



**Kabataang Katawan, Mall at Siyudad:
Mga Tala sa Gitnang Uring Karanasan
at Neoliberalismo
[Youth Bodies, Mall and City: Notes
on Middle-Class Experience and
Neoliberalism]**

ROLANDO B. TOLENTINO

Philippine Humanities Review

Volume 14 Number 2, April 2012, pp. 67 - 75

ISSN-0031-7802

© 2012 University of the Philippines

KABATAANG KATAWAN, MALL AT SIYUDAD: MGA TALA SA GITNANG URING KARANASAN AT NEOLIBERALISMO

**[YOUTH BODIES, MALL AND CITY: NOTES ON MIDDLE-CLASS
EXPERIENCE AND NEOLIBERALISM]**

ROLANDO B. TOLENTINO

The essay maps out the social relations forged by youth bodies, the newer generation of malls, and the reengineering of pocket cities in the Philippines. What ties the three cultural phenomena are the experience of middle class aspiration and its version of neoliberalism. The potent soft power of middle class consumerism translates to a depoliticized subject of neoliberalism. Through a political reading of the phenomena, the deep structures and thick experience of middle class-ness, and subjects and conditions of the possible in neoliberalism are exposed, marking off the sites of radical thought and practice.

Keywords: Youth, Mall, City, Middle Class, Neoliberalism

ANG EMPIRE O ANG ESTADO NG UGNAYAN NG IMPERIAL NA BANSA AT ESPERA sa isang banda at ng dating kolonya sa kabilang banda ay kasalukuyang napapadaloy ng dalawang bagay: ang una ay ang literal na investment, long-term lease, o pagbili ng lupain para sa produksiyon na pagmamay-ari ng imperial na bansa; at ikalawa, ang mas abstraktong pagpapaugat at pagpapasanga ng branding ng gitnang uring karanasan mula sa panuntunan ng global na negosyo at gobyerno (liberal na demokrasya sa kasalukuyan) sa mga neokolonyal na bansa. Ang empire ay suwabeng napapatagos sa pamamagitan ng inobasyon ng arkitektura at urban planning na nagpapahiwatig ng libangan (leisure), at

ng mga kaakibat ng produkto at serbisyong aalinsunod sa pakiwaring gitang uri—pakiwari, dahil hindi naman direktang naisasaad na may pangkalahatang access sa gitnang uring panuntunan ng global na buhay. Walang pangako ng demokratisasyon ng aktuwal na gitnang uring buhay, ang tanging ipinapangako ay ang demokratisasyon ng literacy at restructuring ng (walang katapusang) pagiging gitnang uri.

Ang pangunahing sityo ng pang-araw-araw na pagdanas ng pakiwaring gitnang uri ay ang mall, na simula nang maitayo ang kauna-unahang mall sa bansa, ang Ali Mall (sabayang pagpupugay at franchise kay Muhammad Ali, ang boksingerong kampeon matapos ang matagumpay nitong pagtatanggol sa kaniyang korona sa Araneta Coliseum noong 1975) sa Cubao noong 1976, ay naging sentral at sentralisadong daluyan ng urban na lifestyle. “Lifestyle” dahil mismong ang buhay ay nirereestilo para kumumporme sa gahum ng urbanisado at kosmopolitanisadong buhay, estilo, estilo ng buhay, buhay na estilo, at ng mga estetisasyon nito bilang pang-araw-araw na panuntunan ng global na pagkamamamayan. Ang unang henerasyon ng mall ay may diin sa kawalan ng distinsiyon ng loob at labas, kaya nakadisenyong kahon ng sapatos. Hindi kakatwa na ginawang brand ang retailing na karanasan sa mga SM (ShoeMart) mall ng pangunahing mall developer sa bansa, si Henry Sy, na nagsimula bilang retailer ng sapatos. Ang “mallong”—ang noun na ginawang verb (aksiyon)—ang pumalit sa pagpasyal sa parke, ang publikong aktibidad ay nainternalisa, naging internal na publikong aktibidad, pribatisado sa kapasidad ng negosyo na magtalaga ng bagong karanasan—ang mallong—bilang pamalit sa failure ng gobyerno na maglaan ng publikong parke para sa kaniyang mamamayan; at ang pribatisasyon (inako ng malalaking negosyo) ng aktibidad bilang halaw sa pinaglumaang pangyayari. Sa ganito naging sentro ang mall na akma sa litanya sa pelikulang *Field of Dreams* (1989), “If you build it, they will come...” At totoo naman na ang density ng maller sa bawat major mall ay katumbas na ng populasyon ng isang small hanggang medium-size na siyudad sa bansa.

Dupang ang mga mall dahil ang mga impraestruktura sa Metro Manila, gaya ng obserbasyon ni Neferti Tadiar (2004) sa mga flyover, ay nilikha para gawing sentral ang mga ito. Sa harap na mga ito nakaposisyon ang mga stop ng lahat ng bus at MRT (Metro Rail Transit). Masasabing ang mga serbisyong tulad ng transportasyon ay ibinigay para padaluyin ang buhay one mall or commercial

center to another. Kinasusuklaman ng mga may sasakyan o sumasakay ang “midnite sales” ng malls, lalo na ang back-to-back sa pagitan ng SM at ng karibal na mall developer nito dahil humihinto ang kinetisismo ng biyahe sa higit pang sentralisasyon ng kosmopolitanisadong buhay at konsumerismo sa mga mall.

Ang unang henerasyon ng disenyo ng mall—ang kahon ng sapatos—ay nagpatingkad sa containment ng espasyo ng mall bilang ideal at preferred na fantasya kaysa sa realidad sa labas nito. Ang kawalan ng panahon sa mall ay sinasabing nagpapaigting sa higit na konsumerismo sa loob nito, ang malamon ang maller sa walang katapusang espasyo nang sa gayon ay makaligtaan niya ang kinalalagyang historikal na lugar at oras. Sinanay nitong mall ang tao na igpawan ang kaniyang materyal na kondisyon at umayon sa fantasya ng gitnang uri. Ang sumunod na henerasyon ay higit pang nagpaloob sa ideal ng “city beautiful,” tulad ng amenities ng parke, town hall meeting, at mga town hall service. Maari nang mag-renew ng driver’s license o kumuha ng birth certificate sa mall. May simbahan na rin, kundi man Catholic place of worship ang maraming mall. May greenery, kumpleto pati ng fountain, ang mga mall. Nagkakaroon ng mga job fair sa main atrium ng mga ito. Samakatwid, hindi na lamang operationalization ng fantasya ng gitnang uri ang sumunod na henerasyon ng mga mall, ito na rin ang aktuwalisasyon ng fantasya. Hindi na lamang psychological delivery mula sa mass poverty ang isinasaad nito kundi ang mismong abjectification ng poverty, ang ietsa-puwersa ito sa labas, at kung gayon ay gawing ethos ng Protestant work ethics ang mall. Nagmo-malling pero nakakapagsimba, grocery, nakakapagbayad ng koryente at internet connection, nakakapagpa-medical at dental checkup, nakakakuha ng legal na dokumento, at iba pa rito. Hindi na literal na sityo ng libangang pinagkakagastusan, ito na mismo ang pagdanas sa libangan bilang pang-araw-araw na kaganapan ng buhay sa mall, na ang tanging nagle-labor sa mall ay ang segregadong manggagawa sa serbisyong sektor nito. Iniiwan ng maller ang kaniyang moda ng produksiyon ng paggawa, para gawing purong sityo ng libangan ang mall. Hindi niya maalala kung paano siyang nakarating dito—kung paanong nagpursigi para kumita, ginamit ang lakas-paggawa, ibinenta ito sa eksplotatibong relasyon—pero masaya siya sa pagdating dito.

Ito ang nililikhang invisible sa malling experience. Ang kahon ng sapatos ay nagkaroon ng self-referentiality sa mga second-generation mall.

Alam na ang kaibahan ng historikal at ideal. Ang Sky Garden, halimbawa, sa SM City North EDSA ay malinaw na nakatunghay sa kaniyang bahagi ng ma-traffic at mausok na highway ng EDSA. Ang matingkad na pagbabago ay ang rehistrasyon ng preferensiya para sa impraestruktura at karanasan ng kapital at kapitalismo kaysa sa panorama ng historikal na kinabibilangan nito: ang kapitalismo gone wrong sa bansa. Natatanaw ito mula sa ground level ng EDSA at dinadanas sa “city on the hill” ng SM City North EDSA. Kung nasa Sky Garden naman, ang kaguluhan ng modernidad sa bansa ay natatanaw sa ibaba ng EDSA, at ang comfort zone, lalo na sa pagdanas ng malakas na ulan o pagtanaw sa trapiko sa ibaba, na mas ligtas at hindi peligroso ang posisyon ng inaakalang pag-angat sa mas malaking pambansang kondisyon. May vote of confidence na isinasagawa ang karanasan sa malling dahil sa self-referentiality ng akto ng pagmo-malling: Alin ang preferensiya, alin ang karanasang mas matimbang, alin ang fantasya ng tunay na nais itaguyod? Ang comfort at leisure sites ng labas ay ipinasok sa mga second-generation mall, at ito ang paglamon sa historikal ng fantasya para paigtingin ang virtual na mundo—ang simultanidad ng historikal at fantasya o ang pagtatagumpay ng historikal na matransporma sa network ng fantasya. Mas may “laman” ang modernidad ng maller dahil hindi lubos ang pagkakahon sa kaniya ng espasyo, ang nagkakahon na sa kaniya ay ang gitnang uring karanasan mismo.

Pero ang pagpasok ng mall sa second-generation na disenyo, serbisyo, at ethos ay hindi lamang nagpaloob sa mamamayan sa bagong kapamaraan ng pagtunghay sa kaniyang aspirasyong mapabilang sa global na gitnang uri. Ito mismo ay naghuhudyat ng higit pang pagpribilehiyo sa pakiwaring gitnang uri bilang panuntunan ng kosmopolitanismo ng Metro Manila. Ito ang pormasyon ng mga First World hub, tulad ng Libis, The Fort, Alabang, at Camp John Hay. Ang pormasyon ng mga First World hub ay higit na exclusive, na ang sentro ng karanasan ay malinaw na na-surveillance para imantene ang mas nakatataas na uri ng makauring buhay, at lalo pang napaiigting sa pamamagitan ng pagpapanatili ng poverty at kapitalismo gone wrong sa tarangkahan ng enclave. Ibig sabihin, sa loob mismo ng The Fort at Libis ay walang namamalimos dahil ang pamamalimos at pigura ng pulubi ay securely consigned sa labas lamang nito. Expunged ang paghihirap at korapsiyon sa enclave kaya mas malawak ang espasyo ng gitnang uring pagpapakaranasan. Exclusive din ang akses sa mga lugar na ito dahil walang mass transportation na magpaparating sa mga mass

consumer dito. Tanging ang may purpose sa espasyo at modernidad ang lilikha ng panahon para makarating sa First World hubs na ito.

Ang inaakalang greening at mga fountain sa mga second-generation mall at mga First World hub ay hindi naman tumutunghay sa nature kundi sa culture—kung paanong nabubuhay ang mga puno at halaman, at dumadaloy ang tubig ay hindi natural na gawa. Walang pagtunghay sa naturalisasyon ng kalikasan sa bagong espasyo ng modernidad. Para itong fountain sa Manila Peninsula Hotel—mas maganda itong artipisyal na fountain ng higanteng embossed na seashell kaysa sa naunang nagmimistulang waterfall pa. Landscaped na ang kalikasan, na-train na ang kalikasan na mag-behave: na tumubo ang kawayan sa partikular na height lamang, na malagas ang mga dahon sa partikular na oras ng paglilinis lamang, at iba pa. Ito na ang kalikasang wala nang kalikasan.

Ngayon naman ay ibabalik ang unang bahagi ng titulo sa konfigurasyong ito, ang kabataang katawan bilang entidad na bahagi ng paglikha ng kalikasang wala nang kalikasan. Ito ang katawang branded na rin—bawat bahagi ng katawan ay inaksesoryahan ng mga brand ng pabango, deodorant, whitener, gel, lotion, damit, sapatos, medyas, brief, panty, at iba pa. Dahil nagpakaganito, ang katawan na ang aksesorya ng mga brand. Ito na ang katawang inokupa ng mga brand, ang samot-saring kuwento ng lifestyle choice sa mga produktong tinatangkilik na nakapagsasaad ng lampasang balwasyong makakapagsingil nang lampas sa aktuwal nitong halaga. Ang resulta ay hindi ang katawang tumatamasa ng mga brand at lifestyle choice na kaakibat nito kundi ang kolonisasyon ng katawan sa panuntunan ng global na pagkamamamayan, na sa una't huling pagtingin pala ay kaakibat lamang ng naratibo ng mga global brand: *Just do it! A diamond is forever, Be all that you can be, connecting people, There are some things that money can't buy...*

Hindi panglahatan ang katawang ito, sa katunayan, ito mismo ay ang ideal na kabataang katawan: matikas, atletiko, matangkad, maputi, makinis ang balat, at kosmopolitanisado. Kumbaga, ang katawan mismo ay embodiment ng value-added; may mga kabataang katawan na mas mataas ang tingin sa lipunan dahil nga sa value-added ng branding na karanasang pinagdadaanan nito. Ang mga mag-aaral ng Ateneo University at De La Salle University, halimbawa, ay

mas matitikas at mas may kumpiyansa sa sarili at isinapribadong karanasan ng mundo kaysa yaong galing sa di-gaanong eksklusibong unibersidad, at kung gayon, sa mundo ng kapitalismo sa bansa, ay makakasingil ng mas higit pa sa ordinaryong ibabayad sa ibang tao. At malinaw din ang distinksiyon ng katawan at utak, dahil ang pinag-uusapan ay ang katawang may kumpiyansang kagyat na natatanaw, ang purong pisikalidad na pumapaimbabaw sa utak at intellect. Hindi magiging matagumpay na news anchor si Maria Ressa, halimbawa, sa bansa pero puwede siyang maging intelektuwal sa likod ng news unit. Hindi naman inaasahang maging intelektuwal ang mga news anchor dahil tagabasa (“tagapaghatid”) lang sila ng balita, at ang higit na pinagtutuunan ng pansin ay ang bodily part na boses at hindi ang kabuuang pisikalidad. Hindi katakataka, bukod sa action star sa pelikula at ilang prominenteng pigura sa sports, na ang celebrity na nahalal sa mga pambansang posisyon ay nanggagaling din sa telebisyon, espesipiko sa mga tagapaghatid ng balita, na tulad nina Noli De Castro at Loren Legarda. Ang pagtangi sa estetisadong tinig, tulad ng sa call center, ay naghuhudyat ng makabagong yugto ng kapitalismo: ang pagchop-chop sa katawan ng kabataan sa partikular para sa pangangailangan ng politika at negosyo. Ang kabataang katawan ang purong pisikalidad dahil sa propesyonalisasyon ng buhay, maari pa ngang pribilehiyadong bahagi lamang ng katawan ang matampok (boses o utak), pero ang katawan ay kabuuang katawang parating binibigyang-balwasyon sa kapitalistang mundo—sa bikini contest at karanasang bakasyon sa Boracay, ang abs ng lalake; sa gay bar, ang kaniyang ari; sa beauty contest, ang mestisahing babaeng hindi mukhang Filipino; sa pabrika sa mga special economic zone, ang kaniyang mata at maliliit na daliri.

Ang kaganapang virtualisasyon ng karanasan, espasyo, at katawan ay may materyal na ekonomikong batayan, ang global na neoliberalisasyon ng ekonomiya. Ang bottomline ng transpormasyon nito ay ang ekonomikong ganansiyang pumapabor sa malalaking negosyo, na kinakasangkapan ang mga pambansang pamahalaan sa higit pang pagpapadaloy ng ekonomiya sa poder ng pribadong negosyo. Ang diin ng neoliberalisasyon ay pribatisasyon, marketisasyon, deregulasyon, at komersiyalisasyon na bukod sa mga makro-ekonomikong kaganapan ay may mikro na implikasyon, pangunahin na ang pribatisasyon ng karanasan sa kamay ng indibidwal. Tila lumilikha ng mga pagpipilian (choice) ang neoliberalisasyon sa mataas at mababang antas gayong

sa huli ay mga global franchise na pabor sa negosyo ang isinisiwalat nito. Virtual ang mga choice dahil oligopoly ang nananaig, gaya ng isinasaad sa kantang “Bombardment” ni Dong Abay (2006), na nauuwi sa at least, dalawa na lamang ang mapapagpilian: Smart o Globe, Bench o Jockey, McDo o Jollibee, Ateneo o La Salle.

Ang nangyayari, ang mga brand, brand name, at brand experience ang maghahari. Hindi kumpleto ang karanasan kung hindi ito branded: mas gugustuhin ang quarter pounder na Big Mac kaysa sa buy one, take one na hamburger, halimbawa. Itong branded na aspirasyon ay siyang ipinapalaganap sa mga kabataang katawang wala namang, sa pangkalahatan, problemang tanggapin ito. Ito ang complicity na matagumpay na naitaguyod ng estado sa kaniyang mamamayang may kapasidad at wala na umalinsabay sa pakiwaring gitnang uri.

May isang artikulo na mala-conspiracy theory ang lumabas matapos ang Ondoy ukol sa isang kaganapan sa mall:

According to the Remate article entitled “Ondoy prober with the Galas PNP sings: Death by Drowning of 100 people inside a Mall Kept under Wraps,” an investigator connected with the Galas Police Station squealed the news on the death of customers, mall tenants, and employees and security guards inside a mall during the typhoon. The victims were supposedly trapped inside the mall’s grocery section when mall management ordered the area secured so as to prevent theft of store items. (NewsFlavor 2010)

Kung iisipin, matagal nang inipit at na-secure ng mall at mga First World enclave ang mga mamamayang dumadaan at pinagbabawalang makapasok rito. Ang idea ay hindi lamang ang marinig ang mga tinig ng mga “biktima” ng trahedyang na sa araw-araw ay nagaganap. Ang idea ay ang mabaklas ang pagsasara at complicity ng nagtatrabaho at kumokonsumo sa loob, para ang espasyo ay hindi maging sityo ng empire, higit pang magamit tungo sa kongkretisasyon ng pakiwaring gitnang uri. Ang idea ay ang masagka ang plano ng pagpapatahimik ng mga nasa loob. Ito lamang ang pagpipilian, o ang tuluyan nang pagsasara ng tarangkahan, ang paglilibing sa mga biktima’t kumokonsumo, at ang pag-aantay sa kanilang pagmumulto sa kapiling na mamimili. Ang trahedyang sa pagbagsak ng Film Palace ni Imelda Marcos ay hindi ang pagkakalibing ng mga

manggagawang nagtatrabaho o ang scandal ng insidente. Ang trahedyang ay ang pagtuloy sa pagbubukas ng international film festival ng diktadura matapos ang ilang araw na round-the-clock na pagtatrabaho. At ang higit na trahedyang ay ang patuloy na carnivalesque na kaganapan: Ang mga multo ng manggagawa ay nakikiniig sa espektakulong palabas ng mga transsexual at mga transvestite sa kasalukuyan. Maging ang Film Palace ay naging neoliberal hub na rin para sa mga ibinebenta at ipinapalabas na multo at bakla. Ang politisasyon ay sa pamamagitan ng prolongasyon ng historikal sa espasyo ng mga mall at First World hub—ang empire ng libangan, ang libangan ng empire—bago itong ganap na masakop ng fantasyang blob ng global na gitnang uri at estadong nagtataguyod nito.

References

- Abay, Dong. 2006. *Bombardment*. From Flipino. Synergy Music.
- Field of Dreams. 1989. Phil Alden Robinson, dir. 107 min. Gordon Company.
- NewsFlavor. 2010. Typhoon Ondoy (Ketsana) death toll in the Philippines: Killer mall or killer corruption figured? 31 January. Internet document, <http://newsflavor.com/world/asia/typhoon-ondoy-ketsana-death-toll-in-the-philippines-killer-mall-or-killer-corruption-figured/>, accessed 4 February 2011.
- Tadiar, Neferti Xina M. 2004. *Fantasy-production: Sexual economies and other Philippine consequences for the new world order*. Quezon City: Ateneo de Manila University Press.