



LA “PASEOLOGÍA”

El paseo como ciencia para conocer y transformar el mundo

“Strollology”: Walking as a Science for Understanding and Transforming the World

LAURA APOLONIO

Universidad de Granada, España

KEY WORDS

*Walking
Landscape
Space
Creativity
Strollology*

ABSTRACT

Along with Maderuelo, Nogué, Augé, de Certeau and Burckhardt, we will show how landscape is the result of a cultural construction and that it is an abstract concept. The growing process of abstraction of space corresponds to the gradual transformation of places into non-places. Faced with this situation, the need to reactivate an active and direct relationship with space once again arises. Walking, the most elemental “practice of space”, is a powerful tool to link us again to the place we inhabit. Lucius Burckhardt, inventor of the “Strollology”, teaches us how walking makes us regain our innate ability to create meanings.

PALABRAS CLAVE

*Caminar
Paisaje
Espacio
Creatividad
Paseología*

RESUMEN

Junto a Maderuelo, Nogué, Augé, de Certeau y Burckhardt, mostraremos cómo el paisaje es fruto de una construcción cultural y es un concepto abstracto. Al creciente proceso de abstracción del espacio corresponde la paulatina transformación de los lugares en no lugares. Frente a esta situación surge la necesidad de activar de nuevo una relación activa y directa con el espacio. El caminar, la más elemental “práctica del espacio”, es una potente herramienta para volver a vincularnos al lugar que habitamos. Lucius Burckhardt, inventor de la “Paseología”, nos enseña cómo el caminar nos hace recuperar nuestra innata capacidad de crear significados.

Recibido: 14/04/2020

Aceptado: 14/05/2020

El paisaje, es decir, el espacio que nos rodea, lo que vemos cada día y que podría parecer lo más banal de nuestra existencia es en realidad un enigma. ¿Es concreto o abstracto? ¿Está fuera de nosotros o en nuestra mente? ¿Lo vemos de verdad o lo imaginamos? ¿Es una experiencia estética? ¿Es natural o artificial? ¿Es una representación individual o más bien colectiva? ¿Cómo y dónde se experimenta mejor, en el espacio abierto o a través de una representación, viendo un cuadro o una fotografía?

Numerosos pensadores han intentado dar respuestas a estas preguntas. Siguiendo el hilo de los pensamientos de Javier Maderuelo, Joan Nogué, Marc Augé, Michel de Certeau y Lucius Burckhardt, mostraremos en este artículo cómo el concepto de paisaje es fruto de una construcción cultural que es la que determina nuestra apreciación estética del mundo. Al mismo tiempo es un concepto abstracto que nos impide ver la realidad que habitamos tal como es con el consecuente sentimiento de alienación y de irresponsabilidad ecológica. Al creciente proceso de abstracción del espacio corresponde la paulatina transformación de los lugares en no-lugares como bien señala Marc Augé en su famoso libro *No lugares* (1992).

Frente a esta situación surge la necesidad de activar de nuevo una relación activa y directa con el espacio, volver a “practicar el espacio”, como afirma Michel de Certeau ([1990]2017, p.138). El caminar, la más elemental práctica del espacio, se presenta así como una potente herramienta para volver a vincularnos al lugar que habitamos. Siguiendo el pensamiento de Lucius Burckhardt, inventor de la *Strollology*, término que podríamos traducir por “Paseología”, investigaremos la nueva ciencia del caminar que impartía en sus clases de estética del paisaje, en la Universidad de Kassel.

La simple actividad de caminar nos permite atravesar con nuestro cuerpo el velo abstracto de la noción de paisaje y tocar la realidad ampliando nuestra conciencia del mundo. Un proceso de significación que nos hace recuperar nuestra innata capacidad de crear significados, nuestra congénita creatividad anestesiada en este mundo contemporáneo de desplazamientos mecanizados y excesiva tecnología.

Paisajes culturales, paisajes invisibles y no lugares

Mirada estética

¿Cómo nace el concepto de paisaje? Maderuelo, en su libro *Paisaje y arte* (Maderuelo 2007) explica que el término ‘paisaje’ no ha surgido de la naturaleza sino del arte. Se empezó a utilizar para designar un género de pintura. Esto recalca el hecho, escribe Maderuelo, de que “el paisaje no es una realidad física, (...) no es un sinónimo de naturaleza, ni tampoco lo es del medio físico que nos rodea o sobre el que nos situamos sino que se trata de una construcción, de una elaboración mental que los humanos realizamos a través de los fenómenos de la cultura”. (*Ibid.* p.12). La misma ambigüedad del término, que sirve tanto para designar el territorio delante de nosotros como su imagen, es signo de que ambos significados se han generado al mismo tiempo. Es sólo cuando el ser humano ha empezado a representar el paisaje que lo ha visto como tal. Primero ha nacido como representación, en una pintura o en un mapa geográfico. Maderuelo explica que “no hubiéramos llegado a tener conciencia paisajista sin la existencia de los mapas y los cuadros (*Ibid.* p.13)”. Esto ha transformado nuestra relación con el territorio. El ver un territorio como un paisaje presupone una actitud estética contemplativa que se diferencia de la postura pragmática utilitarista hacia la tierra. Cuando decimos que un trozo de territorio es un paisaje, lo estamos mirando con unas gafas contemplativas. La mirada estética que nos hace ver un fragmento de naturaleza como un paisaje es fruto de la cultura, es decir, escribe Maderuelo, “está sometida a las convenciones propias de la época, el lugar, la clase social y el nivel de formación de quien contempla” (*Ibid.* p.14).

Paisajes invisibles

Juan Nogué también afirma que el paisaje es ante todo cultura, que se construye a partir de las representaciones que nos hacemos de la realidad y, en cuanto tal, es algo vivo que se transforma continuamente. Es el resultado de un continuo proceso de interrelación entre el ser humano y el territorio que habita. El problema es que, hoy en

día, la excesiva velocidad a la que se transforma el territorio y la imperante globalización que impone representaciones abstractas que anulan las locales, nos llevan a la pérdida de los valores simbólicos que constituyen el paisaje con el consecuente extravío de nuestra relación con el espacio en el que vivimos. Nogué habla de “paisajes sin imaginario” (Nogué 2007), es decir, paisajes que han cambiado tan rápidamente por razones industriales, de turismo de masa o de crecimiento urbanístico fulgurante, que se ha deteriorado su correspondiente imaginario cultural y se han vuelto invisibles. El territorio se ha transformado de manera tan rápida que no ha dado tiempo a que se forme su correspondiente representación, no se ha asimilado culturalmente dando lugar a un vacío en el imaginario. Antiguamente había una conexión inmediata entre paisaje – cultura - región pero esta unión hoy en día se ha desintegrado, ha sido borrada por la niebla homogeneizadora de la globalización acelerada. “Cuando no entendemos un paisaje, no lo vemos: lo miramos, pero no lo vemos —escribe Nogué (2007, p.377)— y nos hemos acostumbrado a movernos por paisajes invisibles”.

El problema que plantea Nogué es “el abismo entre el paisaje representado y el paisaje real y la incapacidad de generar nuevos paisajes con los que la gente se pueda identificar” (*Ibid.*, p.380). Para ser real y por tanto visible, el paisaje debe ser representado, es decir, encuadrado en una “imagen típica”. Lo representado es más real que lo vivido y solo entendemos o damos sentido a lo experimentado si le corresponde una imagen. La realidad está sustituida por la imagen y es su representación la que constituye nuestra realidad. Para poder codificar nuestras percepciones sensoriales necesitamos asignarles una imagen mental.

¿Cómo podemos volver a hacer visible aquello que miramos sin ver? Para ganar la “batalla de la visibilidad”, escribe Nogué, para combatir esta ausencia de significados, tenemos que “conseguir penetrar en lo invisible a través de lo visible” (*ibid.* p.378), es decir, construir una representación a partir de los fragmentos desconectados de realidad que tenemos ante nuestros ojos. La interpretación de un paisaje se basa en las imágenes arquetípicas que se han ido formando en el proceso histórico, social y cultural de los

habitantes de un lugar y constituyen la referencia de lo ‘bello’. Pero el problema es que estos paisajes contemporáneos se han formado tan rápidamente que no tienen estratificación histórica ni vivencias sociales. ¿Cómo podemos formar una imagen ideal de estos lugares?

No lugares

Estos paisajes sin discurso, sin representación y sin imaginario son los espacios del anonimato, los no lugares investigados por Marc Augé en su famoso libro *Non-lieux (No lugares)* publicado en 1992. “Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse como lugar de identidad, ni como relacional, ni como histórico se definirá como un no lugar.”¹ (Augé 1992, p. 100). Un no lugar es un lugar que carece de significaciones antropológicas, es decir, de significados creados por el habitar humano y se define por consiguiente en oposición al “lugar del sentido inscripto y simbolizado, el lugar antropológico”² (*Ibid.* p.104). Según Augé, los no lugares son los productos de la ‘sobremodernidad’, término con el que define la problemática de la sociedad contemporánea estructurada por tres tipos de excesos: el exceso de acontecimientos (exceso de tiempo, de velocidad), el exceso de movilidad (exceso de espacio) y el exceso de fragmentación social (exceso de individualización). La sobremodernidad es por tanto el resultado de tres tipos de sobreabundancias: a) la sobreabundancia de eventos que acontecen a una velocidad siempre mayor; b) la sobreabundancia de movilidad que nos lleva a una excesiva abstracción del espacio; y c) la sobreabundancia de individualización de la sociedad cada vez más fragmentada en la que cada individuo busca sus propias referencias culturales dando lugar a la desintegración de las referencias colectivas. La sobremodernidad se genera por consiguiente en la relación ontológica humana tiempo/espacio/individuo creando una tensión que amenaza con desintegrarla.

¹ Texto original: “Si un lieu peut se définir comme identitaire, relationnel et historique, un espace qui ne peut se définir ni comme identitaire, ni comme relationnel, ni comme historique définira un non-lieu” (todas las traducciones en el texto son de la autora)

² “Le lieu du sens inscrit et symbolisé, le lieu anthropologique”

Para escapar de esta huida hacia el vacío de sentido necesitamos volver a crear significados. Así como Nogué afirma la necesidad de visibilizar los espacios invisibles, Augé también sostiene que “es necesario reaprender a pensar el espacio”³ (*Ibid*, p.49). Los no-lugares devienen lugares cuando son vividos o “practicados”, para usar el término de Michel de Certeau (citado por Augé) y “el caminar es la primera práctica del espacio”⁴ (*Ibid*. p.107).

La división del espacio en segmentos rígidos (carreteras, autopistas, líneas ferroviarias) o intangibles (líneas aéreas, rutas marítimas) y el desplazamiento en los modernos medios de transportes, que son habitáculos móviles en los que viajamos separados del ambiente, han creado una relación con el espacio cada vez más rápida y más abstracta. El gran desarrollo de los medios de transporte y de las redes comunicativas ha dado lugar, paradójicamente, a una comunicación excesivamente rápida y abstracta que tardamos en asimilar quedándose en superficial. Un desplazamiento más lento y más directo, desde el cuerpo, nos permite comprender el proceso y dotar el espacio de significaciones. Necesitamos volver a “practicar” el espacio directamente desde el cuerpo. “Son los caminantes que transforman en espacio la calle, geoméricamente definida como lugar por el urbanismo”⁵, escribe Augé citando a de Certeau (*Ibid*. p.102). La marcha se presenta así como una herramienta para la reapropiación del espacio, pero no del espacio físico ya más que conquistado con los modernos medios de transportes, sino del espacio mental, imaginario. Necesitamos volver al cuerpo para poder generar nuevas representaciones mentales y para no perder nuestra innata capacidad creativa de interpretación del paisaje.

La ciencia del paseo

Un invento de Lucius Burckhardt

Lucius Burckhardt es un teórico suizo, sociólogo, urbanista, diseñador, que fue además profesor de estética del paisaje en la universidad de Kassel, y

cuyas teorías han influenciado fuertemente el urbanismo, el paisajismo y la concepción del diseño contemporáneo. Desgraciadamente, sus textos no han sido todavía traducidos al castellano. Los editores Markus Ritter y Martin Schmitz han recopilado sus escritos traducidos al inglés en tres volúmenes de fundamental importancia: *Lucius Burckhardt Writings. Rethinking Man-made Environments: Politics, Landscape and Design* (2012), *Why Is Landscape Beautiful? The Science of Strollology* (2015), *Design is Invisible: Planning, Education and Society* (2017). Recientemente se ha publicado también en Italia una recopilación de sus textos con el sugerente título: *Il falso è l'autentico* (2019) (*Lo falso es lo auténtico*), que resume fundamentalmente el pensamiento de Burckhardt centrado en desvelarnos las trampas de nuestra mente en la construcción de la realidad.

Burckhardt es conocido sobre todo por ser el fundador de un nuevo tipo de ciencia que llamó *Spaziergangswissenschaft*, término que se tradujo al inglés por *Strollology*, al francés por *Promenadologie* y que se podría traducir al castellano por *Paseología*. Se trata de la ciencia del caminar. En una entrevista con el famoso curador Hans Ulrich Obrist, Burckhardt explica, junto a su mujer Annemarie, cómo nacieron las primeras caminatas experimentales que le llevaron a inventar la *Paseología* (Burckhardt 2015, p.7). En 1987, durante la Documenta 8, en un seminario de investigación sobre el lenguaje como condicionante de nuestra percepción del paisaje, tuvieron la idea de realizar junto con sus alumnos una peculiar caminata que llamaron *Viaje a Tahití*⁶ por una zona militar abandonada de Kassel. Mientras caminaban leían en alto, como banda sonora de la experiencia, los textos de George Foster sobre el descubrimiento de Tahití junto al Capitán Cook en 1773. Averiguaron que las descripciones de la isla paradisíaca coincidían perfectamente con la percepción que tenían del parque natural de Kassel. Se encontraban en la fría Alemania pero se sentían plenamente en el ambiente tropical del Pacífico Sur. El lenguaje era más determinante y condicionante que la percepción directa de la naturaleza.

³ “Il nous faut réapprendre à penser l'espace”

⁴ “La marche comme première pratique de l'espace”

⁵ “Ce sont les marcheurs qui transforment en espace la rue géométriquement définie comme lieu par l'urbanisme”

⁶ “Trip to Tahiti”

La segunda caminata experimental se realizó en 1993 para investigar la diferencia perceptiva del espacio entre caminantes y automovilistas. El *Paseo del automovilista*⁷ consistía en caminar en el tráfico sujetando con las manos un parabrisas. Descubrieron lo condicionante que es para la percepción del espacio el marco creado por el parabrisas que fuerza nuestra vista hacia adelante y limita la sensación tridimensional más envolvente que percibimos sin él, al estado natural. “Ya no somos conscientes de cuánto el parabrisas limita nuestra percepción”⁸, afirma Burckhardt (*Ibid.* p.8). También se percataron de lo aislante que es el habitáculo del coche y de lo frágil que se sentían sin la protección de la chapa del auto en medio del tráfico.

Figura 1. El *Paseo del automovilista*



Foto: Bertram Weisshaar. Fuente: *Uncube Magazine online*

Cuenta Burckhardt en la entrevista que la palabra *Spaziergangswissenschaft* (*Ciencia del caminar*) se le ocurrió al rellenar un formulario oficial para la Fundación Alemana para la Investigación Científica donde tenía que especificar su prioridad de investigación (*Ibid.* p.9). Desde entonces ha utilizado este término para caracterizar su enfoque frente a cualquier problema, no sólo en el sentido que utiliza el caminar como herramienta de investigación sino también por priorizar constantemente una óptica procesual, relacional, abierta a la duda y capaz de tener en cuenta puntos de vistas

diferentes. Sus paseos son siempre lúdicos, irónicos e investigativos, de clara inspiración dadaísta, siguiendo asimismo el desapego de la realidad del *flâneur* pero sin su aspecto nostálgico (*Ibid.* p.11). Para Burckhardt sólo con el arte se puede conseguir que las personas abran los ojos y sean capaces de sorprenderse, sin ofenderse ni sentirse sermoneadas. “Existen puntos de vista que sólo pueden comunicarse a través del arte —afirma (Burckhardt 2019, p.246)— porque hoy la limitación de la mirada está tan difundida que nadie tiene ya la distancia para superarla”⁹. Con las caminatas experimentales que inventa consigue ampliar la percepción de la realidad abriendo una brecha en un mundo encapsulado en certezas racionales que ya no quiere dudar de nada. “Con nuestras caminatas —afirma— desactivamos el miedo a lo desconocido. Y además nos divertimos”¹⁰ (Burckhardt 2015, p.9). Realizó también otro paseo con su entrevistador Hans Ulrich Obrist en el que llevaban cada uno un bastón con las palabras “Es bello aquí”¹¹ y se dieron cuenta de su poder mágico porque bastaba clavarlo en un sitio para transformarlo en un lugar potencialmente bello (Becker 2014). Lo que confirma una vez más que el lenguaje, la cultura y la intencionalidad estética son determinantes en nuestra percepción del territorio.

Caminar como acto perceptivo y representativo

En el texto *¿Por qué el paisaje es bello?*, fruto de un seminario que condujo en 1979, Burckhardt explica que resulta evidente que el paisaje es un “constructo cultural” si sólo pensamos en el hecho paradójico de que, para nosotros, los excrementos de las vacas forman parte del paisaje de montaña pero la basura dejada por los turistas no (Burckhardt 2019, p. 93). Esto demuestra que ver un paisaje es un ‘acto creativo’ de nuestro cerebro en el que filtramos las percepciones recibidas y sólo seleccionamos algunas. El paisaje no es lo que vemos sino lo que

⁷ “A car drivers’ stroll”

⁸ “We are no longer really conscious of how windshields limit our perception”

⁹ “Ci sono punti di vista che possono essere comunicati solo attraverso l’arte, perchè oggi la limitatezza dello sguardo è ormai tanto diffusa che nessuno ha quasi più la distanza per eliminarla”

¹⁰ “With our walks we switch off people’s fear of the unknown. And we have fun too”

¹¹ “It’s beautiful here”

elegimos ver, descartando todos los elementos que no corresponden a la representación mental que tenemos de un lugar bello, la imagen ideal del 'lugar ameno'. Esta imagen ideal se ha ido construyendo en nuestra cultura a lo largo de los siglos, desde Omero, pasando por el Renacimiento y el Romanticismo, hasta llegar al día de hoy a las imágenes publicitarias de las agencias de viaje. Según Burckhardt, reconocemos bello un paisaje cuando se establece una relación entre lo que percibimos y la imagen mental del 'lugar ameno' ideal.

En el texto *Paseo por la segunda naturaleza*¹² (Burckhardt 2017, p.205), describe la *Paseología* o ciencia del paseo como un método para descifrar los paisajes e intentar ver lo invisible, es decir, lo que se sitúa más allá de lo que ya vemos. Según él, es al caminar cuando nos damos cuenta de cómo construimos el paisaje: recibimos infinitos estímulos perceptivos, de los que sólo algunos son seleccionados, en un continuo proceso comparativo con imágenes mentales codificadas. Al final del paseo, hemos construido una imagen sintetizada del paisaje, creada por el compendio de los momentos que más nos han impactado. Burckhardt dice estar perennemente intrigado por "cómo la naturaleza vista por nuestro ojo mental se transforma en la imagen que llamamos paisaje"¹³. Se trata de un verdadero milagro, "una cadena de impresiones puntuales, distanciadas entre ellas, terminan fusionándose en una única imagen"¹⁴ (Burckhardt 2017, p.205). Caminamos por una carretera, cruzamos un bosque, subimos una colina, vemos un panorama y cuando volvemos a casa tenemos en nuestra mente una imagen que es la representación típica de ese paisaje.

Sin embargo, Burckhardt precisa que no le interesa el paseo como medio de representación sino como modo de percepción. Aunque las percepciones humanas siempre son culturales, mediadas por la educación y la sociedad, el caminar representa una manera de despertar nuestro sistema perceptivo anestesiado. Estamos en un círculo vicioso: percibimos algo y

etiquetamos esta percepción nombrándola con una palabra. Luego el lenguaje nos condiciona: si se llama 'así' es que debería ser 'así' y entonces la percibimos 'así'. La "*Paseología*" quiere desmontar las percepciones convencionales reactivando la experiencia perceptiva y el proceso cognitivo.

En una caminata experimental junto con sus alumnos, la *Caminata primordial*¹⁵ (Burckhardt 2015, p.233), pide a varios participantes realizar el mismo paseo y marcar en un mapa los lugares que les han encantado. Todos señalan los mismos lugares, lo que demuestra que sus percepciones están determinadas por la misma cultura y que todos están fuertemente influenciados por los mismos clichés literarios o pictóricos.

En la construcción de la imagen del paisaje, durante el paseo, hay un continuo trabajo comparativo entre lo percibido y la representación mental preconcebida. En la brecha entre estas dos imágenes se encuentra el germen de la creatividad representativa. Cuanto más encajen, menos aprendemos ya que efectuamos un menor trabajo constructivo y creativo. Cuanto más alejadas, más pondremos a funcionar nuestra facultad de representación, imaginación y asociación. Todo este proceso está destruido cuando nos desplazamos en avión, tren o metro ya que llegamos directamente al destino, saltando el proceso, y es justamente en el proceso donde se encuentra el trabajo constructivo de la imagen del paisaje.

Caminar como proceso de conocimiento

El paseo nos hace percibir el proceso de nuestra relación con el mundo, el trabajo constructivo de representación del paisaje, el desarrollo mental provocado por los estímulos que recibimos. La caminata para Burckhardt representa un proceso de humanización de los lugares, es el "practicar" el espacio del que habla Michel de Certeau. Cada caminata debe ser concebida como una experiencia, la conquista nunca exhaustiva de un segmento de la realidad. Con cada paseo recibimos más estímulos y percepciones de la realidad, no sólo desde la vista. Se despiertan olores, sonidos, tacto... sentimos el peso de nuestro cuerpo, el esfuerzo... Conseguimos

¹² "Passeggiata nella seconda natura"

¹³ "How nature as seen in our mind's eye translates into the image that we call landscape"

¹⁴ "A chain of insights punctuated by distances ultimately merges in a single impression"

¹⁵ "The primal walk"

nuevas representaciones del mundo estimulando el juego entre las percepciones corporales y las imágenes mentales, levantamos el velo de los típicos clichés porque activamos el proceso en el que los comparamos con lo que percibimos. Recuperamos la lentitud, la corporalidad y la relación consciente con el espacio. De esta forma el mundo recobra su profundidad. Salimos del mundo plano de las pantallas y del espacio anónimo del consumo y de la globalización. El espacio deja de ser abstracto: vemos, construimos, creamos, somos el paisaje. Cuerpo, mente y paisaje están alineados y forman una unidad. Con los pies en el suelo sentimos nuestra presencia aquí y ahora. Somos activos, conscientes del momento presente y ponemos en marcha la producción creativa de significados. Podríamos decir, utilizando las palabras de Burckhardt, que “pensamos con los pies” (citado por Berthier 2013). Por consiguiente, la *Paseología* se revela ser una potente herramienta para transformar el mundo.

Conclusión

La ciencia del caminar de Burckhardt es fundamentalmente un elogio del proceso. Más que *Paseología*, podríamos llamarla “Procesología”, porque pone el acento en la importancia de recuperar el enfoque procesual en cualquier ámbito. Burckhardt dijo que “somos la primera generación que debe construir una nueva estética, una estética paseológica. Paseológica porque el recorrido de acercamiento al objeto hoy en día ya no es obvio sino que debe ser representado-reproducido en el objeto mismo”¹⁶ (Burckhardt 2019, p.200). Es decir, necesitamos no sólo considerar el objeto sino todo el contexto que lo envuelve, tomar conciencia de las relaciones entre las cosas, darnos cuenta de la realidad que nos rodea y de todos los elementos que la conforman. El paseo nos hace revivir el proceso relacional con el espacio.

La *Paseología* es una herramienta para desmontar las percepciones convencionales y recuperar el proceso de creación de significado.

Como hemos explicado, al caminar experimentamos el proceso de integrar lo que vemos en la imagen típica construida culturalmente, volvemos a componerla en nuestras mentes, activando plenamente nuestra innata creatividad mental. Al experimentar con nuestro cuerpo un recorrido en el espacio y en el tiempo, recuperamos también la narrativa y ello nos permite dar un sentido al mundo en el que vivimos, crear una historia, comprender. Por esta razón probablemente Burckhardt quería titular sus memorias “Pienso con los pies” (Berthier, 2013). Los pies activan nuestra capacidad mental de construir la realidad, tocándola, enfocándonos en lo que está a medida de nuestro cuerpo, lo pequeño, lo banal, lo inobservado, lo cotidiano. Porque éstas son las cosas que realmente influyen nuestra vida real y no la opinión de los expertos impuesta desde lo alto de su especialización. Como explica Michel de Certeau en su libro *La invención de lo cotidiano*¹⁷ ([1990] 2017), la organización tecnocrática de la sociedad quiere imponerse bajo el baluarte de la racionalidad y de la funcionalidad, creyendo hacer las cosas de la mejor manera posible, asignando a cada uno un lugar, un rol, productos para consumir... Pero la creatividad de los ciudadanos emerge inevitablemente en su manera de hacer, en el uso cotidiano de las cosas y del espacio, se sustrae en silencio a esta conformación e inventa trucos sutiles, tácticas de resistencia mediante las cuales desvía objetos y códigos, recupera el espacio y lo usa a su manera.

El caminar es la manera más simple, al alcance de todos, de salir de la pasividad, de escaparse de los movimientos automatizados, de recuperar el uso del espacio y reconquistar nuestra capacidad de dotar la realidad de significación. Es un modo para volver a dar visibilidad a los paisajes invisibles de Juan Nogué, asignar cualidades antropológicas a los no lugares de Marc Augé, ir más allá de un mundo impuesto por políticos, comerciantes y tecnócratas para recuperar nuestra propia manera de percibir, en la maravillosa nimiedad de nuestra vida cotidiana.

¹⁶ “Siamo la prima generazione che deve costruire una nuova estetica, un'estetica promenadologica. Promenadologica perché il percorso di avvicinamento all'oggetto oggi non è più scontato, ma dev'essere rappresentato-riprodotto nell'oggetto stesso”.

¹⁷ *L'invention du quotidien*

Referencias

- Augé, M. (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. París (Francia): Éditions Seuil.
- Becker, S. (3/6/2014). Welcome to the house of fun... Hans Ulrich Obrist on the Swiss Pavillon. *Uncube Magazine*. Recuperado el 11/01/2020 de <http://www.uncubemagazine.com/blog/13212377>
- Berthier, J.F. (2013). *Dérives urbaines*. Recuperado el 13/01/20 de http://derivesurbaines.com/Chapitre_3_integralite.html
- Burckhardt, L. (2012). *Lucius Burckhardt Writings. Rethinking Man-Made Environments: Politics, Landscape and Design*. Jesko Fezer, Martin Schmitz editores. Basel (Suiza): Ambra Verlag. Recuperado el 11/01/2020 de: ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ugr/detail.action?docID=5117625>.
- (2015). *Why Is Landscape Beautiful? The Science of Strollology*. Edited by Markus Ritter, and Martin Schmitz, Walter de Gruyter GmbH. Basel (Suiza): Birkhauser. Recuperado el 11/01/2020 de: ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ugr/detail.action?docID=1820359>.
- (2017). *Design is Invisible: Planning, Education and Society*. Markus Ritter, Martin Schmitz editores. Basel (Suiza): Walter de Gruyter GmbH. Recuperado el 11/01/2020 de: ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ugr/detail.action?docID=4843234>.
- (2019). *Il falso è l'autentico. Politica, paesaggio, design, architettura, pianificazione, pedagogia*. Macerata (Italia): Quodlibet.
- De Certeau, M. ([1990] 2017). *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*. París (Francia): Folio essais.
- Maderuelo, J. et al. (2007). *Paisaje y arte*. Madrid: Abada editores.
- Nogué, J. (2007) "Territorios sin discurso, paisajes sin imaginario. Retos y dilemas". *Ería: Revista cuatrimestral de geografía*, 73-74, pp. 373-382. Recuperado el 27/12/2019 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2585408>