

El automóvil y la cultura del siglo XX: una reflexión antropológica

The Automobile and XXth Century Culture: an Anthropological Reflection

Recibido: 15-09-08
Aceptado: 31-10-08

Santiago García Ochoa

Doctor en Historia del Arte (Universidad de Santiago de Compostela) y profesor de enseñanza secundaria (IES La Besana). E-mail: santiagoogarciachoa@gmail.com

Resumen

El presente artículo reflexiona sobre uno de los objetos más representativos de la sociedad contemporánea: el automóvil. El autor estudia la relación entre el hombre y el coche partiendo del pensamiento de algunos de los más prestigiosos filósofos, antropólogos, sociólogos y literatos.

Palabras clave:

Automóvil, Antropología contemporánea, Cultura del siglo XX, Entorno tecnológico, Viaje en automóvil.

Abstract

This article reflects on one of the most representative objects of contemporary society: the automobile. The author studies the relation between automobile and man based on the thinking of some of the most famous philosophers, anthropologists, sociologists and literati.

Key words:

Automobile, contemporary anthropology, Twentieth-Century culture, technological environment, automobile trip.

1. Introducción

El 29 de enero de 1886 Karl Benz registraba en Berlín la patente de un triciclo propulsado por un motor de explosión. Esta fecha, tradicionalmente admitida como la del primer automóvil, podría ser discutida, ya que, como sucede con cualquier otro invento, en varios lugares se llegó al mismo tiempo a conclusiones parecidas. El nuevo vehículo, caro y elitista, tuvo al principio un uso muy restringido, limitado casi en exclusiva a las competiciones deportivas, pues los coches de caballos resultaban más cómodos para los desplazamientos urbanos y el tren no tenía rival cuando las distancias eran más largas. Sin embargo, el desarrollo tecnológico y la evolución industrial lo convirtieron pronto en un medio de transporte útil, en uno de los elementos imprescindibles de la vida moderna. Y en una pesadilla. La sociedad de consumo, al multiplicar el número de automovilistas, puso en evidencia los problemas asociados a la automoción. El coche ha transformado el panorama urbano, hemos puesto la ciudad a su servicio y modificado nuestras viviendas para poder tenerlo cerca. La contaminación ambiental y acústica, el número creciente de accidentes, nada parece preocuparnos. No importa que en el centro de una gran ciudad no podamos alcanzar, muchas veces, una velocidad media mayor que la de un coche de caballos, o que, como afirma el doctor René Bidois, en la *Revue de Médecine Psychomatique*, «el asalariado moderno sufra, si se tienen en cuenta sus desplazamientos, una carga de fatiga que no se aleja tanto de las setenta y tres horas por semana del obrero de 1836 que vivía a la puerta de su fábrica» (Soria i Puig, 1972: 35). Nada parece agotar nuestro entusiasmo, nuestro deseo de poseer un vehículo. Quizás nunca lleguemos a establecer si la relación que nos une a él es de dominio o de sometimiento, quizás nunca podamos liberarnos de esa fascinación que Roland Barthes certificaba ya en 1955:

Se me ocurre que el automóvil es en nuestros días el equivalente bastante exacto de las catedrales góticas. Quiero decir, que constituye una gran creación de la época, concebida apasionadamente por artistas desconocidos, consumidos a través de su imagen, aunque no de su uso, por un pueblo entero que se apropia, en él, de un objeto absolutamente mágico (Barthes, 1980: 154).

Pero... ¿hay algo menos mágico que un automóvil? Acostumbrados a cruzar las calles entre ellos sin temor alguno, aun cuando corramos un grave riesgo, se-

guramente nadie se incomodará si afirmo que, por encima de cualquier otro objeto, el automóvil es el mejor exponente de la cotidianidad (1). Esta evidencia contrasta con el escaso interés que ha despertado en estudiosos o pensadores, que han escrito mucho sobre la televisión o el ordenador pero muy poco sobre el coche. Henri Lefebvre considera que el automóvil cumple las condiciones necesarias (actividad social diferenciada, específica o especializada; organizaciones e instituciones a nivel del Estado que la regulan; unos textos o un código que garantice las medidas y la autoridad de las instituciones que la sostienen) para ser considerado como un «subsistema», un campo semántico parcial e invasor, que interviene en la cotidianidad:

a) El Auto es el Objeto-Rey, la Cosa-Piloto. Conviene repetirlo. Este Objeto por excelencia rige múltiples comportamientos en muchos sectores, desde la economía hasta el discurso. La Circulación se inscribe entre las funciones sociales y se clasifica en primera fila (...). El espacio se concibe según las coacciones del automóvil. Circular sustituye a Habitar, y esto en la pretendida racionalidad técnica (...). En la circulación rodada, los hombres y las cosas se acumulan, se mezclan sin encontrarse. Es un caso sorprendente de simultaneidad sin intercambio, permaneciendo cada elemento en su caja, encerrado cada uno en su caparazón (...). Lo interesante es apreciar el puesto del coche en el único sistema global que hemos descubierto: la estructura de coartadas. Coartada para el erotismo, coartada para la aventura, coartada para el "habitar" y la sociabilidad urbana, el Auto es una pieza de este "sistema" que cae hecho pedazos en cuanto es descubierto. Objeto técnico pobre (...) y estructural (motor, chasis y carrocería, accesorios) bastante simple (...) pretende ser (se pretende que sea "inconscientemente") objeto total. Tiene un sentido (absurdo). De hecho y en verdad, lo que el Automóvil conquista y "estructura" no es la sociedad, sino lo cotidiano. Le impone su ley. Contribuye fuertemente a consolidarlo, a fijarlo sobre su plan: a planificarlo. La cotidianidad es en gran medida hoy el ruido de los motores, su uso "racional", las exigencias de la producción y distribución de vehículos, etc.

b) Esto no es todo. El automóvil no se reduce

a ser un objeto material (...), da lugar a jerarquías: la jerarquía perceptible y sensible (tamaño, potencia, precio) va acompañada de una jerarquía más compleja y más sutil, la de las marcas de velocidad y resistencia (...). Si he adelantado a un vehículo más potente, he modificado mi lugar en la jerarquía, ascendiendo un puesto en la segunda, la cual se abre a los audaces, implica habilidad, astucia y, por tanto, libertad. Lo discutiré con mis pasajeros, con mis amigos, extensamente, con orgullo, sobre todo si he corrido riesgos (...).

c)(...) Este objeto, verdaderamente privilegiado, tiene una doble realidad más intensa, dotada de una mayor duplicidad que las demás: sensible y simbólica, práctica e imaginaria (...). El discurso en torno a él se nutre de retórica y envuelve a lo imaginario (...).

d)Este objeto tiene su código: el Código de Circulación. Sin comentarios. La exégesis semántica, semiológica, semiótica del Código de Circulación llena ya volúmenes (...). El Objeto-Piloto ha suscitado no sólo un sistema de comunicación, sino los organismos e instituciones que se sirven de él y que le sirven (Lefebvre, 1972: 127-30).

2. El coche dentro de nuestro entorno

Desde hace mucho tiempo vivimos en plena era tecnológica, inmersos en un entorno artificial, rodeados de cosas y objetos que no nos remiten a la Naturaleza, sino a un universo creado por el hombre. Sin la evidencia del fruto, pocos serían capaces de distinguir hoy un nogal de un alcornoque, pero a los más les bastaría una simple ojeada para diferenciar un Fiat de un Ford o para reconocer un modelo u otro de cualquier marca automovilística. El hombre ha dejado de ser un simple ser natural para convertirse, en todos los aspectos, en un individuo social, producto de una civilización. Así lo exponía Ortega en su *Meditación de la técnica* (1939):

El hombre de hoy –no me refiero al individuo, sino a la totalidad de los hombres- no puede elegir entre vivir en la naturaleza o beneficiar esa sobrenaturaleza. Está ya irremediablemente adscrito a ésta y colocado en ella como el hombre primitivo en su contorno natural. Y esto tiene un riesgo entre otros: como al abrir

los ojos a la existencia se encuentra el hombre rodeado de una cantidad fabulosa de objetos y procedimientos creados por la técnica que forman un primer paisaje artificial tan tupido que oculta la naturaleza primaria tras él, tenderá a creer que, como ésta, todo aquello está ahí por sí mismo: que el automóvil y la aspirina no son cosas que hay que fabricar, sino cosas, como la piedra o la planta, que son dadas al hombre sin previo esfuerzo de éste (Ortega y Gasset, 1997: 60).

Jean Baudrillard, muchos años después, describe la sociedad de consumo como una estructura opresora donde resulta difícil vislumbrar los reflejos de la civilización:

Los objetos no constituyen, ni una flora ni una fauna. Y, sin embargo, producen realmente la impresión de una vegetación exuberante y de una jungla, donde el nuevo hombre salvaje de los tiempos modernos tiene dificultad en volver a encontrar los reflejos de la civilización. Es necesario tratar rápidamente de describir esta fauna y esta flora, que el hombre ha producido y que se vuelve contra él para rodearlo y sitiario como en las malas novelas de ciencia-ficción (Baudrillard, 1974: 16).

¿Puede esta opresión conducirnos a la locura, a la pérdida de identidad, a la perversión de valores? ¿Puede llegar a provocar cambios terribles en nuestras vidas? Si algún escritor ha tratado el tema in extenso ése es J.G. Ballard (2) que en su novela *Crash* (1973) llega a concebir los accidentes de tráfico y sus secuelas como motivo de excitación sexual:

Crash por supuesto no trata de una catástrofe imaginaria, por muy próxima que ésta pueda parecer, sino de un cataclismo pandémico institucionalizado en todas las sociedades industriales, y que provoca cada año miles de muertos y millones de heridos. ¿Es lícito ver en los accidentes de automóvil un siniestro presagio de una boda de pesadilla entre tecnología y sexo? ¿La tecnología moderna llegará a proporcionarnos unos instrumentos hasta ahora inconcebibles para que explotemos nuestra psicopatología? ¿Estas nuevas fijaciones de nuestra perversidad innata no podrán ser de algún modo benéfi-

cas?. ¿No estamos asistiendo al desarrollo de una tecnología perversa más poderosa que la razón? (3).

Los recursos que el hombre utiliza a diario, con los que se siente identificado, los que considera como algo propio (vestimenta, vivienda, vehículo...) no son naturales e incluso aquellos que lo son (alimentos) se le presentan intermediados, modificados por la técnica. La transparencia original ha desaparecido y el hombre precisa reafirmar permanentemente sus fines por encima de su condición de consumidor y usuario:

“El problema que se origina es el de cualificar de nuevo la subjetividad humana garantizando la presencia de los fines humanos en el mundo de los medios y las cosas. Es preciso descubrir de nuevo el finalismo humano y lograr infundir finalidad a los medios: dejar que se escape el medio, dejarlo vagar en su ambiente ‘neutro’ significa perder el sujeto humano” (Cerroni, 1973: 28).

Herbert Marcuse denomina a la forma en que es liberada y satisfecha la agresividad en el mundo actual como agresión y satisfacción tecnológica:

El fenómeno se puede describir rápidamente: el acto de agresión se lleva a cabo físicamente a través de un mecanismo altamente automatizado, mucho más poderoso que el ser humano que lo desencadena, lo mantiene en movimiento y determina su fin o destino. El caso más extremo es el del cohete; el ejemplo más corriente, el del automóvil. Esto significa que la energía, el poder activado y consumido es la energía mecánica, eléctrica o nuclear de las ‘cosas’ más que la energía instintiva del ser humano. La agresión es, por así decirlo, transferencia del sujeto al objeto, o, al menos, ‘mediada’ por un objeto, y el blanco destruido por una cosa más que por una persona (Marcuse, 1974: 119-20).

3. Nuestra relación con el coche

En el contexto descrito el coche destaca por su proximidad al hombre, que lo considera su complemento ideal. El mismo antroporfismo del automóvil -no sabemos si causa o efecto- lo demuestra:

El automóvil tiene ojos (faros), boca (radiador), órganos internos (carburador, motor de arranque, cilindros, pistones, etc.); tiene ‘válvulas’ (cardíacas), aparato eléctrico (sistema nervioso central, y periférico), sangre (carburante), esqueleto óseo (carrocería autoportante o chasis), etc... Quien haya tenido un mínimo de familiaridad con el coche se habrá sorprendido asimilando, identificando su propia ‘ansiedad’ (su propia disnea) con la del automóvil al que le falta carburante, sus extrasístoles, con el motor que ‘pega mal’, su falta de empuje vital con el ‘coche que no arranca’, sus molestias renales con el ‘carburador sucio’, la ‘rueda pinchada’ con un pie luxado o una rodilla anquilosada, el faro apagado con el ojo ciego, y así sucesivamente (Dorfles, 1973: 95).

En el prólogo de *El hombre que compró un automóvil* (1932) Wenceslao Fernández Flórez ironiza acerca de la influencia que ejerce en nuestras vidas:

Y el mismo automóvil es un ser vivo, con tanto influjo en nuestra vida como una novia o un camarada. Hay automóviles cuya historia es más interesante que la de un hombre. Algunos amigos que os aburren hablándoos de su vulgar existencia, os distraerán si os refieren las excentricidades de su coche (Fernández Flórez, 1985: 10).

Y en el último capítulo de la novela sitúa la acción en un futuro lejano (ampliamente superado el año 2000), en el cual el automóvil ha alcanzado ya unos límites de desarrollo increíbles, para contarnos cómo unos coches se rebelan y abandonan un salón de exposiciones en medio de su inauguración. ¿Existe mejor analogía entre el vehículo y su creador que aquella en que la “criatura” rompe con su condición de máquina al servicio del hombre y se convierte en protagonista de su propio destino?:

El automóvil era ya un artefacto verdaderamente útil. Su motor no recordaba en nada los de gasolina ni los eléctricos. El depósito de dinámico (la sustancia descubierta por el famoso Thompson a principios del siglo XXI), ocupaba apenas un decímetro cúbico, y una vez lleno se podía recorrer unos diez mil kilómetros en un coche de diez caballos

sin reponer la maravillosa materia. La perfección lograda era tal, que bien podría decirse que en aquellos organismos metálicos nada faltaba y nada sobraba tampoco. Eran un verdadero prodigio de la mecánica, que en las postrimerías del 2000 alcanzó un desarrollo que habría asombrado a los más optimistas vaticinadores del porvenir en aquellos tiempos en que Julio Verne y Wells, entre otros muchos, gustaban de perder sus horas en suposiciones sobre el futuro (Fernández Flórez, 1985: 145-6).

Pero si la antropomorfización del automóvil es obvia no lo es menos el hecho de que el hombre satisface en él más que en ningún otro objeto la vanidad propia del dueño, cuyas órdenes siempre son atendidas, y casi diríamos “entendidas”, por su coche:

Coche y perro son los dos ejemplos más típicos del sometimiento total a dos ‘criaturas’ a las que el hombre puede dedicar sus atenciones sentimentales sintiéndose totalmente dueño de ellas (Dorfles, 1973: 95-6).

Esta sensación de protección, de asilo que experimentamos en el vehículo, con el que dialogamos por medio de pedales y palancas, se equipara frecuentemente a la experimentada en el “seno materno”; y podríamos llevar más lejos la analogía recordando que nuestra posición al volante, ligeramente inclinados y encogidos, está muy próxima a la posición fetal.

William Faulkner incide en la simbología sexual del automóvil y considera que ha alterado sustancialmente la naturaleza de las relaciones heterosexuales. En su novela *Intruder in the Dust* (*Intruso en el polvo*, 1948) pone en boca de uno de sus personajes la siguiente reflexión:

A los norteamericanos lo único que realmente les entusiasma es su automóvil: lo quieren más que a su mujer a sus hijos a su patria e incluso que a su cuenta bancaria (de hecho no quieren tanto su cuenta bancaria ni mucho menos como les gusta creer a los extranjeros porque son capaces de gastar casi todo su dinero o todo prácticamente en cualquier cosa siempre que sea lo suficientemente inútil). Porque el automóvil se ha convertido en nuestro símbolo sexual nacional. (...) Por eso aunque viva en una ratonera alquilada no sólo será propietario de uno sino que lo

cambiará todos los años para renovarlo en su dignidad primigenia, no se lo prestará a nadie, no permitiendo que otras manos conozcan nunca la intimidad última secreta perennemente casta, perennemente sensual de sus pedales y palancas, (...), pasándose toda la mañana del domingo lavándolo y frotándolo y sacándole brillo porque al hacerlo acaricia el cuerpo de la mujer que le negó hace ya mucho su lecho (Faulkner, 1982: 230-1).

Stephen King, en su novela *Christine* (1983), lleva hasta sus últimas consecuencias las connotaciones sexuales del vehículo al plantear «la historia de un triángulo de amantes, Arnie Cunningham, Leigh Cabot y, naturalmente, Christine». Arnie es un adolescente que se enamora de un viejo y destartado automóvil (Christine):

El objeto de su amor era un mal chiste, y nunca sabré qué vio Arnie en él aquel día. El lado izquierdo de su parabrisas era una retorcida telaraña de resquebrajaduras. El techo estaba hundido en su parte derecha, y la descascarillada abolladura estaba llena de herrumbre. El parachoques trasero se hallaba torcido, la puerta del maletero entreabierta y el tapizado de los asientos presentaba alargados desgarrones. Parecía como si alguien la hubiera emprendido a cuchilladas con la tapicería. Un neumático aparecía completamente liso. Los otros, tan desgarrados que dejaban ver el cañamazo interior. Lo peor de todo: había un oscuro charco de aceite bajo el motor.

Arnie se había enamorado de un «Plymouth Fury» de 1958, uno de esos alargados y con grandes aletas (King, 1999: 16).

Jean Baudrillard, no obstante, es mucho más cauto y considera que la identificación con la mujer se ha generalizado a todos los objetos en el mundo publicitario:

A este título, es falso ver en el automóvil un objeto-mujer. Si toda la publicidad habla como si así fuese: ‘ligera, cómoda, práctica, obediente, ardiente’, se debe a la femineización generalizada de los objetos en el mundo publicitario, pues la mujer-objeto es el esquema de persuasión, la mitología social más eficaz. Todos los objetos, y por consi-

guiente también el automóvil, se hacen mujer para ser comprados. (...) Pero, en el fondo, como todo objeto funcional mecánico, el automóvil es ante todo (y para todos, hombres, mujeres, niños) vivido como falo, como objeto de manipulación, de cuidados, de fascinación. Proyección fálica y narcisista a la vez, poderío plasmado por su propia imagen (Baudrillard, 1969: 79).

4. El viaje en coche

Ocupémonos ahora de la funcionalidad del vehículo. En el automóvil se viaja... y existe toda una mitología en torno al viaje, ya que es una actividad inherente a la condición humana: el hombre puede considerarse como viajero (*homo viator*) y la vida como camino. En todos los tiempos, en todas las culturas han existido grandes viajeros como Ulises, Abraham o Edipo. Pero ¿qué tiene de especial el viaje en automóvil? ¿Por qué conducir nos produce esa sensación placentera de libertad cuando nos ocupa pies y manos y nos obliga a prestar una atención preferente a la carretera? Algo ha de tener para que Eugenio Trías lo prefiera a otras formas de desplazamiento:

Confieso mi personal predilección por el viaje en automóvil. Soy un pésimo conductor, pero la sola idea de conducir me seduce enormemente. Mientras conduzco, estoy entretenido en todos los pormenores de esa operación material, al tiempo que la mente se desconecta, se vuelve aérea y volátil, se sume en ensueños semiverídicos. Circulan por el cerebro todo orden de ideas y sensaciones, unas ligeras, otras menos ligeras, otras plúmbeas y desabridas, pero todas ellas son extraordinariamente fluidas, ninguna se apodera de la atención con ánimo exclusivista, ninguna absorbe toda la materia cerebral al modo de una 'idea obsesiva'. De viaje se recupera por lo demás, un estimable nivel de autenticidad, una fecunda capacidad para el asombro. De viaje se está en la mejor disposición para filosofar (Trías, 1984: 68).

El automóvil nos aísla del entorno y del contacto interpersonal y la autopista se encarga de que los encuentros no tengan lugar (4). Se abre todo un mundo

nuevo a la percepción humana. Edward T. Hall lo describe de la siguiente manera:

El automóvil encierra a sus ocupantes en una cápsula hermética de chapa y cristal que les aísla por completo del mundo circundante; pero es que, además, en cierto modo hace disminuir en aquellos la sensación de movimiento a través del espacio. Esta disminución de sensibilidad respecto del movimiento no tiene su origen exclusivamente en el aislamiento que se produce respecto de la superficie de la calzada y respecto de los ruidos exteriores, sino que al propio tiempo constituye también un efecto visual. El conductor que circula por una autopista se mueve en medio de una corriente de tráfico, que acapara su atención, mientras que el detalle visual a distancias cortas se hace borroso por la velocidad del vehículo (Hall, 1973: 269).

El hombre siente cómo se apropia del tiempo y del espacio, un leve movimiento, la leve presión en un pedal, le permite aumentar la velocidad del coche⁵, y, sin embargo, en su interior apenas percibe cómo se desplaza más rápido, cómo acorta el tiempo del viaje. Es entonces cuando se irrita el nervio metafísico:

El movimiento, por sí sólo, es constitutivo de una determinada dicha, pero la euforia mecánica de la velocidad es otra cosa: está fundada en lo imaginario, en el milagro del desplazamiento. La movilidad sin esfuerzo constituye una especie de dicha irreal, de suspenso de la existencia y de la irresponsabilidad. La velocidad tiene como efecto, al integrar el espacio-tiempo, reducir el mundo a dos dimensiones, a una imagen; está dispensada de su relieve y de su devenir, nos entrega, en cierta manera, a una suerte de inmovilismo sublime y a una contemplación. «El movimiento -dice Schelling- no es sino la búsqueda del reposo». Más allá de cien kilómetros por hora hay presunción de eternidad (de neurosis, también, quizá) (Baudrillard, 1969: 75-6).

Sin embargo, aunque el automóvil nos permita acceder a lugares que antes resultaban inalcanzables, acercarnos a la naturaleza, fracasa como medio, su condición de producto tecnológico lo delata como un intruso

que acerca alejando (6) para siempre el fin último de la vida del ser humano (7).

La carretera se convierte definitivamente en un espacio para la incertidumbre. *On the Road (En el camino, 1957)*, de Jack Kerouac, es la novela que mejor expresa el deseo de búsqueda del individuo y su intento de satisfacerlo a través del viaje en automóvil. Basada en las vivencias del autor y sus amigos en Estados Unidos a finales de los años 40, los protagonistas de *On the Road* (Sal Paradise -el propio Kerouac- y Dean Moriarty -Neal Cassidy-) sienten un irrefrenable impulso que les lleva a desplazarse continuamente de costa a costa. El viaje nunca termina. "Eso" que busca Dean Moriarty no se encuentra al final de ningún camino: «¡Esto es el mundo! –interrumpió Dean- ¡Dios mío! –golpeó el volante- ¡Esto es el mundo! Podemos seguir a Sudamérica si esta carretera lleva hasta allí... » (Kerouac, 1989: 328). En el último periplo de la novela atraviesan la frontera del país y se dirigen a México. Allí pasarán los mejores momentos, en la casa de putas de Gregoria y en Nuevo México. Al llegar a esta ciudad, Dean exclama:

¡Esto sí que es tráfico! ¡Siempre había soñado con algo así! ¡Todo el mundo se mueve al mismo tiempo!

Una ambulancia pasó como una flecha. Las ambulancias americanas avanzaban sorteando el tráfico y con la sirena sonando; aquí las ambulancias van por las calles de la ciudad en línea recta a más de cien por hora y todo el mundo procura apartarse a tiempo y la ambulancia no se detiene bajo ninguna circunstancia y sigue a toda marcha. Los conductores eran indios. La gente, incluso las señoras mayores, corrían detrás de los autobuses que nunca se detenían. Jóvenes ejecutivos mexicanos hacían apuestas y corrían en grupo tras los autobuses y saltaban atléticamente a ellos. Los conductores iban descalzos y gesticulaban como locos... (Kerouac, 1989: 354).

Notas

1 Eduardo Bericat ha definido al hombre actual como sedentario nómada, ya que casi todas las actividades que realiza le suponen un desplazamiento: ir a comprar, ir al cine o al teatro, viajes de trabajo, de fin de semana o vacaciones ... El autor define el fenómeno a través de cuatro características: se

trata de un movimiento rotacional que tiene como centro privilegiado el hogar o residencia propia; posee un carácter individual, porque las personas, aunque no viajen siempre solas, lo hacen para satisfacer sus propios intereses; se produce gracias a la energía mecánica, es decir, a través de vehículos como el barco, el avión, el autobús ..., si bien el principal medio de transporte es el automóvil particular; es masivo, porque afecta a la práctica totalidad de la población. Véase Bericat Alastuey, E. (1994), especialmente las páginas 115-8.

2 El equivalente cinematográfico de Ballard es David Cronenberg: "¿Fueron David Cronenberg y J. G. Ballard separados al nacer? Al igual que los gemelos en *Dead Ringers* (Inseparables, 1988), ambos comenzaron sus carreras como estudiantes de medicina; ambos están fascinados por la anatomía, la biología, la sexualidad y las autopistas posmodernas. Su simbiosis no es simplemente temperamental sino profesional, pues Cronenberg recientemente adaptó al cine la novela *Crash* de Ballard (en 1996)" (Kauffman, 2000: 199).

3 Esta declaración de intenciones del autor procede del prólogo de su novela, publicado por primera vez en la edición francesa, Calmann-Lévy, 1974 (Ballard, 1996: 13-4).

4 "Si describimos los complejos espaciales urbanos más recientes que podamos imaginar –todos los que se han desarrollado, digamos, desde el final de la segunda guerra mundial, incluyendo todas nuestras nuevas ciudades y barrios urbanos recientes– nos resulta difícil imaginar que los encuentros primarios de Baudelaire pudieran suceder aquí. Esto no es casual: de hecho, durante la mayor parte de nuestro siglo, los espacios urbanos han sido sistemáticamente diseñados y organizados para asegurar que las colisiones y enfrentamientos no tengan lugar en ellos. El signo distintivo del urbanismo del siglo XIX fue el bulevar, un medio para reunir materiales y fuerzas humanas explosivos; el sello del urbanismo del siglo XX ha sido la autopista, un medio para separarlos" (Berman, 1988: 165).

5 "El progreso en las técnicas del transporte y en sus velocidades ha introducido cambios sensibles en el significado del espacio para el hombre. Los esfuerzos para vencer el espacio por el tiempo han alcanzado tales dimensiones que han equilibrado, a escala terrestre, la separación entre lo lejano y lo próximo: la accesibilidad de todo punto del globo

- es sólo cuestión de horas. El asalto a la luna y al sistema planetario no es más que una expresión exterior característica de este proceso de apropiación general de espacio por el hombre. La movilidad transforma a los hombres en Ícaros (rápidos desplazamientos en el espacio, viajes lejanos); pero también los constriñe como un fardo y como el ladrón del tiempo libre en su forma no dominada" (Richta, 1974: 231-2).
- 6 Si hay algo que define al automóvil es su carácter paradójico: creado para mejorar la movilidad, su masificación la dificulta; creado para reducir distancias, su uso conduce a la aparición de otras nuevas que sólo él puede cubrir; si bien nos sirve para aumentar el número de contactos sociales no constriéndolos a la proximidad geográfica, en su interior el hombre viaja encapsulado; en definitiva: nos conduce a los confines de la tierra pero también la destruye.
- 7 Lefebvre lo considera la mejor metáfora de la auto-destrucción, ya que su condición de "bien duradero" lo convierte en un anticipo de nuestro propio final (Lefebvre, 1972: 131-2).
- Berman, Marshall. (1988). **Todo lo sólido se desvanece en el aire**. La experiencia de la modernidad, Siglo XXI, Madrid.
- Cerroni, Umberto. (1973). **Técnica y libertad**, Fontanella, Barcelona.
- Dorfles, Gillo. (1973). "El automóvil como «status symbol»", en **Sentido e insensatez en el arte de hoy**, Fernando Torres, Valencia. 93-103.
- Faulkner, William. (1982). **Intruso en el polvo**, Seix Barral, Barcelona.
- Fernández Flórez, Wenceslao. (1985). **El hombre que compró un automóvil**, Anaya, Madrid.
- Hall, Edward T. (1973). **La dimensión oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio**, Instituto de Estudios de la Administración Local, Madrid.
- Kauffman, Linda S. (2000). **Malas y perversos. Fantasías en la cultura y el arte contemporáneos**, Cátedra, Madrid.
- Kerouac, Jack. (1989). **En el camino**, Anagrama, Barcelona.
- King, Stephen. (1999). **Christine**, Plaza & Janés, Barcelona.
- Lefebvre, Henri. (1972). **La vida cotidiana en el mundo moderno**, Alianza, Madrid.
- Marcuse, Herbert. (1974). **La agresividad en la sociedad industrial avanzada y otros ensayos**, Alianza, Madrid.
- Ortega y Gasset, José. (1997). **Meditación de la técnica**, Santillana, Madrid.
- Richta, Radovan. (1974). **La civilización en la encrucijada**, Ayuso, Madrid.
- Soria i Puig, Arturo. (1972). "El transporte urbano", en VV. AA., **Movilidad urbana**, Asesoría Técnica de Ediciones, Barcelona. 35-7.
- Trías, Eugenio. (1984). **Drama e identidad**, Ariel, Barcelona.

Bibliografía

- Ballard, John G. (1996). **Crash**, Minotauro, Barcelona.
- Barthes, Roland (1980). "El nuevo Citroën", en **Mitologías**, Siglo XXI, Madrid. 154-6.
- Baudrillard, Jean. (1969). **El sistema de los objetos**, Siglo XXI, Mexico.
- _____ (1974). **La sociedad de consumo**. Sus mitos, sus estructuras, Plaza & Janés, Barcelona.
- Bericat Alastuey, Eduardo. (1994). **Sociología de la movilidad espacial. El sedentarismo nómada**, Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI, Madrid.