

## **NOSTALGIA™**

### **Un mapa afectivo sobre la fotografía de Carlos Albalá**

**Eloy Fernández Porta**

"Hacer propio lo que nos ha sido impuesto": este es, según Theodor Adorno, el proceso distintivo de la sociedad de consumo. El sujeto, sometido a la presión de los media y los metamedia, acepta y experimenta como convicciones íntimas una serie de inducciones de carácter ideológico (opinar), político (votar), performativo (actuar en sociedad). Si la forma más manifiesta de este proceso es la ideología, el nivel más elevado de la persuasión ideológica es el afectivo: sentir emociones, premoniciones y corazonadas que no nos corresponden. La Escuela de Frankfurt señaló que este fenómeno sucede, en primer lugar, en la publicidad como forma suprema de la persuasión. Si el marketing es, ante todo, una fábrica emotiva, puede afirmarse que el modelo publicitario de propagación de los afectos se ha extendido hasta el punto de implicar todas las modalidades restantes de discurso público. En este sentido, el instante de "toma de conciencia" es aquel en que el sujeto cae en la cuenta de que los recuerdos que lleva consigo, y a los que tiene asociadas sus respuestas emocionales, no son propios sino implantados. La escena que representa esta situación por antonomasia se encuentra en *Blade Runner* y muestra a un personaje que descubre cómo sus memorias de infancia son parte de un programa informático compartido por todos los replicantes de su especie.

La ciencia ficción, en su vertiente ciberpunk, es el género que se ha aproximado de manera más verista a este fenómeno cotidiano: el de la implantación emotiva. Si este proceso afecta a todo el repertorio de sentires que nos ofrece la sociedad de consumo, quizá el caso más flagrante sea el del sentimiento elusivo por excelencia: la nostalgia. Melancolías de una niñez que no hemos vivido (en las imágenes televisivas), de una generación que no es la nuestra (en la primacía generacional en el poder), de un pasado que no ha

existido (en las fabricaciones estéticas de la Historia como simulacro), de una moda que no suscribimos (en el *retro*), de una década anterior a nuestra infancia, de unos valores que jamás habíamos experimentado. Los dispositivos de poder no sólo nos exigen que aceptemos todas esas transferencias emocionales, sino que lo hagamos *con goce*, es decir, que nos sintamos de veras arrobados por la pérdida o confortados por el retorno. El proceso de transmisión emocional funciona como una seducción inversa: como la persona que, en el proceso del cortejo, simula entender y comparar los sentimientos de su pareja, y cree hacerlo sólo como parte de un proceso... hasta que descubre que ese simulacro de empatía deberá mantenerse una vez la relación se haya establecido, so pena de perderla. La seducción ideológica es así reproducida en el más casual de los encuentros eróticos.

En el espacio de las transferencias afectivas y los movimientos contables una de las funciones del arte será restituir una emotividad propia a aquellos objetos que se nos aparecen marcados por la sentimentalidad impuesta, empezando por la Nostalgia™. Este empeño tiene raíz romántica, pues presupone una diferencia plausible entre esos dos modelos de vivir la experiencia íntima. Sin embargo, el romanticismo no puede aparecer sino mediado por las correcciones y denegaciones que esa estética ha sufrido a lo largo del tiempo. La principal de entre ellas es su vinculación con los medios tecnológicos, en la línea de lo que José Luis Molinuevo ha llamado *tecnoromanticismo*. Todos estos elementos se citan y se imbrican en la fotografía de Carlos Albalá, así en series como *Periferia* o *Nostalgia periurbana* (realizada en colaboración con Ignasi López) como en las obras ahora presentadas en Utopía Parkway. Por una parte, las imágenes recogen la iconografía del paisaje idealista: la ruina, la niebla, el vacío y, sobre todo, el límite, que marca la escisión entre el paisaje natural y el artificial. Este repertorio visual es actualizado por referencia a los espacios del consumo: la ruina es aquí un pecio postindustrial. La formalización de este imaginario implica a su vez una inflexión propiamente estética. El tema de la periferia y la fábrica abandonada tiene una de sus formas más célebres en la fotografía

alemana de Bernd y Hilla Becher, y en la escuela subsiguiente. Es una línea fría, documental, voluntariamente inexpresiva, que tiende a mostrar el espacio en su desnudez material. En cierto modo, reproduce la impersonalidad del paisaje como síntoma o denuncia del *bloqueo afectivo* generado por la arquitectura y el urbanismo de los no-lugares. En relación con este referente - uno entre los posibles, como también lo es la obra de Jean-Marc Bustamente-, la obra de Albalá propone una óptica emotiva, una interiorización del paisaje desolado, bien sea como espacio interior (en las fotos introspectivas), como lugar del recuerdo (en los lugares de infancia), como sitio restituido (en el paisaje que *vuelve a ser natural* tras la desaparición de los signos publicitarios), siempre con la voluntad de cuestionar, refutar o aun borrar la <sup>TM</sup> de la Nostalgia<sup>TM</sup>, reflejando también, con certera ironía, hasta qué punto nuestra Nostalgia está imbuida por la <sup>TM</sup>.