

3 de septiembre de 2006

Entrevista / Gilles Lipovetsky / Los secretos de la noche

La vida nocturna ofrece la oportunidad de sentirse acompañado, pero, al mismo tiempo, resulta cada vez más difícil interrelacionarse en los antros

Auxilio Alcantar

La salida a bares, restaurantes y clubes nocturnos constituye hoy un fenómeno arraigado en las grandes ciudades, profundamente ligado a valores hedonistas y mercantilistas, pero a la vez una forma de escapar de la soledad, asegura en entrevista el pensador francés Gilles Lipovetsky.

"El disfrute de los jóvenes se inscribe hoy en el mundo del mercantilismo", dice. "Antes había bailes públicos que no necesitaban mucho dinero, hoy salir quiere decir consumir".

Señala que consumir es ir de bar en bar, de disco en disco.

"Hay que decir también que los lugares a los que van esos jóvenes son cada vez más estructurados por la moda, con diseños particulares, una decoración especial".

Explica que existe una suerte de estética del disfrute, en particular en los clubes nocturnos, donde la decoración forma parte de la atracción, del look, de estar en el "ambiente".

"En nuestra época, se acusa mucho a la sociedad de ser numérica, completamente virtual debido a Internet y, sin embargo, la paradoja es que a pesar de ese ciber mundo la gente sigue saliendo. Los restaurantes, bares, clubes están repletos".

¿Qué hace que la gente salga tanto?, ¿qué lleva a los jóvenes a concentrarse cada vez más en los bares y clubes nocturnos?

"Es una reacción contra la individualización de la sociedad. Se está muy encerrado en el mundo laboral, cada vez hay más gente que vive sola y las antiguas formas de socialización se modificaron.

"Todo esto ha hecho que se inventen lugares donde la gente pueda encontrarse, hablar, charlar, comunicarse y ver a los otros. Todos esos sitios están llenos, pero es curioso ver cómo la gente forma parte de la atmósfera. El placer no es sólo un placer en sí, hay una necesidad de lo que se llama estar en el 'ambiente' Y se consume y se paga por el ambiente".

¿Existen diferencias en cómo se divierten las personas durante la noche en diferentes partes del mundo o la fiesta está homogeneizada?

Siempre tengo cuidado con el empleo de la palabra "homogeneización". Todo lo que toca al comportamiento está muy marcado por las culturas, las nacionalidades, hay especificidades en cada país.

En algunos se permite la publicidad sobre ciertos artículos en los clubes en otros no, cierta vestimenta se admite en unos, en otros no. Empero, es cierto que hay factores comunes, sobre todo en las grandes ciudades.

Como le explicaba antes, el gran fenómeno de las grandes ciudades es el de hombres y mujeres solos; en París, un hogar está compuesto de una sola persona, ¿se imagina?, es enorme. Eso explica, en parte, el deseo imperioso de salir.

Las parejas que están casadas y tienen hijos salen menos, la gente sola, soltera, urbana, quiere salir para estar acompañada, no estar sola. Por eso se colman los bares, restaurantes, clubes nocturnos.

En todas las grandes ciudades se ve el mismo fenómeno, lo mismo en Nueva York, Londres, Estocolmo. Las salidas son una expresión de la individualización. La gente sale, en parte, porque es muy duro vivir solo.

Probablemente también hay una suerte de evasión con el alcohol, ¿no?

Sí... Las salidas nocturnas expresan el hedonismo de la sociedad. La necesidad de vibrar, sentir, escapar, alocarse. Pero eso ha existido siempre y en todas las sociedades. Hoy las grandes fiestas son tranquilas comparadas con las fiestas-orgías o las fiestas dionisiacas de antaño. Antes las fiestas eran lugares de excesos enormes: se comía, bebía, había transgresiones sexuales. Eso creo, no existe más, o no de la misma manera.

¿Cuál sería el bar o club nocturno ideal para usted?

¡Oh, creo que ya no tengo edad para eso! Pero, bueno, el ideal sería un lugar donde haya mezclas, donde no haya guetos. Siento que cada vez hay más fragmentaciones según la edad o la orientación sexual, y no me gusta. Para mí, el encanto de un lugar es la diversidad, el lugar donde hay mezclas, combinaciones.

En París, por ejemplo, está el barrio de Marais, hay decenas de bares, uno al lado del otro, pero todos son homosexuales. No tengo nada contra eso, pero si hablamos de ideal, mi ideal es la diversidad.

¿Podría contarnos sobre la vez que mejor la ha pasado en un bar o un club y por qué se sintió tan bien?

Ocurrió hace mucho tiempo y fue la experiencia del Palace. Era un club nocturno inmenso. La novedad era lo gigantesco, una suerte de modernización de las antiguas discotecas que eran mucho más íntimas. En el Palace todo era enorme, había música de todo tipo, varias pistas de baile, láser, luces.

Con ese bar entramos a la era de la megadiscoteca y a partir de allí se desarrollaron los clubes nocturnos en París. Yo estaba fascinado.

¿Cómo será el bar o club nocturno del futuro?

La gente quiere salir para no estar sola, pero también quiere ir a lugares estéticos, nuevos, que cambien. Por eso creo que todos esos lugares nocturnos emplearán arquitectos y diseñadores como reflejo de lo que quiere el consumidor. El consumo unifuncional que se tenía antes está en regresión. Hoy en día no se va al restaurante únicamente para comer o cenar, cuando se sale por la noche se quiere una decoración bonita, música, ambiente. Se paga por el espectáculo, y esto me hace pensar que el bar del futuro estará en la lógica del espectáculo, de la imagen. Lugares en los que los diseños, la moda, la decoración tendrán un lugar primordial.

Los propietarios se verán obligados a renovar permanentemente, porque el neoconsumidor busca experiencias nuevas, en particular una experiencia sensorial y estética innovadora.

El club nocturno actual lo hace hoy con sus decibeles, música estridente, que comenzó a imponerse en los años 80. Atrae con espejos donde la gente se mira, decoración, láser. A futuro, los sitios van a tener que impresionar cada vez más a la gente, dar placer al hiperconsumidor en el que nos estamos convirtiendo todos, incluso los jovencitos. El diseño, la arquitectura, futurista, espacial, serán elementos esenciales.

Auxilio Alcantar, periodista cultural