productos culturales, los espacios liminales se reintroducirían como aquello que critican, señalando la causa que los ha posibilitado —el capitalismo tardío—, y señalando el efecto que les ha incitado a existir: la nostalgia.

Bibliografía

- Alberti, R. “Canción 8”. *Antología poética*. Córdoba: Ediciones del Sur, 2003.
- ALT236, *Liminal: Les nouveaux espaces de l'angoisse*. Paris: Editions Hoëbeke, 2023.
- Augé, M. *Los no lugares*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2017.
- Baudelaire, C. *Las flores del mal*. Madrid: Editorial Cátedra, 2006.
- Baudrillard, J. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós, 1987.
- Baudrillard, J. *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Editorial Siglo XXI, 2012.
- Benjamin, W. *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Madrid: Alianza editorial, 2022.
- Boym, S. *El futuro de la nostalgia*. Madrid: Editorial A. Machado Libros, 2015.
- Buchanan, I. “Non-Places: Spaces in the Age of Supermodernity”, *Social semiotics*, Vol. 9, Núm. 3, 1999, pp. 393-398.
- Debord, G. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Editorial Pre-textos, 2010.
- Deleuze, G. *Diferencia y repetición*, Buenos aires: Amorrortu editores, 2017.
- Deleuze, G. «L'épuisé» en S. Beckett, *Quad*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1992.
- Deleuze, G. & Guattari, F. *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Editorial Pre-textos, 2020.
- Delgado, M. *El animal público*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1999.
- Derrida, J. *Espectros de Marx: El Estado de la deuda, el trabajo del duelo y la nueva internacional*. Madrid: Editorial Trotta, 2012.
- Fisher, M. *Los fantasmas de mi vida: Escritos sobre depresión, hauntología y futuros perdidos*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra, 2019.
- Fisher, M. *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra, 2018.
- Garrocho, D. *Sobre la nostalgia: Damnatio memoriae*. Madrid: Alianza Editorial, 2019.
- Hesse, H. *El lobo estepario*. Madrid: Editorial Alianza, 1998.
- Jameson, F. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Editorial Paidós, 1991.

- Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. I)*. Buenos Aires: La marca editora, 2015.
- Jameson, F. *Posmodernismo: La lógica cultural del capitalismo avanzado (Vol. III)*. Buenos Aires: La marca editora, 2015.
- Lefebvre, H. *La producción del espacio*. Madrid: Editorial Capitán Swing, 2013.
- Lipovetsky, G. *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2007.
- Paniagua, C. “Psicología de la nostalgia”. *Dendra médica: Revista de humanidades*, Vol. 1, N° 1, 2010, pp. 39-48.
- Prada, J. M. “Hacia una teoría del *social media art*”, *Revista de Occidente*, Núm. 465, febrero de 2020, pp. 5-25.
- Proust, M. *En busca del tiempo perdido: Por el camino de Swann*. Madrid: Alianza Editorial, 2004.
- Reynolds, S. *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*. Buenos Aires: Editorial Caja Negra, 2012.
- Rosa, H. *Alienación y aceleración: Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Madrid: Editorial Katz, 2016.
- Tanner, G. *Las horas han perdido su reloj: Las políticas de la nostalgia*. Barcelona: Editorial Alpha Decay, 2022.
- Tanner, G. *The Circle of the Snake: Nostalgia and Utopia in the Age of Big Tech*. Winchester: Zero Books, 2020.
- Tanner, G. *Un cadáver balbuceante: El Vaporwave y los fantasmas electrónicos*. Barcelona: Editorial Holobionte, 2022.
- Vattimo, G. *El fin de la modernidad: Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1987.

Webgrafía

- 4chan. (12 de mayo de 2019). *unsettling images*. Recuperado el 21 de mayo de 2024:
<https://archive.4plebs.org/x/thread/22661164/#22661164>.
- Aesthetics Wiki. (s.f.). *Liminal Space*. Recuperado el 21 de mayo de 2024:
https://aesthetics.fandom.com/wiki/Liminal_Space.

- Aesthetics Wiki. (s.f.). *Vaporwave*. Recuperado el 22 de mayo de 2024:
<https://aesthetics.fandom.com/wiki/Vaporwave#History>.
- Debczak, M. (14 de octubre de 2022). *Off the Map: Why the Internet Loves Being Creeped Out By Liminal Spaces*. Mental floss. Recuperado el 21 de mayo de 2024: <https://www.mentalfloss.com/posts/why-are-liminal-spaces-creepy>.
- Draws, T. (26 de enero de 2024). *Nostalgia Aesthetic*. Medium. Recuperado el 22 de mayo de 2024:
<https://medium.com/@tracydraws/nostalgia-aesthetic-7c671b9b7c8e>.
- La República. (21 de octubre de 2022). *¿Sientes nostalgia por algo que no viviste? Le llaman anemoia y muchos la experimentan*. Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://larepublica.pe/datos-lr/respuestas/2022/10/21/sientes-nostalgia-por-algo-que-no-viviste-le-llaman-anemoia-y-muchos-la-experimentan-emociones-psicologia-asmr-diccionario-youtube-evat>.
- La voz de Galicia. (22 de enero de 2014.). *¿Es Dolce Vita un «dead mall»?*. Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/economia/2014/01/22/dolce-vita-dead-mall/00031390391937111133766.htm>.
- Pitre, J. (2 de noviembre de 2022). *The Eerie Comfort of Liminal Spaces*. The Atlantic. Recuperado el 22 de mayo de 2024:
<https://www.theatlantic.com/culture/archive/2022/11/liminal-space-internet-aesthetic/671945/>.
- Instituto de Artes del Espectáculo: Universidad de Buenos Aires. (s.f.). Área de Investigaciones en Artes Liminales. Recuperado el 22 de mayo de 2024:
<http://iae.institutos.filo.uba.ar/%C3%A1rea-de-investigaciones-en-artes-liminales#:~:text=Su%20sentido%20puede%20rastrearse%20en,poder%20transformarse%20en%20otra%20cosa>
- Mensah, M. (18 de julio de 2022). *Internet Aesthetic Movements: Getting Lost in Liminal Space*. Loner Official. Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://www.lonerofficial.com/post/internet-aesthetic-movements-getting-lost-in-liminal-space>.

- Reddit: r/LiminalSpace. (7 de junio de 2022.). ***You must read this before posting***. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/v6ihmx/you_must_read_this_before_posting/.
- Reddit: r/LiminalSpace. (6 de septiembre de 2023.). *Can someone explain Liminal Space like I'm 5?*. Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/16b0e3p/comment/jzb0d5g/>.
- The Dictionary of Obscure Sorrows. (s.f.). *kenopsia*. Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.dictionaryofobscuresorrows.com/post/27720773573/kenopsia>.

Imágenes empleadas

- Figura 1: Anónimo. (22 de abril de 2018). *Origen de las Backrooms*. 4chan. Recuperado el 21 de mayo de 2024: <https://archive.4plebs.org/x/thread/20663805/#20669208>.
- Figura 2: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal supermercado*. Pinterest. Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.pinterest.es/pin/706502260289509221/>.
- Figura 3: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal garaje*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/hqg41k/parking_lot/.
- Figura 4: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal cine*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo 2024: https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/il5tif/dying_cinema_in_poznan_poland/.
- Figura 5: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal aeropuerto*. Pinterest. Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://www.pinterest.es/pin/644085184201362577/>.
- Figura 6: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal centro comercial*. Reddit. Recuperado el 22 de mayo de 2024: https://www.reddit.com/r/TheVirginZone/comments/11uzcta/benson_en_los_bac_krooms/.

- Figura 7: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal McDonald's*. Reddit.
Recuperado el 22 de mayo de 2024:
https://www.reddit.com/r/backrooms/comments/18v9w11/finally_ive_been_so_hungry/.
- Figura 8: Anónimo. (s.f.). *Espacio liminal escaleras*. Reddit.
Recuperado el 22 de mayo de 2024:
https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/qinm1b/i_dreamed_of_this_place_and_recreated_it_on/.
- Figura 9: Anónimo. (s.f.). *Imagen Vaporwave I*. Aesthetic Wallpapers.
Recuperado el 22 de mayo de 2024: <https://aestheticwallpapers.io/img/674716>.
- Figura 10: Anónimo. (s.f.). *Imagen Vaporwave II*.
Recuperado el 22 de mayo de 2024:
<https://www.pinterest.cl/pin/418342252897414108/>.
- Figura 11: Anónimo. (s.f.). *Imagen Dreamcore*. Aesthetic Wallpapers.
Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://aesthetics.fandom.com/wiki/Dreamcore?so=search>.
- Figura 12: Anónimo. (s.f.). *This place is paradise/purgatory*. Reddit.
Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://www.reddit.com/r/dreamcoreaesthetic/comments/zhsnbd/purgatory/>.
- Figura 13: Anónimo. (s.f.). *Imagen Weirdcore I*. Pinterest.
Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://ar.pinterest.com/pin/635289091209803820/>.
- Figura 14: Anónimo. (s.f.). *Imagen Weirdcore II*. Reddit. Recuperado el 23 de mayo de 2024:
https://www.reddit.com/r/weirdcore/comments/u0ttmw/nostalgia_loop/.
- Figura 15: Anónimo. (s.f.). *Imagen Nostalgiacore I*. Pinterest.
Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://www.pinterest.es/pin/601723200208236462/>.
- Figura 16: Anónimo. (s.f.). *Imagen Nostalgiacore II*. Pinterest.
Recuperado el 23 de mayo de 2024:
<https://www.pinterest.es/pin/406027722661467372/>.
- Figura 17: Autor. (8 de noviembre de 2023). *Espacio liminal en el Mercado de Campanar de Valencia*. Fuente propia.