

TESI DOCTORAL | BARCELONA, JUNY 2012

# La ciutat emergent

Jordi Sànchez i Torrents

## La ciutat emergent: de l'urbanisme a la ciutat hiperrealitzada

Director: Dr. Miquel Tresserras i Majó

Facultat de Comunicació Blanquerna  
Universitat Ramon Llull



I ♥ NY

# La ciutat emergent

Jordi Sànchez i Torrents

## La ciutat emergent: de l'urbanisme a la ciutat hiperrealitzada

Director: Dr. Miquel Tresserras i Majó

Facultat de Comunicació Blanquerna  
Universitat Ramon Llull

TESI DOCTORAL | BARCELONA, JUNY 2012





**Universitat Ramon Llull**

## **TESI DOCTORAL**

**Títol** La ciutat emergent: de l'urbanisme a la ciutat hiperrealitzada

**Realitzada per** Jordi Sànchez i Torrents

**en el Centre** Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull.

**i en el Departament** de Comunicació Social

**Dirigida per** Dr. Miquel Tresserras i Majó

*C. Claravall, 1-3  
08022 Barcelona  
Tel. 936 022 200  
Fax 936 022 249  
E-mail: [urisc@sec.url.es](mailto:urisc@sec.url.es)  
[www.url.es](http://www.url.es)*



Ara que el braç potent de les fúries aterra  
la ciutat d'ideals que volíem bastir,  
entre runes de somnis colgats, més prop de terra,  
Pàtria, guarda'ns: - la terra no sabrà mai mentir.

**Màrius Torres.** *La ciutat llunyana*, 1939.

Este libro comienza con la ciudad que era,  
simbólicamente, un mundo;  
termina con un mundo que se ha convertido,  
en muchos aspectos prácticos, en una ciudad.

**Lewis Mumford.** *La ciudad en la Historia*, 1961.

No és de la història, que tinc nostàlgia.

És de la geografia.

De com era la nit en una costa

sense cases fins a la llunyania.

Se sentien amb força les onades.

**Joan Margarit.** *Joves en la nit*, 2010.



## Agraïments

En primer lloc, voldria agrair a la Facultat de Comunicació Blanquerna els quatre anys de beca que em va concedir per continuar la meva formació acadèmica com a investigador en aquesta universitat i als meus pares, germana i amics pel suport i estima rebut durant tot aquest llarg procés de recerca; especialment en tots els mals moments.

En segon lloc, gràcies a en Miquel Tresserras i Majó per acceptar la direcció d'aquesta tesi doctoral i pels valuosos i encertats comentaris que n'ha fet, pel seu mestratge i lucidesa.

En tercer lloc agrair a la professora Rosa Àuria Munté, a la investigadora Eva Jiménez i a l'amic Josep Ma Torrents, les suggeridores aportacions i converses que m'han ajudat a veure les contrarietats i brillantors de la recerca i a no tirar la tovallola en períodes de desànim.

Per últim, però no per això menys important, és l'agraïment pels companys i amics de recerca i pel personal de secretaria i biblioteca; pel seu acompanyament en aquesta etapa de la meva vida que ha estat lligada als llibres i a la universitat.





# Sumari

<b>INTRODUCCIÓ</b> .....	p.1
a) <i>Motivacions</i> .....	p.2
b) <i>Objectius</i> .....	p.2
c) <i>Metodologia</i> .....	p.3
d) <i>Descripció de l'itinerari</i> .....	p.5
<b>ACLARIMENTS CONCEPTUALS: URBS, CIVITAS I INDIVIDU</b> .....	p.7
a) <i>Definició de ciutat a partir de la urbs</i> .....	p.8
b) <i>Definició de ciutat a partir de la civitas: allò urbà</i> .....	p.10
c) <i>La ciutat i l'individu</i> .....	p.13
<b>PRIMERA PART. LA CIUTAT PROJECTADA:</b>	
<b>AGENTS DE PENSAMENT QUE CONFIGUREN LA CIUTAT</b> .....	p.15
1.1 Presentació: què és la ciutat projectada? .....	p.18
1.2 La ciutat projectada des de la política i la filosofia .....	p.20
1.2.1 La ciutat projectada des de la política: la <i>polis</i> .....	p.22
1.2.2 La ciutat projectada des de la filosofia: la ciutat utòpica .....	p.26
1.2.2.1 La utopia: desig, descontentament i esperança .....	p.28
1.2.2.2 <i>Utopia</i> de Thomas More: llei natural i raó .....	p.32
1.2.2.3 <i>La Ciutat del Sol</i> de Tommaso Campanella: la ciutat còsmica.....	p.33
1.2.2.4 <i>La Nova Atlantis</i> de Francis Bacon i un nou lloc per la utopia .....	p.36
1.3. La ciutat projectada des de les cosmovisions .....	p.43
1.3.1 Organicisme-holisme.....	p.44
1.3.2 Mecanicisme-individualisme. ....	p.45
1.3.3 La traducció de les dues cosmovisions en el debat 'Natura-cultura'. ....	p.46
1.3.3.1 La cultura s'oposa a l'instint .....	p.48
1.3.3.2 La cultura com a construcció social .....	p.48
1.3.3.3 Cultura tècnica com a domini de la Natura .....	p.50
1.3.4 La mentalitat tecnològica: tecnocràcia i nihilisme .....	p.52
1.3.5 La ciutat: espai i temps de l'ésser humà .....	p.55
1.3.6 De l'« <i>axis mundi</i> » al món perifèric .....	p.57
1.4. La ciutat projectada des de l'arquitectura i l'urbanisme .....	p.60
1.4.1 La ciutat clàssica: Grècia i Roma .....	p.63
1.4.1.1 L'urbanisme de la Grècia clàssica .....	p.63
1.4.1.2 L'urbanisme de la Roma clàssica .....	p.63
1.4.2 La ciutat medieval .....	p.68
1.4.2.1 L'urbanisme de la ciutat islàmica .....	p.68
1.4.2.2 L'urbanisme de la ciutat cristiana .....	p.69

1.4.3 La ciutat del Renaixement .....	p.71
1.4.4 La ciutat barroca i ciutat il·lustrada .....	p.73
1.4.5 La ciutat moderna i l'urbanisme .....	p.75
1.4.5.1 El preurbanisme .....	p.77
1.4.5.2 L'urbanisme .....	p.79
1.4.6 L'urbanisme contemporani .....	p.84
1.4.6.1 La recomposició de la ciutat trencada .....	p.85
1.4.6.2 La mort del carrer .....	p.90
1.4.6.3 L'arquitectura contemporània: hiperrealitat, minimalisme i espectacle .....	p.93
1.5. Resumint la ciutat projectada .....	p.102

## **SEGONA PART. LA CIUTAT REALITZADA:**

<b>INTENTS DE CONSTRUCCIÓ D'UNA SEMÀNTICA DE LA CIUTAT .....</b>	<b>p.105</b>
2.1. Presentació: que és la ciutat realitzada? .....	p.108
2.1.1 Dificultats que presenta l'objecte d'estudi .....	p.109
2.1.2 La teoria com a intent de construcció d'una semàntica de la ciutat .....	p.111
2.2 Teories de la ciutat realitzada moderna .....	p.113
2.2.1 Teoria de Georg Simmel. L'individu i la interiorització del món urbà .....	p.115
2.2.2 Teoria de l'escola Ecològica de Chicago. La crisi ambiental de l'individu de Robert.E.Park .....	p.121
2.2.3 Teoria de Louis Wirth. L'urbanisme <i>as a Way of Life</i> .....	p.125
2.2.4 Teoria social de l'individu a través del <i>flâneur</i> .....	p.130
2.2.5 La representació de l'individu a la ciutat moderna .....	p.137
2.2.5.1 Definició de 'representació' .....	p.138
2.2.5.2 La presentació de l'individu en la vida quotidiana .....	p.139
2.2.5.3 El control de la representació veraç .....	p.141
2.2.5.4 El cos: relació amb el món i amb els altres .....	p.144
2.2.5.5 El cos com a significat .....	p.146
2.2.5.6 L'individu com a misteri .....	p.148
2.2.5.7 La mirada cosificadora .....	p.150
2.2.5.8 Reconeixement .....	p.153
2.2.5.9 El nou narcís .....	p.155
2.2.5.10 L'individu subjectivista .....	p.159
2.3 Teories de la ciutat realitzada contemporània .....	p.163
2.3.1 Teoria de Manuel Castells i de la «ciutat global» .....	p.165
2.3.1.1 El mite de la cultura urbana .....	p.167
2.3.1.2 La nova ciutat i les TIC: la «ciutat global» .....	p.167
2.3.1.3 La «ciutat global» i el pensament únic .....	p.171
2.3.1.4 La «ciutat global» i l'economia .....	p.173
2.3.2 Teories de la ciutat del consum .....	p.175
2.3.2.1 La ciutat com a objecte de consum .....	p.176
2.3.2.2 La ciutat com a escenari de consum .....	p.182
2.3.2.3 La moda i la interiorització del «temps impacient» .....	p.191

2.3.2.4 L'imperi de la significació i la retòrica .....	p.196
2.3.3 Teoria de la «Fantasy City» de John Hannigan .....	p.200
2.3.3.1 La «ciutat fantasia» s'articula a través de narratives de ficció .....	p.203
2.3.3.2 La «ciutat fantasia» és una marca .....	p.205
2.3.3.3 La «ciutat fantasia» és modular i un aparador .....	p.206
2.3.3.4 La «ciutat fantasia» és oberta 24 hores .....	p.207
2.3.3.5 La «ciutat fantasia» és solipsista i virtual .....	p.208
2.3.4 L'esvaïment de la ciutat: la fractura entre la <i>urbs</i> i la <i>civitas</i> .....	p.210
2.3.4.1 El context actual de fragmentació i evanescència .....	p.210
2.3.4.2 El divorci entre <i>urbs</i> i <i>civitas</i> i la mort de la ciutat .....	p.214
2.4 Resumint la ciutat realitzada .....	p.218

### **TERCERA PART. LA CIUTAT HIPERREALITZADA:**

TEORIA DE LA CIUTAT VIRTUAL; ANÀLISI DE LA CIUTAT REAL .....	p.223
--	-------

3.1 Presentació: què és la ciutat hiperrealitzada? .....	p.225
3.1.1 La ciutat hiper-realitzada .....	p.227
3.1.2 La ciutat infovirtual .....	p.228
3.1.3 La metàfora de la ciutat xarxa .....	p.232
3.2. Ciutat hiperrealitzada com a ciutat projectada .....	p.235
3.2.1 Projectar la ciutat en la infovirtualitat .....	p.238
3.2.1.1 Les interfícies com a porta d'entrada a la ciutat hiperrealitzada ..	p.240
3.2.1.2 La metàfora com a element d'apropiació de la infovirtualitat. ....	p.243
3.2.1.3 La fesomia de la ciutat hiperrealitzada: el mapa sense referent ..	p.246
3.2.1.4 La hiperrealització de l'espai .....	p.251
3.2.2 Ciutat hiperrealitzada des de la política .....	p.254
3.2.2.1 La ciutat hiperrealitzada i la <i>polis</i> .....	p.254
a) <i>Polis, ciutat contemporània i ciutat feliç</i> .....	p.254
b) <i>Polis, ciutat contemporània i postmoralisme</i> .....	p.257
c) <i>Polis, ciutat tecnocràtica i nova Atlàntida</i> .....	p.259
3.2.2.2 Ciutat hiperrealitzada, poder i política contemporània .....	p.264
a) <i>Ciutat hiperrealitzada i democràcia directa</i> .....	p.264
b) <i>El vot electrònic i la participació</i> .....	p.267
c) <i>El poder de crear imatges</i> .....	p.268
d) <i>El control de la xarxa</i> .....	p.271
3.2.3 La <i>ciutat hiperrealitzada</i> com a ciutat utòpica .....	p.274
3.2.3.1 La ciutat hiperrealitzada com a utopia de 'comunicació total' .....	p.275
3.2.3.2 La ciutat hiperrealitzada com a distopia .....	p.280
3.2.3.3 La tecnoutopia: desig descontentament i esperança .....	p.281
a) <i>El desig individualista</i> .....	p.283
b) <i>El descontentament tebi</i> .....	p.286
c) <i>La desesperança</i> .....	p.287

3.3 La ciutat hiperrealitzada i la ciutat realitzada .....	p.289
3.3.1 La mudança de la <i>cosa-sentit</i> a l'espai infovirtual: la virtualització .....	p.291
3.3.1.1 La realitat significada .....	p.291
3.3.1.2 La ciutat virtualitzada i virtualitzant .....	p.294
3.3.1.3 La ciutat de l'absència .....	p.296
3.3.1.4 La ciutat hipersignificada .....	p.297
3.3.2 La hipersignificació de la ciutat realitzada com a emfasització .....	p.300
3.3.2.1 Velocitat, immediatesa i hiperacceleració .....	p.301
3.3.2.2 Provisionalitat, efímer i esvaïment .....	p.302
3.3.2.3 Descontext, hiperidentitat i dessubstancialització .....	p.304
3.3.2.4 Pragmatisme, subjectivisme i relativització .....	p.307
3.3.2.5 Informació, sobreinformació i infoxicació .....	p.308
3.3.2.6 Memòria, hipermemòria i alienació de la memòria .....	p.309
3.3.2.7 Global, glocal i glocalització .....	p.310
3.3.2.8 Llibertat i hiperanonimat .....	p.311
3.3.2.9 Autorrealització, hiperrealització i estetització .....	p.313
3.3.2.10 Intimitat, extimitat i espectacularització .....	p.314
3.3.2.11 Afebliment de l'experiència, verificació i estereotip .....	p.315
3.3.3 Les manifestacions-de-sentit de l'individu a la ciutat hiperrealitzada .....	p.317
3.3.3.1 La modalitat d'existència en els mons infovirtuals: els avatars ...	p.320
3.3.3.2 El control de la representació .....	p.323
3.3.3.3 De la intimitat a l'extimitat .....	p.326
3.3.3.4 La construcció de l'heterònim i l'hiperanonimat .....	p.329
3.3.3.5 Comunitat virtual: individualisme connectat .....	p.333
3.3.3.6 La relació entre individus absents i manifestacions-de-sentit .....	p.335
3.3.4 La ciutat hiperrealitzada com a ciutat d'hipersconsum .....	p.338
3.3.4.1 Consum a tot lloc i a tota hora .....	p.339
3.3.4.2 La era de l'accés: el marginat i el foraster .....	p.340
3.3.4.3 Consum de significacions .....	p.341
3.3.4.4 La fragmentació i la targetització .....	p.342
3.3.4.5 La cultura digital i els bits de valor .....	p.343
3.3.5 La interiorització de la ciutat hiperrealitzada: viure en la infovirtualitat .....	p.345
3.3.5.1 La immersió com a procés d'infovirtualització .....	p.346
3.3.5.2 La vida en pantalla .....	p.348
a) <i>La pantalla unidireccional: la televisió</i> .....	p.350
b) <i>La pantalla interactiva: la xarxa</i> .....	p.351
c) <i>La pantalla com a somni</i> .....	p.352
3.3.5.3 La ciutat infovirtual com a evasió .....	p.353
 <b>RESULTATS A MODE DE CONCLUSIONS</b> .....	 p.355
 <b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	 p.375

# Introducció

Motivacions, objectius, metodologia i itinerari

---



## Introducció

### *a) Motivacions*

Oswald Spengler constata que la història del món pot llegir-se a través de la història de les seves ciutats. El que es proposa aquesta tesi és, precisament, fer una lectura de la ciutat contemporània per entendre millor el món present en un moment en el qual el cinquanta per cent de la població mundial viu en ciutats i la ciutat es troba immersa en un procés de transformació i desaparició en la forma que fins ara l'hem coneguda.

El món urbanitzat i el procés d'esvaïment de la ciutat, com dirà la historiadora de teories i formes urbanes Fraçoise Choay, és un fet constatat del qual convindria extreure'n conseqüències; unes conseqüències que només poden ser anunciades en forma d'interrogants.

En la pregunta per la ciutat descobrim les qüestions més profundes i fonamentals de la civilització; del lloc que ocupa l'ésser humà en *la creació* a través de la tècnica i de la tecnologia, de la relació de l'individu amb els altres i amb un mateix i del paper dels mitjans de comunicació i de les noves tecnologies en la construcció d'un nou espai global en el qual l'espai públic tradicional es debilita, l'Estat perd poder i sobirania, la producció i la interpretació dels significats es traslladen al ciberespai mentre les distàncies s'escurcen i la velocitat suplanta la cronologia.

Per un altre cantó, la meua elecció per la temàtica urbana ha estat motivada tant per alguns viatges a diverses ciutats del món aquests darrers anys (Nova York, Tokio, Kuala Lumpur, Bangkok, Hong Kong, Addis Abeba, Dakar, Delhi, Istanbul, Londres, Berlín, París, etc.) com per l'interès intel·lectual per un objecte que desapareix o es transforma. En aquest sentit, la meua inquietud coincideix amb la de les disciplines socials i la seva atracció pels objectes en crisi, en la seva transformació o desaparició que plantejen més interrogants que no pas respostes i que necessiten de nous termes per ser abordats.

La tesi s'emmarca, així doncs, en un context que, com diria Vattimo, ens exhorta al comiat, a l'estudi d'objectes evanescents, efímers i absents; en una eròtica intel·lectual similar a la del romàntic amb el paisatge decadent de les runes o amb la passió forense per l'autòpsia d'objectes i conceptes que són reminiscents d'una època que fuig i de la qual només queden paraules que sobreviuen la realitat mitjançant la retòrica. Perquè l'èxit recent i la proliferació de publicacions d'estudis sobre la ciutat



apareixen justament amb el discurs de la seva fi, la qual s'augurava en les disciplines socials a partir dels anys vuitanta i la qual ha quedat assentada en la base teòrica dels estudis de la ciutat actual.

Com un biòleg que descobreix un últim exemplar en extinció o com l'arqueòleg que troba un objecte desemparat del seu context sense més valor que la referència a un món que ja no existeix; l'estudi de l'absència ens recorda que nosaltres tampoc existirem. La ciutat se'ns apareix com un fetitxe que amaga el misteri del passat i la pregunta pel futur en un present fet de transparències. Ens apremem a agafar el que puguem d'un naufragi inevitable, d'un temps indigent, d'una memòria que s'esborra: l'era de la ciutat moderna, diu Malvin M. Webber, ja ha acabat. I aquesta tesi recorre aquest procés d'extinció o, més aviat, el seu canvi de forma.

En aquest procés, ciutat i tècnica han estat, des de sempre, dos elements inseparables. Actualment, les noves Tecnologies de la Informació i Comunicació (TIC) han esdevingut un dels components principals que han contribuït en aquest procés de transformació de les ciutats i dels ingredients que la configuren. Per aquest motiu, la temàtica de la nova ciutat -que hem anomenat 'hiperrealitzada'- s'emmarca dins de l'àmbit de reflexió d'una facultat de la comunicació i, alhora, dins del doctorat de 'Comunicació i Humanitats'. L'estudi de la ciutat protagonitzada per les Tecnologies de la Informació i Comunicació és un àmbit connatural a les humanitats de plena vigència i actualitat. És sobretot a través de les TIC que la ciutat canvia i, al mateix temps, que canviem nosaltres.

## *b) Objectius*

### **Objectiu 1: Exposar un marc teòric de referència que serveixi de base a la investigació.**

L'objectiu primer és dibuixar una panoràmica de l'estudi de la ciutat occidental a partir dels conceptes fonamentals que ens serveixen com a instruments per aproximar-nos-hi i elaborar un marc teòric interdisciplinar:

1.1 En primer lloc presentar els agents que configuren la configuració de les ciutats.

1.2 En segon lloc exposar i analitzar breument els discursos i les teories sociològiques i filosòfiques de la ciutat moderna i contemporània que han

marcat les reflexions sobre la ciutat occidental des de principis del segle XX fins ara.

**Objectiu 2: Analitzar la ciutat contemporània mitjançant una proposta teòrica que contingui les categories fonamentals per copsar una nova realitat urbana.**

En segon lloc, l'objectiu és aportar una perspectiva i unes categories pròpies de la ciutat contemporània a partir de la hipòtesi *ad hoc* sostinguda pels estudis urbans actuals que assenyalen una acceleració en els processos de transformació de la ciutat occidental i la seva conseqüent desaparició i designar els trets més característics d'aquesta nova ciutat emergent per poder-ne extreure les bases per a una prospectiva.

*c) Metodologia*

La ciutat és un objecte bast, complex i polièdric que inclou molts elements. Per aquest motiu, hem optat per aproximar-nos a la ciutat des de diferents disciplines acadèmiques sobretot la filosofia, la sociologia, l'antropologia, la història i la comunicació amb, l'objectiu d'abordar-la des de diverses perspectives bo i sabent el risc que assumim de quedar-nos en la superficialitat.

Diu Ortega y Gasset a les *Meditacions del Quixot* que selva i ciutat són dues coses essencialment profundes i que la profunditat està condemnada de manera fatal a convertir-se en superfície si vol manifestar-se. A propòsit de l'adagi popular «Els arbres no ens deixen veure el bosc», podríem dir amb Ortega que les cases tampoc ens deixen veure la ciutat. La missió de les cases i dels arbres patents és fer latent la resta que no es veuen; només quan ens adonem que el paisatge visible oculta d'altres paisatges invisibles ens sentim dins d'un bosc o d'una ciutat.

D'aquesta manera, la recerca que presentem aquí és un itinerari ple de latències, d'invisibilitats i renúncies que no pot arribar a copsar la idea total i detallada de la ciutat ni la profunditat de l'*allò urbà* i que apunta conceptes sobre els quals no hem pogut aprofundir-hi tant com voldríem per no traïr el caràcter panoràmic de la investigació.

Umberto Eco, tanmateix, al seu manual *Com es fa una tesi* diu que una tesi massa panoràmica és sempre un acte de supèrbia. No és pas la supèrbia ni l'ambició la que ens ha portat a l'abordatge panoràmic de la temàtica urbana, ans al contrari, les renúncies i mancances del nostre itinerari per la ciutat posen de manifest la seva profunditat i complexitat que ens condueixen a ser prudents davant d'una ciutat que ens sobrepasa però que, malgrat tot, cal que sigui estudiada perquè en ella descobrim

la consciència del nostre temps i de la nostra societat. En la ciutat trobem el caràcter i les problemàtiques que defineixen la nostra època i que s'anticipen a les temàtiques del futur.

Pel que fa a la metodologia concreta, hem refusat l'enfocament teòric-empíric com el que proposa, per exemple, Manuel Castells a *La cuestión urbana* (1972); potser perquè la seva perspectiva ens sembla massa marcada per l'estructuralisme d'Althusser i per una mirada de la ciutat sovint encorsetada pel materialisme de Marx. Alhora hem descartat d'altres enfocs influents apareguts als anys setanta com el de David Harvey amb *Social Justice and the City* (1973) perquè malgrat la seva lucidesa es basen en una ciutat massa diferent a la d'ara.

D'aquesta manera, la nostra metodologia sobre la ciutat es construeix d'acord amb les característiques de l'objecte d'estudi: un objecte dinàmic, amorf i complex, difícil de delimitar i que no ens permet el seu anàlisi des de la ciència formal o empírica. Per aquest motiu, hem enfocat la investigació com una *meditació* fonamentada en les lectures dels autors més rellevants dels estudis de la ciutat tot tractant d'organitzar unes categories pròpies per afrontar l'adveniment de la nova *ciutat infovirtual*.

Seguint el professor José Ortega y Gasset, en la *meditació* abandonem la terra ferma per sentir-nos abocats a un element més tènue on no hi ha punts materials de recolzament. En aquesta direcció, els exemples que citem o les dades que facilitem no han de ser compreses com a demostracions o ancoratges a terra ferma sinó més aviat com a il·lustracions d'una idea o realitat que ens serveixin per presentar la ciutat sense que perdi la seva qualitat de profunditat i latència. Així doncs, pel que fa als constructes teòrics sobre la ciutat, no han de ser entesos com una realitat objectiva o empírica sinó, com dirà Rubert de Ventós a l'assaig *Crítica de la modernitat*, com una metàfora de la nostra inserció global en el món, mai perfectament objectivable ni transparent.

En conseqüència, les teories exposades aquí pels diferents autors així com la pròpia no són un punt d'arribada sinó la possibilitat d'una partida. Una teoria, deia José Serrano comentant el llibre d'Edgar Morin *Ciència amb Consciència*, no és una solució sinó la possibilitat de tractar un problema. Amb aquesta filosofia de fons hem elaborat aquesta investigació.

Per últim, aquesta tesi té per origen un treball de recerca que vam elaborar per a l'obtenció del Diploma d'Estudis Avançats (DEA) i que va ser valorat amb la puntuació màxima, dedicat a l'individu i la seva representació en els mons virtuals; en concret *Second Life*, el qual ha sucumbit a la mateixa lògica del consum tecnològic contemporani; a l'obsolescència i als imparables avenços tecnològics, als continus moviments econòmics i a les envestides de la moda que immergeixen l'individu en un «temps impacient».

En aquesta ocasió, hem renunciat a exposar un cas pràctic, considerant que aquest no deixaria de ser un fotograma estàtic condemnat a la caducitat imminent de la tecnologia i de la moda i que no podria il·lustrar de forma concloent la naturalesa canviant de la xarxa ni tampoc posar de manifest el mateix canvi i moviment que va transformant la ciutat física en una ens infovirtual.

Així doncs, hem optat per ultrapassar l'anècdota i exposar una proposta d'investigació teòrica basada en unes categories que ens ajudin presentar la ciutat a vista d'au, d'una forma global responent a la idea que hem assenyalat abans quan dèiem que «les cases –les anècdotes- no ens deixen veure la ciutat».

#### *d) Descripció de l'itinerari*

Aquesta tesi doctoral s'articula en tres grans blocs. En el primer bloc s'estudia la *ciutat projectada*, la imaginada, la ideal i la utòpica amb l'acompanyament de lectures preeminentment filosòfiques i urbanístiques que presenten la idea fonamental que la ciutat ha estat construïda tant amb els fils de l'instrumental físic com amb el de les idees. En aquest sentit, presentem els agents de pensament que configuren les formes de ciutat; és a dir, la ciutat creada per les idees.

En el segon bloc (*ciutat realitzada*) s'exposen les teories que analitzen, per un cantó, la ciutat moderna i, per l'altre, la ciutat contemporània i que ens serviran, juntament amb el bloc anterior, per acabar de perfilar el marc teòric de referència sobre el qual fonamentarem la nostra investigació.

Per últim, en el tercer bloc s'aporten els elements d'anàlisi de la nova ciutat emergent (que hem anomenat *ciutat hiperrealitzada*) en la qual les noves Tecnologies de la Comunicació i Informació (TIC) tenen el paper protagonista. A més a més, s'exposen les categories i conceptes més rellevants per a l'elaboració d'una prospectiva de la ciutat contemporània.

#### *c) Aspectes formals*

Pel que fa als aspectes formals, les cites bibliogràfiques han estat elaborades d'acord amb els criteris que proposa el TERMCAT a partir de la norma ISO 690 i de la descripció bibliogràfica normalitzada internacional (ISBD).

Pel que fa als documents electrònics, han estat citats amb el criteri proposat per A. Estivill i C. Urbano el qual es basa en la norma ISO 690-2.

Respecte a la jerarquitzaçió recollida en el sumari i en l'estructura general de la tesi ha estat basada en una adaptació de la ISO 2145/1972 (que es correspon amb la normativa espanyola UNE 1-002-74).

## Aclariments conceptuals: *urbs*, *civitas* i individu.

El tarannà polièdric de la ciutat es fa palès en les seves múltiples definicions i matisos. El mot 'ciutat' pot ésser definit des de diferents perspectives, accentuant-ne una o d'altres faccions.

Per il·lustrar aquest fet i per conservar el que entenem que ha de ser l'espirit multidisciplinari de l'estudi de la ciutat, hem dividit la definició de 'ciutat' en dos apartats. L'un de molt breu on s'exposen a les definicions més tancades que corresponen a la demografia, l'estadística, la geografia i l'arquitectura així com les definicions basades en un criteri administratiu consensuat i aplicat al territori físic de la ciutat al qual els romans anomenaven la *urbs*<sup>1</sup>.

El segon apartat l'hem dedicat a la definició d'allò *urbà* entès com a realitat social, com als hàbits de vida pròpiament urbans, com a quotidianitat marcada per una vida psíquica pròpia de la ciutat la qual influeix en la relació entre individus. La ciutat s'esdevé en els seus ciutadans; en la *civitas*. Aquest és l'àmbit de la sociologia, l'antropologia, la psicologia, la filosofia, l'art i la literatura modernes. D'aquesta manera, els discursos sobre la ciutat queden articulats en dues faccions: *urbs* i *civitas* i vinculats a dues concepcions de l'espai. Per una banda, la noció d'espai físic que no es pot definir fora de la seva materialitat (*urbs*) i, d'altra banda, l'espai lligat a les teories socials que es defineix a partir de les pràctiques socials (*civitas*).

Cal especificar, no obstant, que aquesta distinció clàssica entre *urbs* i *civitas*, aplicada normalment a la ciutat romana, ens proporciona un esquema dualista de la ciutat que hauria de ser considerat integrat. Les definicions de la ciutat engloben tant la *urbs* com la *civitas* sense el predomini d'una part sobre l'altra perquè, en efecte, estan íntimament entreteixides<sup>2</sup>. Així doncs, la ciutat ha d'entendre's -prenent una imatge

<sup>1</sup> "La lengua griega y latina explicitan claramente esta distinción: la misma palabra 'urbs' es probablemente de origen etrusco y esta relacionada indirectamente con 'civitas', el nombre colectivo que se da a un grupo de 'cives'. Normalmente 'civis' se traduce bastante correctamente por ciudadano, pero significa algo más: hombre libre, cabeza de la casa. 'Urbs' significa la forma en que la ciudad estaba compuesta a nivel físico, ritual y legal. (...) Los términos para designar la ciudad y el ciudadano tienen así referencias muy diversas en griego y en latín; ello se debe en parte a que la palabra 'urbs', derivada del etrusco, sustituyó al término más primitivo, de origen indoeuropeo, que significaba ciudad, 'tota', que sobrevivió en una lengua vecina, el osco". RYKWERT, J. *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en Roma, Italia y el mundo antiguo*. Salamanca: Sígueme, 2002.p. 29

<sup>2</sup> Resseguint les definicions dels diccionaris trobem definida la ciutat sempre amb les seves múltiples accepcions i revelant-nos un perfil polifacètic on hi intervenen diversos elements de caràcter demogràfic, històric, polític, administratiu, econòmic o cultural. Així doncs, trobem, per exemple, definicions basades preeminentment en el dret, la demografia i per oposició al medi rural com la que fa el diccionari general de llengua catalana Pompeu Fabra quan defineix la ciutat com a "Població gran que té més preeminències que una vila; qualsevol població gran per contrast amb les viles, pobles i el camp"; o en una línia semblant la que fa l'Institut d'Estudis Catalans definint la ciutat com a "població gran que té més preeminències que una vila; qualsevol població gran per contrast amb les viles, els pobles i el camp". Altres definicions se centren en la unitat històrica i arquitectònica: "Aglomeració que forma un conjunt homogeni, una unitat històrica, arquitectònica, etc." (Gran Diccionari 62 de la Llengua Catalana)

aristotèlica- de forma hilemòrfica: cos i ànima, *urbs* i *civitas*. I la seva definició complerta engloba tant la part morfològica, urbanística, demogràfica i econòmica com allò urbà<sup>3</sup>.

#### a) Definició de ciutat a partir de la *urbs*

Les definicions de la ciutat basades en la *urbs* es fonamenten en el criteri del nombre d'habitants, la densitat de població, les funcions administratives, el percentatge de població dedicada a l'agricultura, els estatuts jurídics, l'existència de determinats serveis i també la seva morfologia descrita en els carrers, les estructures i la fesomia de la ciutat. Les definicions de ciutat més clàssiques de la *urbs* es formulen a partir de dos aspectes: sota el criteri estadístic i demogràfic<sup>4</sup> i a partir de la contraposició amb el camp.

Pel que fa a la definició determinada per criteris estadístics o demogràfics es defineix què és una ciutat i què no ho és a partir del nombre d'individus que l'habiten. Una definició així, és consensuada, doncs, segons els governs de cada país i esdevé relativa en el temps i en l'espai<sup>5</sup>. Des d'aquest punt de vista, observem que la definició de ciutat és conforma des d'un principi d'arbitrarietat perquè el criteri de definició es basa en una convenció<sup>6</sup>.

Pel que fa a la definició basada en la contraposició ciutat-camp; es tracta, en darrer terme, d'una definició apofàtica que consisteix en definir la ciutat com allò que 'no és' contraposant-la a la ruralia o al camp<sup>7</sup>. Una definició *indefinida*, basada en la primera impressió, en l'aparença d'una faç urbana tenyida de gratacels i de grans

---

Altres definicions més completes, a més del dret i la demografia, hi introdueixen elements com l'economia "Aglomeración urbana, por lo general grande y despoblación densa, donde predominan las actividades industriales y de servicios. 2 Población urbana por oposición a la rural: migración del campo a la ciudad" (Gran diccionario de la Lengua Española Larousse). D'altra banda, la definició del Diccionario de la Real Academia Española recull la morfologia, el dret, la demografia i l'economia. És una definició força més completa que les altres i podria ésser avalada pels estudis geogràfics com a punt de partida: "Conjunto de edificios y calles, regidos por un ayuntamiento, cuya población densa y numerosa se dedica por lo común a actividades no agrícolas. 2. Lo urbano, en oposición a lo rural"

Són poques les definicions dels diccionaris que introdueixen l'estil de vida dels ciutadans com a element definitori de la ciutat: "Lloc d'assentament humà i de construcció estable, les dimensions del qual són en funció de nombroses i diferents consideracions -nombre d'habitants, condicionaments històrics, morfologia i mena de vida dels habitants-". (Gran diccionari de la Llengua Catalana. Enciclopèdia catalana) Aquí apareix equivocament la 'mena de vida dels habitants' com a un element que determina les dimensions del lloc d'assentament.

<sup>3</sup> VILA, J; CAPEL, H. *Campo y ciudad en la geografía española*. Madrid: Salvat-Alianza, 1970.

<sup>4</sup> CAPEL, H. "La definición de lo urbano" A: Estudios Geográficos, núm. 138-139 febrer-maig 1975, p. 265-301.

<sup>5</sup> A l'Estat espanyol, per exemple, actualment es considera ciutat aquella població que passa dels 10.000 habitants.

<sup>6</sup> Així també ho expressava Louis Wirth en el seu famós assaig sobre la ciutat titulat Urbanism as a way of life: "Considerar urbana una comunidad basándose sólo en el número de habitantes es claramente arbitrario. No es sostenible la actual definición censataria, que considera una comunidad de dos mil quinientos habitantes en adelante urbana y todas la demás rurales. La situación sería igual si el criterio fuese cuatro mil habitantes, ocho mil, diez mil, veinticinco mil o cien mil. (...) Además, no es difícil demostrar que comunidades que tienen menos habitantes que el número arbitrariamente establecido y se hallan dentro del ámbito de influencia de centros metropolitanos, tiene más derecho a considerarse comunidades urbanas que otras poblaciones mayores que llevan una existencia más aislada en una zona predominantemente rural". WIRTH, L. "Urbanism as a way of life", American Journal of Sociology XLIV, University of Chicago: 1938. p. 31. A: FERNÁNDEZ-MARTELL, M. *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988. p. 29-53.

<sup>7</sup> I també passa a la inversa: "(...) campo es todo aquello que se opone a la ciudad, todo lo que no es ciudad" VILA, J; CAPEL, H. *Campo y ciudad en la geografía española*. Madrid: Salvat-Alianza, 1970. p. 13.

estructures, d'un clixé gris de formigó o una definició basada en l'activitat econòmica d'un territori que separa les activitats en agrícoles i no-agrícoles. La *indefinició* de la ciutat com a contraposició al camp no ens ajuda a demarcar l'objecte d'estudi per tres raons fonamentals.

En primer lloc, perquè la definició de la ciutat basada en explicar el que 'no és', ens aporta molt poc en la seva descripció i delimitació de l'objecte d'estudi. I, a més a més, entendre la ciutat així suggereix la ciutat com a *misteri* que no pot ser investigat. Potser, com a producte i tasca de l'ésser humà, guarda un cert *misteri* i la definició apofàtica de la ciutat ens aporta una actitud humil necessària davant d'un objecte tan complex però alhora ens és insuficient pel seu estudi i definició.

En segon lloc, una definició de la ciutat basada en el seu tarannà econòmic (activitats agrícoles i no-agrícoles) acostuma a desembocar més aviat en una classificació que no pas en una explicació. Els mateixos criteris econòmics d'indústria i comerç del segle passat han quedat obsolets en la dicotomia ciutat-camp. Ni la ciutat és sinònim d'indústria ni el camp de ramaderia o agricultura. Tant en el camp com en la ciutat apareixen transversalment activitats econòmiques basades en l'oci i el turisme així com la descentralització de serveis via telemàtica; les noves tecnologies han canviat en pocs anys el panorama. La ciutat, com a «localitat de comerç» ja no es troba emplaçada en totes les *urbs* del planeta sinó que també es pot trobar deslocalitzada en una «ciutat centrífuga o difosa»<sup>8</sup> o concentrada en «ciutats globals»<sup>9</sup>.

En tercer lloc, i com veurem més endavant, la contraposició a la ciutat no és el camp sinó la *Natura* ja que el camp també és una forma d'urbanització; d'ordenament realitzat per l'ésser humà i d'expressió del *cosmos*. Dins d'aquest ordre, com veurem més endavant, hi ha cosmovisions diferents en relació a la *Natura* i qualitats específiques de cada visió, qualitats pròpies de la vida en el camp i de la vida en la ciutat però tant el camp com la ciutat són expressions d'urbanització<sup>10</sup>; expressions que pertanyen al terreny de l'*allò urbà* i no pròpiament de la *urbs*.

Així doncs les definicions de la ciutat a partir de la *urbs* fan incidència a la morfologia de la ciutat, a la seva aparença, a les seves funcions, a les seves dades demogràfiques i a la densitat dels habitants però no ens diuen res del seu caràcter propi; de la seva complexió anímica, de les formes de vida pròpiament urbanes. La definició de la ciutat a partir de la *urbs*, així doncs, ens és útil i alhora insatisfactòria.

<sup>8</sup> **KAJIMA, M.** *Made in Tokio*. Tokio: Kajima Institute Publishing, 2001.

<sup>9</sup> **SASSEN, S.** *The global city*. London, Tokio. Princeton: Princeton University Press, 1991.

<sup>10</sup> Aquesta urbanització també es fa visible en la transformació del sòl rústic en urbà. Cal distingir la «urbanització» de «l'urbanisme»: l'urbanització és un fenomen consistent en la creixença accelerada de les ciutats en població i en superfície i en l'expansió dels estils de vida urbans mentre que l'urbanisme és la ciència i tècnica de l'ordenació de les ciutats i del territori. (*Definicions extretes del Gran diccionari de la llengua catalana*) Sobre el procés d'urbanització a Europa del segle XVI al XVIII podeu llegir **DE VRIES, J.** *La urbanización de Europa 1500-1800*. Barcelona: Grijalbo, 1987. p. 15-97 i p. 325-343.



Per aquest motiu, cal trobar una definició que respongui els interrogants que es plantegen sobre la ciutat, distingint entre *urbs* i *civitas*; entre la distinció que va introduir Henry Lefebvre<sup>11</sup> quan separava la 'ciutat' de l'allò urbà; una diferència que sostenen actualment l'antropologia i la sociologia:

Está claro, en este orden de cosas, que la ciudad no es lo mismo que lo urbano. Si la ciudad es un gran asentamiento de construcciones estables, habitado por una población numerosa y densa, la urbanidad es un tipo de sociedad que puede darse en la ciudad... o no. Lo urbano tiene lugar en otros mundos contextos que trascienden los límites de la ciudad en tanto que territorio, de igual modo hay ciudades en las que la urbanidad como forma de vida aparece, por una causa u otra, inexistente o débil. Ya veremos cómo lo que implica la urbanidad es precisamente la movilidad, los equilibrios precarios en las relaciones humanas, la agitación como fuente de vertebración social, lo que da pie a la constante formación de sociedades coyunturales e inopinadas, cuyo destino es disolverse al poco tiempo de haberse generado<sup>12</sup>.

*b) Definició de ciutat a partir de la civitas: allò urbà.*

Així doncs, la ciutat no és tan sols un assentament humà de població densa o un paisatge determinat sinó, com dirà Michel de Certeau, la ciutat és el lloc òptim on es desenvolupen les *pràctiques urbanes*<sup>13</sup>: un lloc social. La ciutat serà el recipient que conté, embolcalla i contextualitza *allò urbà* i serà l'escenari social on es realitzen diverses activitats com ara el treball, el descans i l'oci, on es relacionen els individus entre ells, on les coses són utilitzades, intercanviades i consumides; és la vida quotidiana<sup>14</sup>.

D'aquesta manera, les *pràctiques urbanes* es converteixen, en terminologia d'Spengler, en l'«ànima de la ciutat»<sup>15</sup>, en la seva essència, en acció que edifica i

<sup>11</sup> LEFEBVRE, H. *Espacio y política*. Barcelona: Península, 1972. p. 158.

<sup>12</sup> DELGADO, M. *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999. (2ª ed.) p. 11-12. Altres autors anteriors a Delgado ja feien la distinció entre ciutat i allò urbà com ara Henri Lefebvre: "Quizá convendría que introdujéramos aquí la distinción entre la ciudad realidad presente, inmediata, dato práctico sensible, arquitectónico, y, por otra parte, lo urbano, la realidad social compuesta por relaciones a concebir, a construir o reconstruir el pensamiento". LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: ediciones península, 1978. (4ª ed) p. 67

<sup>13</sup> "Un lugar es el orden (...) según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia. Ahí pues se excluye la posibilidad para que dos cosas se encuentren en el mismo sitio. (...) Un lugar es pues una configuración instantánea de posiciones. (...) En suma, el espacio es un lugar practicado. De esta forma, la calle geoméricamente definida por el urbanismo se transforma en espacio por intervención de los caminantes. Igualmente, la lectura es el espacio producido por la práctica del lugar que constituye un sistema de signos: un escrito". DE CERTEAU, M. *La invención de lo cotidiano. I. Artes de Hacer*. Méjico: Universidad Iberoamericana, 1996. p. 129

<sup>14</sup> "¿Cómo definir la vida cotidiana? Nos rodea y nos crea; en el mismo tiempo y el mismo espacio, está en nosotros y nosotros en ella, tratando sin cesar de proscribirla para lanzarnos en la ficción y lo imaginario, nunca seguros de salirnos de ella, aun en el delirio del sueño". LEFEBVRE, H. *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Península, 1973. p.85.

<sup>15</sup> Llegiu SPENGLER, O. (1923) *La decadencia de Occidente. Bosquejo de una morfología de la historia universal*. Madrid: Espasa- calpe, 1966. (11ª ed.). "Bien se comprende que lo que distingue la ciudad de una aldea no es la extensión, no es el tamaño, sino la presencia de un alma ciudadana". p. 112. Des d'una visió força apocalíptica de la ciutat moderna, l'autor afirma que l'ànima de la ciutat es troba en l'aspecte cultural que genera: "Pero el verdadero milagro es cuando nace el alma de una ciudad. Súbitamente, sobre la espiritualidad general de su cultura, destaca el

reedifica la ciutat. La ciutat física es construeix sobre els fonaments d'*allò urbà*, de les pràctiques quotidianes i *allò urbà* és motivat per un entorn que condiciona la conducta i les dinàmiques socials. Existeix, doncs, tal i com se'n deriven dels estudis ecològics de l'Escola Chicago, una relació d'influència recíproca entre *allò urbà* i la ciutat. La ciutat és un *lloc* i *allò urbà* és una obra perpètua dels habitants que a la vegada es mouen i són mobilitzats per aquesta obra<sup>16</sup>. *Allò urbà* fa la ciutat i la ciutat fa *allò urbà*; o concretant en un gir més antropològic: l'entorn -el medi- afaïçona l'ésser humà i l'ésser humà afaïçona el seu entorn.

Així doncs, en aquesta recerca, entendrem 'allò urbà' per la *urbs* practicada a partir d'un estil de vida característic marcat per la interiorització psíquica que fa cada individu de l'entorn i les actituds derivades d'aquesta interiorització.

Per això, haurem d'escatir de quina manera l'individu es relaciona amb el medi i com aquesta activitat modifica la seva relació amb ell i amb els altres individus. És des d'aquesta perspectiva fonamentada en les propostes de Georg Simmel, Louis Wirth i l'Escola de Chicago que contemplarem la ciutat; des d'*allò urbà* entès com una manera de viure, de comportar-se, de relacionar-se amb els altres, de percebre el temps i d'integrar la mobilitat espacial a la vida quotidiana d'una manera determinada per la pròpia morfologia urbana.

*Allò urbà* vindrà conformat, doncs, per unes actituds que atribuïm pròpiament a la manera de viure en la ciutat; com ara la modificació constant d'objectes percebuts, el ritme frenètic de sensacions, el coneixement racional com a element que determina -de forma essencial- la personalitat, com a forma de defensa davant la hiperestimulació, per unes formes de relació entre individus fredes, minimalistes, deslocalitzades, precàries, fragmentades, determinades per la lògica del consum i la moneda, pels vincles dèbils i connectades entre si fins l'infinit gràcies a les noves tecnologies, des de l'anonimat i des d'una mentalitat dominadora (de-nominar); no només hereva de Bacon sinó de la tècnica en el sentit aristotèlic.

Una forma de vida que en aquest cas sí que es distingeix substancialment de la forma de vida rural en el que Ferdinand Tönnies a finals del segle XIX expressava en la

---

*alma de la ciudad como un alma colectiva de nueva especie, cuyos últimos fundamentos han de permanecer para nosotros en eterno misterio. Y una vez despierta, se forma un cuerpo visible. La aldeana colección de casas, cada una de las cuales tiene su propia historia, se convierte en un todo conjunto. Y este conjunto vive, respira, crece, adquiere un rostro peculiar y una forma e historia interna. A partir de este momento, además de la casa particular, del templo, de la catedral y del palacio, constituye la imagen urbana en su unidad el objeto de un idioma de formas y de una historia estilística, que acompaña en su curso todo el ciclo vital de una cultura*. p. 112. La cita és justificada per l'encertada expressió 'ànima de la ciutat' a la qual nosaltres ens adscriuim. Una altra cosa seria compartir plenament la idea pessimista que proposa Spengler en aquesta obra. Leo Strauss dirà que "*L'ocàs d'occident que anunciava Spengler no es compleix perquè no s'han exhaurit totes les possibilitats de la cultura i de l'home perquè la ciència natural es considera susceptible d'un progrés infinit*". STRAUSS, L. *La ciutat i l'home*. Barcelona: Barcelonesa, 2000. p. 26-27.

<sup>16</sup> LEFEBVRE, H. *Espacio y política*. Barcelona: Península, 1972. p. 158.

relació entre la *Gesellschaft* (societat o associació)<sup>17</sup> i la *Gemeinschaft* (comunitat)<sup>18</sup>. En el cas d'*allò urbà*, doncs, ens és possible fer la distinció entre la vida al camp i la vida en la ciutat. En la dicotomia que feia Tönnies s'establien diferents tipus de relacions socials. La vida en comunitat és la íntima i la privada, lligada a la tradició, a les relacions de parentiu, al clan i a la Natura. D'altra banda, en l'*associació* o la *societat* la vida es pública, moderna, predomina l'individu per sobre del parentiu i es caracteritza per una voluntat racional i de càlcul. La *Gemeinschaft*, doncs, vindria representada per l'aldea i la *Gesellschaft* per la ciutat.

Tot i la disjuntiva, amb la Revolució Industrial les diferències entre camp i ciutat comencen a esborrar-se gradualment i les ciències socials observen el pas de les societats rurals cap a les societats urbanes<sup>19</sup>; amb el conseqüent final de la pagesia i del model de societat rural. Fem referència al que generalment s'entén per un procés d'*urbanització*; és a dir, el procés pel qual les persones són atretes i assimilades per unes característiques distintives de la vida en la ciutat que són reconegudes com a 'urbanes'.

L'estil de vida urbà -l'*allò urbà* contemporani- transcendeix els límits administratius i geogràfics de la *urbs*, i s'escampa com una nebulosa de canvi constant per tot el planeta en una *ciutat continuada* i global gràcies als mitjans de comunicació i les Tecnologies de la Informació i Comunicació (TIC)<sup>20</sup>.

Tanmateix, i malgrat les tonalitats abstractes del terme, *allò urbà* no ha de ser entès com una cosa desvinculada del sòl més pròpia d'un món imaginari que d'una realitat social. L'esquema no és el platònic; és més aviat aristotèlic i fenomenològic. *Allò urbà*, malgrat la seva inaprehensibilitat, no és ni un *noúmen* ni una entelèquia i no pot

<sup>17</sup> *Gesellschaft* es tradueix sovint per "societat" però en la traducció del llibre de l'edició que hem escollit els traductors han optat per la paraula "associació".

<sup>18</sup> "Tant el poble com la vila manen en moltes característiques de la família; el poble més que no pas la ciutat. (...) L'*urbs* és típica de l'*associació* en general. És essencialment un centre comercial i, mentre el comerç domina el seu treball productiu, un centre fabril". TÖNNIES, F. (1887) *Comunitat i associació*. Barcelona: Edicions 62, 1984. p. 274-275.

<sup>19</sup> Certament la diferència en els hàbits de vida, les relacions humanes, la composició i organització social, la moda, les activitats i l'imaginari col·lectiu entre persones que viuen dins la ciutat o fora d'ella ja no és massa evident. Les poblacions que abans es deien rurals i que eren clarament identificables amb l'agricultura han anat canviant gradualment; han abandonat majoritàriament l'activitat exclusivament agrícola per passar a una activitat preeminentment de serveis, d'indústria i d'altres tasques del sector secundari i terciari. Aquest fet, més l'èxit i proliferació dels *mass media* en una *societat informacional* ha donat pas a una «ciutat global». Com diria Lefebvre rellegant Weber i Marx en el seu recorregut històric de la ciutat occidental, la història social es dirigeix cap a una urbanització total. Aquest canvi ha significat, entre d'altres coses, el pas d'un tipus de producció feudal a una producció capitalista, el pas d'una societat tradicional tancada a una societat racional oberta, el pas d'una societat d'uniformitat de sensacions a una societat sobrestimulada (l'actitud *blasé* de Georg Simmel) i el pas d'una solidaritat mecànica a una solidaritat orgànica (anomia social).

<sup>20</sup> Per a H. Lefebvre les noves tecnologies i les millores de comunicació juguen un paper molt important en l'assimilació que la ciutat fa del camp. El sociòleg marxista destaca que els mitjans de comunicació contribueixen a impregnar i homogeneïtzar-ho tot d'una cultura urbana fins que tota la societat s'acaba convertint en un espai urbà. Tant la millora de les comunicacions físiques (carretera, vies fèrries, aeroports i infraestructures similars) com l'èxit de les noves tecnologies en els països industrialitzats, haurien fet que moltes pautes de comportament i estils de vida esborrin les diferències que hi havia hagut entre el camp i la ciutat. Alguns estudiosos de la ciutat interessats pels efectes socials d'aquesta urbanització són G.H. Mead, W. Ogburn, F. Merrill, R. Redfield, S. Stouffer, H. Lasswell i E. Bogardus.

prescindir, com diria Lefebvre, d'una base pràctico-sensible i d'una morfologia determinada<sup>21</sup>.

La ciutat, entesa com *urbs* i *civitas*, ha de ser abordada des d'aquest esquema integrat. Ara bé, com veurem en el darrer capítol del segon boc de la investigació, el divorci entre *urbs* i *civitas* esdevindrà *la mort de la ciutat* i la transformació de la ciutat en «no-ciutat», en el que hem anomenat una «ciutat hiperrealitzada».

Una definició completa del que entendrem per *allò urbà* en aquest itinerari d'investigació és el que proposa la historiadora de la teoria de les formes urbanes François Choay en un article que va publicar l'any 1994 titulat *Le règne de l'urbain et la mort de la ville*<sup>22</sup>:

Un sistema de referencia físico y mental, constituido por redes materiales e inmateriales, así como por objetos técnicos, y cuya manipulación pone en juego un repertorio de imágenes y de informaciones, resuena en un circuito que se cierra sobre las relaciones que mantienen nuestras sociedades con el espacio, el tiempo y los hombres. A este sistema operativo, válido y factible en cualquier lugar, en la ciudad como en el campo, en los pueblos como en los suburbios, se le puede llamar lo Urbano<sup>22</sup>.

### c) La ciutat i l'individu

Per últim, el tercer element fonamental d'aquesta investigació és l'individu. El recorregut de la nostra mirada en la recerca dibuixa una trajectòria d'anada i tornada: de l'individu a la ciutat i de la ciutat a l'individu, sempre acabant amb un gir antropocèntric. En el primer bloc, s'afronta la ciutat des de la mentalitat de cada època tot fent èmfasi en que la ciutat projectada pel pensament de l'individu alhora el fa pensar d'una determinada manera. La ciutat és creada també per les idees.

Més endavant, el segon bloc es presenten diferents teories de la *ciutat realitzada* vinculades a l'experiència de la ciutat viscuda per l'individu en la Modernitat (ecologia) per acabar fent una breu aproximació a la representació de l'individu en la nova ciutat emergent. El context (el medi) modifica l'interior de l'individu perquè és –en termes orteguians- la seva circumstància. D'aquesta manera, l'individu ens apareix lligat a la ciutat i la ciutat a l'individu esdevenint un tàndem inseparable.

<sup>21</sup> "La vida urbana, la sociedad urbana, en una palabra «lo urbano» no pueden prescindir de una base práctico sensible, de una morfología. O la tienen o carecen de ella. Si no la tienen, si «lo urbano» y la sociedad urbana se conciben sin esta base es porque son perceptibles como posibilidades, porque las virtualidades de la sociedad real persiguen por así decir su incorporación y su encarnación a través del pensamiento urbanístico y el conocimiento: a través de nuestras «reflexiones». Si no las encuentran, estas posibilidades perecen; están condenadas a desaparecer. «lo urbano» no es un alma, un espíritu, una entidad filosófica". LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: ediciones península, 1978. (4t ed). p. 68.

<sup>22</sup> CHOAY, F. "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 70.

Per un altre cantó, l'elecció del terme 'individu' en comptes d'altres com ara 'persona' o 'subjecte' respon a la intenció de remarcar el matís terminològic que ve determinat pel mot llatí *individuum* entès com a 'indivís' i 'indivisible' en el sentit que l'individu no pot ser dividit en cap altre ésser més bàsic que ell mateix i el seu valor no és conferit pel col·lectiu sinó per ell mateix.

Entenem així que l'ús de la paraula 'individu' porta implícit el rastre del procés d'individuació encetat al Renaixement i afermat en l'actualitat. Ens referim, doncs, a l'autonomia ètica que ha assolit el subjecte dins la modernitat dins les coordenades del mecanicisme i l'individualisme de les quals en parlarem quan fem referència a les cosmovisions des d'on es planifica la ciutat.

Avancem, no obstant, que la noció d'individu és paral·lela a la desacralització de la natura per part de l'ésser humà, a la visió del món com un mecanisme més que no pas com un organisme i a la constitució de la societat basada en l'artificialitat dels contractes socials en lloc de l'espontaneïtat *natural*.

Tanmateix, distingim entre 'individu' i 'persona' en el mateix sentit que ho feia el filòsof francès Emmanuel Mounier (1905-1950) argüint que l'individu és singular i tancat, no està obert a l'altre i en canvi la persona és tot el contrari. D'aquesta manera i en termes generals, podríem dir que el substantiu 'individu' subratlla la identitat i l'autonomia mentre que el mot 'persona' remarca més la idea d'interacció amb l'altre.

Per aquest motiu des de l'*interaccionisme simbòlic*, com veurem, es parlarà més del 'jo' o de 'persona' que no pas de l'individu per remarcar la figura de l'altre en la interacció i per destacar la proclivitat que tenim vers l'alteritat.

Evidentment, l'exercici contempla les dues vessants; la relacional de persona<sup>23</sup> i la hereva del procés d'individuació: l'individu. Però escollim d'ara en endavant el terme 'individu' perquè conté el llegat del procés d'individuació i dels atributs del subjecte de la modernitat els quals s'envigoreixen en la *ciutat hiperrealitzada* o infovirtual.

<sup>23</sup> Com veurem més endavant la perspectiva de persona com a relació serà, en algun moment de la investigació, la pedra angular de la nostra reflexió posterior lluny d'entendre l'individu des del tancament ens alinearem amb antropologies hereves de L. Feuerbach i S. Kierkegaard, dels personalistes francesos i alemanys.

PRIMERA PART:

# Ciutat projectada

Agents de pensament que configuren la ciutat

---



## **PRIMERA PART: LA CIUTAT PROJECTADA**

### **AGENTS DE PENSAMENT QUE CONFIGUREN LA CIUTAT**

#### **1.1 Presentació: què és la ciutat projectada?**

#### **1.2 La *ciutat projectada* des de la política i la filosofia.**

1.2.1 *La ciutat projectada* des de la política: la *polis*.

1.2.2 *La ciutat projectada* des de la filosofia: la ciutat utòpica.

1.2.2.1 *La utopia: desig, descontentament i esperança.*

1.2.2.2 *Utopia de Thomas More: llei natural i raó.*

1.2.2.3 *La Ciutat del Sol de Tommaso Campanella: la ciutat còsmica.*

1.2.2.4 *La Nova Atlantis de Francis Bacon i un nou lloc per la utopia.*

#### **1.3. La *ciutat projectada* des de les cosmovisions.**

1.3.1 Organicisme-holisme.

1.3.2 Mecanicisme-individualisme.

1.3.3 La traducció de les dues cosmovisions en el debat 'Natura-cultura'.

1.3.3.1 *La cultura s'oposa a l'instint.*

1.3.3.2 *La cultura com a construcció social.*

1.3.3.3 *Cultura tècnica com a domini de la Natura.*

1.3.4 La mentalitat tecnològica: tecnocràcia i nihilisme.

1.3.5 La ciutat: espai i temps de l'ésser humà.

1.3.6 De l'*axis mundi* al món perifèric.

#### **1.4. La *ciutat projectada* des de l'arquitectura i l'urbanisme.**

1.4.1 La ciutat clàssica: Grècia i Roma.

1.4.1.1 *L'urbanisme de la Grècia clàssica.*

1.4.1.2 *L'urbanisme de la Roma clàssica.*

1.4.2 La ciutat medieval.

1.4.2.1 *L'urbanisme de la ciutat islàmica.*

1.4.2.2 *L'urbanisme de la ciutat cristiana.*

1.4.3 La ciutat del Renaixement.

1.4.4 La ciutat barroca i ciutat il·lustrada.

1.4.5 La ciutat moderna i l'urbanisme.

1.4.5.1 *El preurbanisme.*

1.4.5.2 *L'urbanisme.*

1.4.6 L'urbanisme contemporani.

1.4.6.1. *La recomposició de la ciutat trencada.*

1.4.6.2 *La mort del carrer.*

1.4.6.3 *L'arquitectura contemporània: hiperrealitat, minimalisme i espectacle.*

#### **1.5. Resumint la *ciutat projectada*.**



## PART I. La ciutat projectada

Los filósofos y los filólogos deberían comenzar su reflexión sobre la sabiduría (...) por la metafísica, ya que no busca sus pruebas fuera, sino dentro de las modificaciones de la propia mente de quien la piensa, entre las cuales deben buscarse los principios de este mundo de las naciones porque ha sido producido por los hombres.

Giambattista Vico<sup>24</sup>

### 1.1 Presentació: què és la ciutat projectada?

La *ciutat projectada* és aquella ciutat d'imatges, de somnis i d'idees; és aquella que sorgeix del pensar i es dirigeix cap al pensar<sup>25</sup>. És la ciutat de la filosofia, la política, i l'urbanisme i també la ciutat expressada i descrita en l'art. És la ciutat de l'imaginari, aquella que només existeix en la nostra imaginació, feta d'imatges i paraules, projectada des del pensament. El que ens ocupa aquest primer bloc de la investigació, doncs, és aquella ciutat generada pel pensament humà que després tindrà la seva cristallització en la construcció de la ciutat física, la *urbs*; la *ciutat realitzada*.

No ens referim aquí a les descripcions d'una ciutat existent; al que hi aniria relacionat el *pensament re-productiu* del pensar *en* la ciutat; d'això ens n'ocuparem en el capítol següent amb la sociologia. El que ens interessa destacar aquí és l'existència d'una ciutat conceptual prèvia a l'edificació i a la materialització de la ciutat existent generada per una «consciència imaginant» (en termes de Sartre) que no només recorda i representa objectes presents i reals sinó que és capaç de crear objectes i mons irreals. Estem referint-nos, doncs, a una forma de *pensar productivament*.

Per això, en primer lloc, tractarem breument la *ciutat projectada* pels polítics i pels filòsofs, sobretot al voltant de la *polis* grega pel seu vincle constitutiu de la cultura occidental i com a model de ciutat particular. Més endavant, ens centrarem en una de les expressions de la ciutat generades per la literatura utòpico-filosòfica al voltant del concepte d'utopia. La ciutat pensada pel polític i pel filòsof s'expressa especialment en

<sup>24</sup> VICO, G. *Principios de ciencia nueva*. Barcelona: Folio, 2002. (vol. 1). p. 162

<sup>25</sup> La ciutat no només és fruit del pensament sinó que la ciutat ens qüestiona i ha estat entesa per diferents disciplines com a bressol del pensament a Occident: "A la ciudad incumbe el trabajo intelectual: funciones de organización y dirección, actividades políticas y militares, elaboración del conocimiento teórico (filosofía y ciencias). (...) El campo, a la vez realidad práctica y representación, aportaría las imágenes de la naturaleza, del ser y de lo original. La ciudad aportaría las imágenes del esfuerzo, de la voluntad, de la subjetividad, de la reflexión, sin que estas representaciones se disocien de actividades reales". LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1978. (4t ed). p. 47.

els relats utòpics del Renaixement. I és la utopia precisament la que es relacionarà estretament amb la creació de mons i ciutats virtuals.

En un segon moment, exposarem les dues cosmovisions transversals en tota projecció de la ciutat. Per una banda, l'*organicisme/holisme* i, d'altra banda, el *racionalisme/individualisme* com a formes subjacents de discurs que de manera morfosintàctica impregnen tot ideal de ciutat, planificació de l'espai o concepció del *cosmos*. A partir d'aquí, abordarem la traducció d'aquestes dues cosmovisions en la dicotomia Natura-cultura i farem referència a la penetració de la tecnologia en la interioritat de l'individu.

En un tercer moment, abordarem la ciutat projectada pels urbanistes. L'urbanista, en una fase prèvia a l'execució dels seus projectes, imagina la ciutat i la planifica. Influenciat per la política, l'economia, la cultura i el pensament, l'urbanista pensa la ciutat i es converteix -com veurem- en l'artífex i traductor de la manera de pensar d'una època o d'una civilització. El pensar *productiu* de la ciutat (la projecció) sempre estarà lligat a un moment històric, polític, social i cultural determinat; sigui per adhesió o rebuig als temps on s'esdevé. No hi ha cap projecció de la ciutat que sorgeixi del no-res, deslligada del context i del subjecte i amb aquesta clau de lectura presentarem, a grans trets, la història de l'urbanisme fent-ne una breu revisió.

Per acabar aquest bloc que analitza la *ciutat projectada*, farem un breu apunt sobre el que hem anomenat l'*urbanisme contemporani*. En primer lloc, presentarem les inquietuds manifestes en les noves cartes d'urbanisme d'Europa i dels Estats Units. En segon lloc, posarem de manifest el debilitament de l'espai públic amb la *mort del carrer* i, en tercer lloc, farem referència a tres elements propis de l'arquitectura actual: l'hiperrealisme, el minimalisme i l'espectacle; tots ells al·legories del temps present, cristallitzacions de formes de concebre l'espai, el temps i l'individu.

## 1.2 La ciutat projectada des de la política i la filosofia

Tanmateix convé no oblidar que tota ciutat, com a plasmació de la política que mai no pot deixar de ser, constitueix (i es constitueix per) una xarxa organitzadora de diversos trajectes que han de recórrer els seus ciutadans; trajectes que apropen, allunyen, creen conflictes, exclusions, incursions dels habitants de la ciutat; trajectes, encara, que es concreten i esdevenen efectius per mitjà dels diversos llenguatges que pot parlar l'ésser humà, si realment els aprèn; trajectes, encara, que d'una manera o altra i malgrat el dring tan antiutòpic de l'hora present, formalitzen, ni que sigui molt al·lusivament, la «recerca del paradís perdut» o d'una certa «edat d'or» o de la «terra sense mal», per emprar figures mitològiques ben conegudes<sup>26</sup>.

La filosofia i la política han expressat la ciutat de diverses maneres i finalment, algunes d'aquestes expressions, han arribat a la traducció jurídica i administrativa d'una ciutat material<sup>27</sup>. Com en el cas de la *polis* grega, la ciutat és un territori que té un ordenament jurídic i administratiu concrets supervisats per diverses institucions.

La filosofia i la política no només pensen la ciutat d'una manera reflexiva amb una ciutat ja donada que s'ha d'analitzar sinó que també se la imaginem diferent; la milloren i la reediten. L'origen de la ciutat és la imaginació<sup>28</sup>. Possiblement, idear la ciutat des de la filosofia i la política significa imaginar-la des d'un marc de pretextos clarament definits com ara un lloc per ser feliç, un *oikos* endreçat, un indret per la justícia o per la pau... Podríem afirmar, doncs, que la ciutat és el triomf del *cosmos* enfrontat al *caos* narrat a la *Teogonia* d'Hesíode. Trobem així, en la història de la filosofia, la ciutat clàssica pensada i imaginada per Plató a *La República* o per Aristòtil a *La Política* i a l'*Ètica a Nicòmac* o també *La Ciutat de Déu* de Sant Agustí on la ciutat celestial es contraposa a la ciutat pagana<sup>29</sup>. Les coses i les decisions humanes trobaran el sentit en l'acceptació o rebuig de la «ciutat de Déu».

<sup>26</sup> DUCH, LI. "Cultura i societat tecnològica: l'Espai i el Temps". A: DUCH, LI; FABRÉ, M. [et al.] *Clarobscur de la ciutat tecnològica*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 14.

<sup>27</sup> La filosofia i la ciutat sempre han tingut una relació molt estreta. Citant Lefebvre: "En primer lugar, la historia del pensamiento filosófico puede y debe ser reconsiderada a partir de su relación con la ciudad (condición y contenido de este pensamiento). Es ésta una de las puestas en perspectiva de esta historia. En segundo lugar, esta articulación figura en la problemática de la filosofía y la ciudad (conocimiento, formulación de la problemática urbana, noción de este marco, estrategia a concebir). Los conceptos filosóficos no tienen nada de operativo y sin embargo sitúan la ciudad y lo urbano -y la sociedad entera- como unidad, por encima y más allá de fragmentaciones analíticas" LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1978. (4t ed). p. 54.

<sup>28</sup> Kant diu que la imaginació és la facultat de representar un objecte fins i tot quan no el tenim present. [KANT, I. *Crítica de la raó pura*. Madrid: Alfaguara: 1988 (6a. ed). p. 166], en aquest sentit, la ciutat des d'un punt de vista polític comença com una obra de la imaginació. De fet, no només imaginem l'aspecte físic de la ciutat (la *urbs*) sinó que també imaginem jurisprudència que aglutina els ciutadans (la *civitas*). En aquest darrer sentit diu Ortega i Gasset: "El Estado comienza por ser una obra de Imaginación absoluta. La imaginación es el poder libertador que el hombre tiene. Un pueblo es capaz de Estado en la medida en que sepa imaginar. De aquí que todos los pueblos hayan tenido un límite en su evolución estatal, precisamente el límite impuesto por la naturaleza a su fantasía". ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 201

<sup>29</sup> Una obra molt lligada a la problemàtica del segle V en el combat de doctrines paganes per fortificar la fe de les elits intel·lectuals cristianes. AGUSTÍ. *La ciudad de Dios*. Barcelona: Orbis, 1985. Llegiu introducció de Francisco José Fortuny p. 9-17.

Políticament, la ciutat ha estat vinculada a la idea de civilització. La ciutat ha estat considerada el bressol de la civilització i de l'Estat perquè ella mateixa ha esdevingut el símbol d'un temps, d'una identitat o d'un govern. Així mateix, en la tradició judeocristiana, per exemple, la ciutat de Babilònia era molt més que un nom; era un símbol de decadència, de paganisme, de gran poder<sup>30</sup>. L'atribució simbòlica de la ciutat també s'ha donat en ciutats com Babel<sup>31</sup> o Sió (Jerusalem)<sup>32</sup>. A totes aquestes ciutats els podríem sumar d'altres les quals han estat representatives de certs valors. Lisboa, Venècia o l'Havana, per exemple, han estat considerades les ciutats de la decadència, ciutats resplendents en el passat que es deterioren en el present. Altres han estat batejades com a ciutats de la nostàlgia: Viena, Praga o Trieste. I Roma, El Caire o Grècia com a ciutats de les runes o de la història.

Tanmateix, altres ciutats han estat considerades l'estendard d'una civilització, cultura, corrent de pensament, d'art o d'ideologia política en diferents moments de la història d'occident: Viena, París, Londres, Nova York... entre d'altres. Així doncs, les ciutats, més enllà de ser assentaments, han esdevingut sovint símbols d'un pensament, d'una concepció, d'un sentiment o d'un ideal i, actualment, d'uns valors predissenyats des d'una estratègia de creació d'imatge i de marca: París és la ciutat de l'amor, Tokio la ciutat de la tecnologia i la moda, Hol·lywood representa la fama i Amsterdam la tolerància. Són imatges de ciutat associades simbòlicament a un valor determinat.

La relació dialèctica entre ciutat, política i pensament és, com veurem, molt estreta; i no només com a envàs per una ideologia sinó també pel que fa a l'organització interna de la ciutat i l'acció del poder de l'Estat sobre els individus i l'efecte que produeix en ells. Estem fent referència al control social, a la supervivència i a les readaptacions d'un sistema econòmic i polític, així com també als moviments i dinàmiques interactives dels habitants de la ciutat. Tot això, però, ho anirem desenvolupant en els següents apartats.

<sup>30</sup> L'adjudicació d'aquests atributs per part de la tradició judeocristiana es deu a la conquesta d'aquest imperi al segle VII a.C que va conduir el jueus al captiveri. Profetes com Isaïes (Is 47,1) i en tot el llibre de Jeremies es condemna la ciutat. Més endavant, a l'Apocalipsi es recupera la imatge. A Ap 14, 8 llegim "Un segon àngel que el seguia, proclamava: -Ha caigut, ha caigut la gran Babilònia, la que embriagava totes les nacions amb els vins i les orgies de la seva prostitució" o també a Ap 18, 10 "De lluny estant, per por del seu suplici, exclamaran: «Ai, ai, gran capital, Babilònia, ciutat poderosa! En una hora t'ha arribat la condemna!»". Vegeu també: Ap 14,8; Ap 16,19; Ap 17,5; Ap 18,2; Ap 18,21; Ap 18,22.

<sup>31</sup> Vegeu Gènesi 11, 1-8.

<sup>32</sup> Aquest és un cas metonímic. Dins de Jerusalem hi ha el mont Sió i en ell el temple i, per tant, el lloc de presència de Déu en el poble. Sió o Jerusalem s'utilitzen sovint no tant per fer referència a la ciutat mateixa sinó per evocar la idea de Jerusalem com a centre espiritual del Poble d'Israel. Per aprofundir més en les ciutats bíbliques en el sentit que ho fem vegeu: **DUCH, LI. Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana** 3. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 434-441.

### 1.2.1 La ciutat projectada des de la política: la polis

Una ciutat que és d'un sol home no és una ciutat<sup>33</sup>.

El cas per antonomasia de la ciutat vinculada a un concepte<sup>34</sup> són les antigues ciutats-estat de l'antiga Grècia: les *polis*<sup>35</sup>, les quals van esdevenir el marc des d'on es va propagar la cultura hel·lènica fins al període posterior a Alexandre el Magne.

En tant que la *polis* era el marc de desenvolupament humà, econòmic, cultural i intel·lectual, la reflexió sobre l'evolució, les funcions, la destinació, la composició i les formes de govern d'aquestes *polis* va passar a constituir-se en el centre de la reflexió filosòfica, especialment amb Plató, Aristòtil i els estoics. En aquest apartat farem referència principalment a Atenes malgrat que hi ha diversos models de *polis*. Atenes, dirà Lluís Duch, «constitueix el màxim referent de la vida urbana, perquè Atenes és senzillament la ciutat, el lloc on per primera vegada va articular-se el conuiu humà amb uns trets que, encara avui, gosem qualificar de supremes expressions d'allò que és humà i humanitzador»<sup>36</sup>.

L'estudi de la *polis*, és, evidentment, molt ample i no podem aprofundir-hi ara tot el que voldríem<sup>37</sup>. Malgrat tot, hi ha tres idees fonamentals que volem remarcar i que després recollirem i aprofundirem en l'anàlisi de la *ciutat hiperrealitzada*.

Primerament, la idea de la *polis* com a lloc propi de l'ésser humà. Dirà Sòcrates: «Jo no tinc res a veure amb els arbres del camp; jo només tinc a veure amb els homes de la ciutat»<sup>38</sup> perquè per a l'home clàssic la naturalesa (la *physis*)<sup>39</sup> no és l'escena

<sup>33</sup> **SÓFOCLES**. *Tragedias. Áyax, Antígona, Edipo Rey, Electra*. Madrid: Gredos, 1986. p. 104. Traduit de "No existe ciudad que sea de un sólo hombre".

<sup>34</sup> "No hi ha dubte que, històricament, tant la 'Grècia real' com la 'Grècia somiada' han estat els objectes privilegiats dels somnis desperts (Bloch) d'una immensa majoria dels esperits més incisius i influents que ha donat la cultura occidental de tots els temps". **DUCH, LI**. *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 446.

<sup>35</sup> L'origen de la *polis* es remunta cap a la primera o segona meitat del segle VII aC, com un llarg procés de reorganització social posterior a la fi de l'antiga monarquia micènica. Coincideix, doncs, en el moment en què es va produir la unificació entre els nuclis urbans i els camps circumdants; una estructura que fins aleshores havia estat la típica de la *polis*. D'altra banda, parlem de les *polis* en plural perquè hi havia diferents models com ara i seguint la classificació de Bravo: la *polis* monàrquica, la *polis* aristocràtica o la *polis* democràtica. **BRAVO, G**. *Historia del mundo antiguo*. Madrid: Alianza, 1994. p. 223-228. Citat a **DUCH, LI**. *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 450.

<sup>36</sup> **DUCH, LI**. *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 443.

<sup>37</sup> Per a una definició àmplia de la polis llegiu **GÓMEZ, FJ**. *Historia de la Grecia Antigua*. Madrid: Akal, 2001. p. 79-91. El llibre més complert sobre la qüestió és el de **SAKELLARIOU, M. B**. *The Polis-State: Definition and Origin*. Atenes: De Boccard, 1989 i també ajuda a veure la complexió del terme en els texts resultants del simposi: **HANSEN, M.H. [et al.]** *The Ancient Greek City-State*. Copenhagen: Det Kongelige Danske Videnskaberne Selskab, 1993. **HANSEN, M.H. [et al.]** *The Polis as an Urban Centre and as a Political Community*. Copenhagen: Acts of the Copenhagen Polis Centre, 1997 (vol. 4). **HANSEN, M.H. [et al.]** *Polis and City-State. An Ancient Concept and its Modern Equivalent*. Copenhagen: Det Kongelige Danske Videnskaberne Selskab, 1998. **NIELSEN, TH. [et al.]** *Even more studies in the ancient Greek polis. Papers from the Copenhagen Polis Centre 6*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag Stuttgart, 2002. (núm. 162).

<sup>38</sup> Citat a **ORTEGA Y GASSET, J**. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 198.

<sup>39</sup> Vegeu el concepte de *physis* contraposat a *nomos* que proposa el sofisme d'Antifont a **ANTIFONT**. *Discursos*. Barcelona: Fundació Bernat Metge, 2004 i **ANTIFONT**. *Testimonis i Fragments*. Barcelona: Fundació Bernat Metge, 2005. Aquest filòsof matemàtic grec fa una clara distinció entre la *physis* (Naturalesa) i el *nomos* (lleis, convenció)

idiosincràtica dels individus sinó que ho és la ciutat entesa com a *polis*. La *polis* és, a més d'un peculiar fenomen social grec, una realitat *natural* que es fa extensible a tots els éssers humans i a totes les èpoques prenent una forma de vida universal<sup>40</sup>. El lloc de l'ésser humà, doncs, no és la natura sinó la ciutat:

De todo esto es evidente que la ciudad es una de las cosas naturales, y que el hombre es por naturaleza un animal social, y que el insocial por naturaleza y no por azar es o un ser inferior o un ser superior al hombre. Como aquel a quien Homero vitupera: *sin tribu, sin ley, sin hogar*<sup>41</sup>.

En segon lloc, la *polis* era la possibilitat d'assolir la perfecció humana a través de la política. Una política entesa com a plenitud de l'existència humana; d'això ve que l'ésser humà sigui un «*zoon politikon*»; un animal polític en el sentit que assoleix la seva plenitud dins la *polis*. D'aquesta manera, la finalitat de la *polis* coincideix amb la finalitat de l'ésser humà perquè la finalitat última de la *polis* i de l'ésser humà és la felicitat a través de la política<sup>42</sup>.

Sobre el régimen mismo [*de la ciutat*], hay que decir de qué elementos y de qué clase debe constituirse la ciudad que intenta ser feliz y gobernarse bien. Pues hay dos cosas en las que está el bien para todos: una consiste en poner correctamente la meta y el fin de las acciones, y otra en encontrar las acciones que conducen a ese fin. (...) que todos aspiran a vivir bien y a la felicidad, es evidente<sup>43</sup>.

Aristòtil situa la *polis* més enllà d'una comunitat que s'ha format per evitar la injustícia i facilitar l'intercanvi<sup>44</sup>. Aquestes són condicions necessàries però no

---

decantant-se pel seguiment de la Natura com a font de Veritat per sobre de les lleis que són més aviat fruit de la *doxa* (opinió). D'altra banda, en un altre sentit de la paraula *physis* vegeu **ARISTÒTIL**. *Física*. Madrid: Gredos, 1995. p.128-135. Aristòtil atribueix a la paraula *physis* la causa immanent de moviment i canvi.

<sup>40</sup> Aquesta tesi l'estudia **SIMPSON, P.** *A Philosophical Commentary on the Politics of Aristotle*. London: The University of North Carolina Press, 1998. Caldria també fer esment a la postura del filòsof anglès Thomas Hobbes (1588-1679) el qual s'oposa a la filosofia aristotèlica; per a Hobbes la formació dels agrupaments en societat són acords artificials interessats i motivats per la temor a la solitud davant dels altres, els quals, en un entorn sense lleis ni govern són l'*homo homini lupus* (frase cèlebre de Plaute): llops per als mateixos éssers humans. L'individu cedeix part dels drets i llibertats al governant a canvi de més seguretat. Llegeix **HOBBS, TH.** *Leviatán*. Madrid: Editora Nacional, 1979.

<sup>41</sup> **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 50.

<sup>42</sup> Per Aristòtil la felicitat és una activitat de l'ànima segons la virtut perfecta; una activitat conforme la virtut. L'activitat més noble és, per a aquest filòsof, l'activitat contemplativa (*theorein*) a més de l'activitat pràctica (*praxis*) i l'activitat productiva (*pòiesis*): "Si la felicidad es la actividad conforme con la virtud, es claro que es la que está conforme con la virtud más perfecta, es decir, la de [la facultad] más elevada. Ya se trate de la inteligencia o de otra facultad, y que esta facultad sea divina o lo que hay más divino en nosotros, la actividad de esta facultad, según su virtud propia, constituye la felicidad perfecta. Y ya hemos dicho que es contemplativa (teórica)". **ARISTÒTIL**. *Ètica a Nicómaco*. *Textos de los grandes filósofos: edad antigua*. Herder: Barcelona, 1982. (5ª. ed.) p.84. I en el cas de Plató aquesta felicitat ha de ser per al major nombre de persones i dins de l'estratificació social de la *polis*: "Modelamos el Estado feliz, no estableciendo que unos pocos, a los cuales segregamos, sean felices, sino que o sea la totalidad (...) Y así, al florecer el Estado en su conjunto y en armoniosa organización, cada una de las clases podrá participar de la felicidad que la naturaleza les ha asignado". **PLATÓ**. *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos, 1992. p. 202-203.

<sup>43</sup> **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 432-433.

<sup>44</sup> "(...) si los hombres han formado una comunidad y se han reunido por las riquezas, participan de la ciudad en la misma medida en que participan de la riqueza, de modo que el argumento de los oligárquicos carecería tener fuerza.

suficients. La ciutat no només s'ocuparà de l'habitatge, el vestit, el calçat i l'alimentació<sup>45</sup> sinó de la virtut dels seus membres. Perquè quan parlem pròpiament d'una 'polis' fa falta que aquesta comunitat busqui la 'vida bona' o 'la felicitat': una activitat de la raó segons la virtut<sup>46</sup>.

Así es evidente que para la ciudad que verdaderamente sea considerada tal, y no sólo de nombre, debe ser objeto de preocupación la virtud, pues si no la comunidad se reduce a una alianza militar que sólo se diferencia especialmente de aquellas alianzas cuyos aliados son lejanos, y la ley resulta un convenio y, como dijo, Licofrón el sofista, una garantía de los derechos de unos y otros, pero no es capaz de hacer a los ciudadanos buenos y justos<sup>47</sup>.

D'aquesta manera una ciutat o un estat no es redueixen tan sols a un contracte social (un conveni entre subjectes) sinó que una ciutat, a més de garantir amb lleis uns drets, també ha de possibilitar fer dels seus ciutadans persones bones i justes.

Així doncs, en tercer lloc, la virtut política s'identifica amb la virtut ètica. No és possible una *polis* sense una ètica que acompanyi l'individu fins la felicitat a través de l'ètica de la virtut.

I aquesta força ètica de l'Estat no es troba en les institucions ni en les religions sinó en la petita comunitat; en els *ciutadans* de ple dret<sup>48</sup>. Sense els *ciutadans* no hi ha ni ciutat ni Estat. De fet, Aristòtil defineix la ciutat com al conjunt de *ciutadans*<sup>49</sup>; en ells viu i mor l'Estat o la ciutat. Ni tan sols la compilació de lleis regeixen realment la *polis* sinó que, essent precisos, és el 'nomos'<sup>50</sup>; és a dir: la idea de l'Estat com a corporeïtzació de la idea de Dret. Així doncs, el significat de 'nomos' esdevé la

(...) Pero no han formado una comunidad sólo para vivir sino para vivir bien". **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 175.

<sup>45</sup> Plató a la *República* parla de la ciutat, en un primer moment, simplement com a un agrupament d'éssers humans que s'uneixen per satisfer necessitats. Més endavant, però, distingeix entre una «ciutat de porcs» i una ciutat humana la qual es preocupa per d'altres qüestions a més de les necessitats primàries". **PLATÓ**. *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos, 1992. p. 127-136.

<sup>46</sup> Entenen 'virtut' en el sentit de disposició habitual per a fer el bé en l'àmbit moral.

<sup>47</sup> **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 176.

<sup>48</sup> Cal que recordem que per Aristòtil els ciutadans no són tots els individus que viuen en un lloc sinó aquells que participen en les funcions judicials i de govern de la *polis*; aquells que participen de la vida pública. Per tant, només algunes persones eren considerades 'ciutadanes'. Per tant la ciutadania era un privilegi i no un dret. Llegiu **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 152-156.

<sup>49</sup> "Puesto que la ciudad está compuesta de elementos, como cualquier otro compuesto de muchas partes, es evidente que lo primero que debe estudiarse es al ciudadano. La ciudad, en efecto, es una cierta multitud de ciudadanos, de modo que hemos de examinar a quién se debe llamar ciudadano y qué es el ciudadano". **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 151-152. Amb Aristòtil i Plató com a referència Ortega i Gasset diu que: "Synoikismos es acuerdo de irse a vivir juntos; por lo tanto, ayuntamiento, estrictamente en el doble sentido físico y jurídico de este vocablo. Al desparramamiento vegetativo por la campiña sucede la concentración civil en la ciudad. La urbe es la supercasa, la superación de la casa o nido infrahumano, la creación de una entidad más abstracta, y más alta que el oikos familiar. Es la República, la politeia, que no se compone de hombres y mujeres, sino de ciudadanos. Una dimensión nueva, irreductible a las primigenias y más próximas al animal, se ofrece al existir humano, y en ella van a poner los que antes sólo eran hombres sus mejores energías. De esta manera nace la urbe, desde luego como Estado".

**ORTEGA Y GASSET, J.** *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 198-199.

<sup>50</sup> La paraula 'nomos' té un llarg itinerari semàntic. Aquí l'emprem en el sentit que ho fa Aristòtil. No obstant això, és interessant el significat de 'nomos' que s'utilitzava en l'època dels sofistes. *Nomos* era la oposició a la *physis*, era com l'oposició entre artificial i natural (Empèdocles i Demòcrit). Ara bé, per a Antifont, Hipias i Gorgias, 'nomos' no només era l'artificiositat sinó que era un mot servia per designar les lleis, les costums i les normes.

formulació d'un deure que ha de ser realitzat sempre de nou i que no s'esgota en formulacions legals<sup>51</sup>.

Així doncs, tota la grandesa, poder i identitat de la *polis* recau en els seus *ciudadans* de ple dret; en una petita part de la població del total, en una comunitat d'individus que es coneixen els uns als altres. D'aquesta manera, la *polis* no pot tenir un nombre de població massa exagerat que impossibiliti la coneixença dels seus habitants<sup>52</sup>. Per tant, hem de suposar que la *polis* se sustentava en una mida prou petita per assegurar aquest coneixement dels membres de la comunitat; una idea que ens allunya de la imatge d'una ciutat tan gran feta d'individu anònims<sup>53</sup>.

Spengler deia que «allò que distingeix la ciutat d'un llogaret no és la extensió, no és la mida, sinó la presència d'una ànima ciutadana»<sup>54</sup>, doncs bé, «l'ànima ciutadana» de la *polis* són els mateixos ciutadans. De fet, Tucídides relata, després del cop d'estat a Atenes, que la flota atenenca quan es trobava a Samos es considerava a ella mateixa com a Atenes en el sentit propi<sup>55</sup>. Així doncs, com diu l'adagi popular grec: «vagis on vagis, seràs una *polis*»<sup>56</sup> o, com assenyala André Corboz: historiador de l'art, de l'arquitectura i de l'urbanisme:

(...) el espacio urbanizado no es tanto aquel en el que las construcciones se suceden unas a otras en orden cerrado como aquel en el que los ciudadanos han adquirido una mentalidad ciudadana<sup>57</sup>.

Per tant, més que un emplaçament, la ciutat entesa com a *civitas* (terme romà) era el veritable 'demos' dels atenencs. Mentre visquessin els atenencs viuria l'Estat i, per tant, la *polis* es converteix en la concreció; en un espai-temps de la política que havia de fer més *perfectes* els homes; és a dir, més humans.

I, en certa manera, això entronca amb el concepte d'*allò urbà* que tractarem més endavant. Els atenencs dipositaven la ciutat allà on eren ells; independentment de

<sup>51</sup> Vegeu **KNAUSS, B.** *La Polis. Individuo y estado en la Grecia antigua*. Madrid: Aguilar, 1979. p.115.

<sup>52</sup> "El conocimiento personal de los miembros de la comunidad, tan importante ya en la comunidad de culto menor, en las "fratrías", y en las secciones mayores del Estado, en los "demos", era también decisivo en el ámbito más amplio del Estado. Más aún: este conocimiento personal interviene directamente en la estructura del Estado y se inserta en él como su principio sustentador. Porque comaristo dice Aristóteles, para distribuir los cargos según los méritos, es preciso que los ciudadanos se conozcan recíprocamente, y allí donde esto no ocurre, tienen que andar mal la administración y el Derecho". **KNAUSS, B.** *La Polis. Individuo y estado en la Grecia antigua*. Madrid: Aguilar, 1979. p. 83. Llegiu també **ARISTÒTIL.** *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 159. sobre l'extensió de les ciutats.

<sup>53</sup> Glotz fa un estudi demogràfic de les antigues ciutats gregues. Segons ell, Atenes era la més poblada amb uns 40.000 habitants. Llegiu **GLOTZ, G.** *La ciudad griega*. Barcelona: Cervantes, 1929. p. 38.

<sup>54</sup> **SPENGLER, O.** *La decadencia de Occidente. Bosquejo de una morfología de la historia universal*. Madrid: Espasa-calpe, 1966. (11a ed). p. 112.

<sup>55</sup> **KNAUSS, B.** *La polis. Individuo y estado en la Grecia antigua*. Madrid: Aguilar, 1979. p. 59-60.

<sup>56</sup> **ARENNDT, H.** *La condición humana*. Barcelona: Seix Barral, 1974. p. 262. Hannah Arendt assenyala també la idea que hem remarcat: la *polis* no es troba en la ciutat-estat emmurallada i física sinó la seva organització, entre les relacions dels seus ciutadans.

<sup>57</sup> **CORBOZ, A.** "El territorio como palimpsesto" A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 25-34.



l'assentament; de la *urbs*. La política, que organitzava una manera de viure, era l'essència identitària de la ciutat; és a dir, dels seus habitants i així ho expressava Nícies a les platges de Siracusa, davant els soldats atenencs: «són la ciutat els homes, no els seus murs»<sup>58</sup>.

### 1.2.2 La projectada des de la filosofia: la ciutat utòpica

Desde la Edad Media, en la civilización europea, cada época ha tenido su imagen de lo posible, su sueño, su imaginario paradisiaco o infernal. Cada período y quizá cada generación ha tenido su representación del mejor de los mundos o de una vida nueva, y esto ha constituido parte importante, por no decir esencial, de las ideologías<sup>59</sup>.

Durant la història la ciutat s'ha relacionat estretament amb la idea d'utopia. Si fem una ullada al recorregut del pensament occidental, detectem de seguida l'estret vincle entre la utopia i la ciutat<sup>60</sup>. La idea d'un espai somiat per viure, amb un ordre social, econòmic i polític just i el desig de l'ésser humà per retornar al Paradís són considerats elements essencials del substrat del pensament utòpic occidental<sup>61</sup>. Pensar en la ciutat ideal és pensar en el món ideal. I, en un sentit ampli, la ciutat utòpica correspon a la ciutat ideal: la ciutat que desitjaríem assolir si poguéssim.

Plató, per exemple, a *La República* va construir dialògicament una ciutat políticament perfecta però arriba un punt en què l'interlocutor de Sòcrates, Glaucó, reconeix que la descripció de la ciutat que està dibuixant és inassolible, no té un lloc a la terra; és, en definitiva, *ou-tòpica*:

Comprendo: hablas del Estado [ciudad] cuya fundación acabamos de describir, y que se halla sólo en palabras, ya que no creo que exista en ningún lugar de la tierra. [Respon Sòcrates] Pero tal vez resida en el cielo un paradigma para quien quiera verlo y, tras verlo, fundar un Estado [ciudad] en su interior<sup>62</sup>.

La ciutat de Plató sembla impossible però desitjable. Surt de dins; està a l'interior de cada individu. Possiblement, la utopia té les seves arrels en el racó més

<sup>58</sup> TUCIDIDES. *Historia de la guerra del Peloponeso*. Madrid: Akal, 1989. p. 530.

<sup>59</sup> LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: ediciones península, 1978. (4t ed) p. 144

<sup>60</sup> "La historia del mundo moderno es también la historia de las utopías. En cada sociedad y en cada época, en el ámbito nacional y en el ámbito mundial, se formulan utopías en términos de «la ciudad ideal», «la tierra sin males», «el reino de la transparencia», «el mundo sin fronteras», «la aldea global», «la comunidad plena», «el paraíso o «Eldorado»". IANNI, O. *La sociología y el mundo moderno*. Mèxic: S. XXI, 2005. p. 236

<sup>61</sup> "La filosofía clásica, desde sus inicios, con la Ciudad por base social y fundamento teórico, pensando la Ciudad, se esfuerza por determinar la imagen de la Ciudad ideal". p. 141. LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1978 (4a ed.).

<sup>62</sup> PLATÓ. *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos, 1992. p. 455.

profund de la humanitat com se'n desprèn de la filosofia d'Ernst Bloch (1885-1977)<sup>63</sup>. Per això, ens és difícil d'acotar la utopia en el temps. Ens podríem remuntar a tots els autors clàssics grecs, o fins i tot, abans que ells, per resseguir l'itinerari de la utopia; passejar pel Gènesi veterotestamentari, o per l'adveniment del *Regne de Déu* que va anunciar Jesucrist i el desplegament de l'escatologia cristiana, el mil·lenarisme o per les múltiples expressions de la utopia en centenars de cultures i civilitzacions que han construït els respectius relats cosmogònics i mitològics fundacionals d'elles mateixes. Frank i Fritzie, també es troben en aquesta situació a l'hora de resseguir històricament la utopia:

El primer problema que nos salió al paso fue el de fijar el punto de partida. Había la posibilidad de remontarnos hasta las fantasías paradisíacas del Próximo Oriente en el tercer milenio antes de Cristo, o también hasta la representación platoniana del *mithos* y del *logos* de una ciudad ideal. Pero el carácter propiamente único de la utopía occidental quedaba más de relieve, a nuestro juicio, empezando por la historia *in media res*, por decir así, situando su bautismo en la edad del Renacimiento<sup>64</sup>.

Els estudis com el de Frank i Fritzie conceben la creença paradisiàca i ultramundana de la religió judeocristiana i el mite hel·lènic de la ciutat ideal com a origen del *pensament utòpic* que arribarà posteriorment. Pel que fa a la nostra aproximació a la utopia, no pretenem altra cosa que fer palesa l'estreta relació entre la utopia i la ciutat: deixar clar com n'és de determinant la utopia a l'hora d'afaiçonar la ciutat.

El desig de bellesa, d'una vida millor, de viure en un lloc perfecte o de ser feliços (com dirà Aristòtil a la *Política* i a l'*Ètica a Nicòmac*) són les constants latents de la història humana. L'ésser humà, tal i com afirmen Frank i Fritzie, sempre ha tingut una propensió utòpica que no es troba repartida de forma més equitativa entre els individus que el que passa amb la inclinació religiosa<sup>65</sup>. Podríem dir, doncs, que l'ésser humà és utòpic per naturalesa perquè és capaç, amb més o menys grau, d'imaginar i somniar llocs impossibles i vides perfectes. I aquest fet, el fet de somiar, és distintiu i propi de l'ésser humà perquè, com dirà Ernst Bloch: «L'animal no en sap res, de semblant; sols l'home, tot i ésser molt despert, rebull utòpicament»<sup>66</sup>.

<sup>63</sup> BLOCH, E. *El principio de la esperanza*. Madrid: Aguilar, 1977. (Llibre revisat l'any 1953 i 1959 i editat a l'Alemanya oriental l'any 1954-55. El tercer volum va ser censurat i va ser editat l'any 1959)

<sup>64</sup> FRANK, E.; FRITZIE P. (1979) *El pensamiento utópico en el mundo occidental. Antecedentes y nacimiento de la utopía (hasta el siglo XVI)*. Madrid: Taurus, 1984. p. 33.

<sup>65</sup> FRANK, E.; FRITZIE P. (1979) *El pensamiento utópico en el mundo occidental. Antecedentes y nacimiento de la utopía (hasta el siglo XVI)*. Madrid: Taurus, 1984. p. 19. El que ens recorda als postulats anunciats per William James.

<sup>66</sup> BLOCH, E. *L'arc utopia-materia i altres escrits*. Barcelona: Laia, 1985. p. 153.

Així doncs, per no desplaçar-nos fins al gènesi de la civilització, prendrem el Renaixement com marc de referència de la utopia deixant clar des d'aquest moment que això no vol dir que la utopia no existís abans, sinó que és durant el Renaixement que la seva expressió és més brillant i és quan s'emmarca dins els prolegòmens de la modernitat. More, Campanella i Bacon expressaran la ciutat des d'una òptica etiquetada d'utòpica en un moment en el que l'individu es troba immers en un moment de canvi religiós, científic i social importants, a les portes de l'era moderna.

Les utopies que apareixen entre el Renaixement i la Il·lustració són únicament models que no tenen una pretensió clara de motivar moviments socials. Més endavant, però, a partir de la revolució francesa, les utopies susciten moviments socials al voltant de manifestos<sup>67</sup>. Posteriorment apareixerà el *socialisme utòpic* (Saint-Simon, Fourier i Owen) i també el *socialisme científic*; aquest últim terme autodefinit per Marx i Engels en oposició al *socialisme utòpic*<sup>68</sup>.

### 1.2.2.1 La utopia: desig, descontentament i esperança

La utopia, tal i com la presentem aquí, la dotem de tres característiques que ens són útils per llegir les ciutats utòpiques de More, Campanella i, sobretot, la de Bacon. Més endavant també ens serviran per reflexionar sobre l'aspecte utòpic de la *ciutat hiperrealitzada* i sobre les diferències entre utopia i ciència-ficció.

La utopia, doncs, es nodreix essencialment de tres elements: el desig, el descontentament i l'esperança. I és necessari que es donin totes tres a la vegada per parlar d'utopia en el sentit que s'exposa en aquesta investigació. Dit d'una altra manera, parlarem d'utopia només quan es compleixin aquestes tres característiques.

El primer element és el desig. El desig configura un dels substrats essencials de la utopia i de l'ésser humà<sup>69</sup>. L'ésser humà desitja; encara que aquests desigs es trobin per sota l'horitzó i responguin més al gaudi que no pas a la transcendència o els grans ideals.

<sup>67</sup> Un exemple són les comunitats rurals anomenades falasteris inspirades en el socialista utòpic François Maria Charles Fourier (1772-1837) o també la ciutat ideal creada per Etienne Cabet (1788-1856) anomenada Icaria.

<sup>68</sup> Aquí fem referència a l'escepticisme adoptat per Marx i Engels davant el *socialisme utòpic* el qual titllen de fantasiós i poc realista perquè no parteix de l'estudi de les condicions materials i econòmiques de la societat sinó que el *socialisme utòpic* pretenia transformar la societat mitjançant reformes i educant els individus. En tant que el *socialisme utòpic* dibuixés una societat futura sense basar-se en la crítica real i radical, Marx i Engels entenen aquestes utopies en un sentit pejoratiu. D'aquí la necessitat de Marx i Engels de distingir-se de la resta amb el nom de *socialisme científic*. Végeu **ENGELS, F.** *Del socialismo utópico al socialismo científico*. Barcelona: DeBarris, 1998. No obstant això, Marx i Engels, han estat considerats utòpics malgrat que ells mai van descriure amb un relat utòpic la societat comunista que somiaven ja que de fer-ho així, la seva proposta no tindria rigor científic.

<sup>69</sup> "(...) el desig mai no deixarà de constituir una estructura de la configuració de la seva humanitat, que sempre caldrà actualitzar històricament en funció dels reptes de cada moment. Històricament, resulta molt clar que la disposició utòpica de l'ésser humà ha tingut la ciutat com a marc privilegiat, o, potser, també fóra adequat afirmar: allí on apareixen configuracions urbanes, al mateix temps, es dona una forma o altra d'utopia, de construcció simbòlica i social de la realitat mitjançant la capacitat desitjant de l'home". **DUCH, LI.** *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 434.

En la història de la filosofia occidental, el desig s'adscriu sovint al dualisme platònic que el contraposa a la raó<sup>70</sup>. Per això es relaciona tant amb l'aspecte irracional, amb l'instint, amb l'apetència i amb l'insconscient (S. Freud). I sovint es plantegen jocs d'equilibris entre la raó i el desig. De vegades, decantant un per sobre de l'altre com farà Plató i la raó il·lustrada. Tant en l'ànima humana com en la ciutat justa, dirà Plató, la raó ha de dominar el desig. En el contrapunt tenim l'irracionalisme. Una imatge descriptiva és la que expressa Dostoievski en una de les seves novel·les quan fa dir al seu protagonista que la raó no omple ni pot empresonar el desig de l'ésser humà<sup>71</sup>.

No entrarem ara a determinar el lloc precís que el desig ocupa en la vida humana, és suficient posar de manifest que el desig és intrínsec a la mateixa existència tal i com afirma el filòsof racionalista holandès Baruch Spinoza (1632-1677)<sup>72</sup> i que, per tant, el seu lloc és rellevant. I no ho és només pel fet que el desig sigui l'esforç d'ànima i cos per sobreviure en el món sinó perquè també és un element que ens condueix a l'acció. El desig, i també la raó, són els dos motors que Aristòtil apunta com accionadors de moviment<sup>73</sup>.

Així doncs, la utopia es recolza sobre el desig; un desig típicament humà, tan seu com propi a l'existència.

<sup>70</sup> "No sin razón, pues -dije-, juzgaremos que son dos cosas diferentes la una de la otra, llamando, a aquello con que razona, lo racional del alma, y a aquello con que desea y siente hambre y sed y queda perturbada por los demás apetitos, lo irracional y concupiscible, bien avenida con ciertos hartazgos y placeres. -No; es natural -dijo- que los consideremos así. -Dejemos, pues, definidas estas dos especies que se dan en el alma - seguí yo- [...]". **PLATÓ**. *La República* Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1969. p. 94-98. (en una altra versió **PLATÓ**. *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos, 1992. p. 232.)

<sup>71</sup> "La raó, senyors, és una bona cosa, això és indiscutible, però la raó no és res més que raó, i només satisfà la capacitat humana de raonar, mentre que el desig és la manifestació de tota la vida, de tota la vida humana, inclosos la raó i tots els impulsos" **DOSTOIEVSKI, F.** *Memòries del subsòl*. Barcelona: Destino, 2003. p. 64

<sup>72</sup> "Como el alma es necesariamente consciente de sí por medio de las ideas de las afecciones del cuerpo, es, por lo tanto consciente de su esfuerzo. Este esfuerzo, cuando se refiere al alma sola, se llama voluntad, pero cuando se refiere a la vez al alma y al cuerpo, se llama apetito; por ende, éste no es otra cosa que la esencia misma del hombre, de cuya naturaleza se siguen necesariamente aquellas cosas que sirven para su conservación, cosas que, por tanto, el hombre está determinado a realizar. Además, entre «apetito» y «deseo» no hay diferencia alguna, si no es la de que el «deseo» se refiere generalmente a los hombres, en cuanto que son conscientes de su apetito, y por ello puede definirse así: el deseo es el apetito acompañado de la conciencia del mismo". **SPINOZA, B.** *Ética III. Proposición IX*. Madrid: Editora Nacional, 1980. p. 193-194.

<sup>73</sup> "Dos de estas facultades, pues, la mente y el apetito, producen el movimiento en el espacio. Pero esta mente de que hablamos es la que hace sus planes guiada por un fin; es decir, la mente práctica; difiere de la mente especulativa o teórica en el fin que persigue. También todo apetito está dirigido a un fin, porque la cosa a que tiende el apetito es el punto de partida del pensar práctico, ya que el último paso del pensar práctico es el comienzo de la acción. Así, pues, estas dos facultades, el apetito y el pensar práctico, parecen considerarse razonablemente como las causas del movimiento, porque el objeto del apetito produce movimiento y consiguientemente el pensamiento produce movimiento, ya que el objeto del apetito es su comienzo. También la imaginación, cuando desencadena un movimiento, lo hace contando siempre con el apetito. Lo que mueve es, pues, una facultad única, la del apetito. [...] Ahora bien, los apetitos pueden entrar en colisión o conflicto entre sí, cosa que ocurre cuando y donde la razón y el deseo son opuestos, y ello ocurre en los seres que tienen sentido del tiempo: la mente, en efecto, nos mueve a resistir mirando al futuro, mientras que el deseo mira sólo al presente, porque lo que es momentáneamente agradable parece ser absolutamente agradable y absolutamente bueno, ya que el deseo no puede mirar al futuro". **ARISTÓTEL**. *Obras 433 a-b*. Madrid: Aguilar, 1973. p. 869. La visió d'Aristòtil sobre el desig no contempla la perspectiva de futur del desig la qual la considerem pal de paller per a la construcció de les utopies.

Existe el deseo de «ser algo por venir», de *porvenir*. Toda existencia humana se encuentra atravesada, de lado a lado, por el *sueño diurno*<sup>74</sup>.

Del mateix significat de la paraula desig en llatí (*desiderium*) sorgeix el segon element base de la utopia: el descontentament. *Desiderium* és el desig que tenim d'allò que ens falta<sup>75</sup>. Per tant, el desig sorgeix quan hi ha una carència. La utopia es construeix, doncs, sobre aquesta mancança; sobre l'experiència de l'absent. No només detectem el que falta sinó que ens neguem a acceptar aquest buit com a una situació permanent. En aquest sentit, la utopia és crítica amb la realitat. Al cap i a la fi, la utopia sorgeix de la negativa de l'ésser humà a acceptar el món (i l'ésser) com una cosa totalment tancada i finalitzada i de la tendència a modificar tot allò que no ens agrada o ens fa descontents.

La utopía, como ha descrito Claudio Magris, es inseparable del desencanto. Utopía significa negarse a aceptar las cosas tal como son (o como dicen que son), y luchar para que las cosas, los hechos, arrancándolos de su pastosidad, puedan llegar a ser otra cosa distinta<sup>76</sup>.

Les mateixes utopies del Renaixement, que veurem tot seguit, qüestionen en darrer terme l'ordre del seu temps, són crítiques alhora que plantegen un horitzó per adreçar-se. També el desencant de la democràcia atenesa empenyien els pensadors grecs a imaginar una ciutat ideal millor<sup>77</sup>.

La crítica és, doncs, lògicament inseparable de la utopia. Si el món fos tal i com ens agrada no caldria somiar-lo diferent. Per tant, tota utopia porta intrínsecament una crítica al món tal i com es viu. D'aquesta manera, moltes utopies, siguin enteses com a crítica social o com a model de futur, han desembocat en l'esperit revolucionari.

Tot i això, malgrat que l'escenari de l'existència sigui tràgic i no ens agradi, sempre queda un futur obert: una esperança. La utopia porta sempre en ella mateixa una esperança:

El desencanto es una forma irónica, melancólica y aguerrida de la esperanza; modera su *pathos* profético y generosamente optimista, que subestima fácilmente las pavorosas posibilidades de regresión, de discontinuidad, de trágica barbarie latentes en la historia. Tal vez no pueda existir un verdadero desencanto filosófico, sino sólo poético, porque

<sup>74</sup> MÈLICH, J. *Filosofía de la finitud*. Barcelona: Herder, 2002. p. 146.

<sup>75</sup> Com dirà Octavio Ianni, la utopia nega el present i el projecta cap a un futur sublimat pel que podria ser o pel que podria haver estat. En alguns casos s'idealitza el passat o en d'altres es projecta cap a un futur. La utopia sempre té a veure o bé amb l'escatologia o bé amb la nostàlgia. IANNI, O. *La sociología y el mundo moderno*. Mèxic: S. XXI, 2005. p. 236-258

<sup>76</sup> MÈLICH, J. *Filosofía de la finitud*. Barcelona: Herder, 2002. p.144.

<sup>77</sup> Vegeu. GÓMEZ, F.J. *Historia de la Grecia Antigua*. Madrid: Akal, 2001. p. 241-243.

solamente la poesía es capaz de representar las contradicciones sin resolverlas conceptualmente, sino componiéndolas en una unidad superior, elusiva y musical<sup>78</sup>.

El descontentament comporta, doncs, una alternativa que arriba de la mà de l'esperança. L'esperança és un dels conceptes fonamentals de la filosofia d'Ernst Bloch i el tercer element del substrat de la utopia. El sentit que el filòsof dóna a la paraula té més a veure amb el llenguatge de l'esperança que no pas amb la creació literària de mons o ciutats futures. El filòsof alemany construeix una escatologia secularitzada on el *principi d'esperança* és l'eix del seu pensament filosòfic<sup>79</sup>. D'aquesta forma, la utopia té una dimensió temporal i oberta del 'ara sí però encara no' originant així un accés obert a la potencialitat. L'esperança projecta l'ésser humà cap al futur. De la realitat concreta del *hic et nunc* s'allarga una mà cap al demà.

L'esperança, doncs, és la intenció que tinc cap a una possibilitat que encara no ha arribat a ser. En aquesta direcció, el materialisme de Bloch es basa en la potencialitat de la matèria en el sentit aristotèlic. D'aquí que l'autor desplegui una fenomenologia dels estats utòpics de la consciència i mostri tant d'interès pels desigs humans, pels «somnis diürns», pels mites col·lectius o per l'art d'avantguarda el qual l'interpreta com a activitat utòpica.

Que hom pugui, així, navegar en somnis, que siguin possibles els somnis diürns, sovint d'algun tipus totalment en descobert: això és el que fa recognoscible el gran lloc que té en l'home la vida encara oberta, encara incerta<sup>80</sup>.

La literatura utòpica (amb les seves imatges i descripcions) haurà de ser entesa com el llenguatge de l'esperança. No una esperança ingènua que espera allò impossible sinó una actitud present que desemboca en la creença d'un futur obert, d'un món que pot canviar cap a millor, d'una història humana que camina cap a un bé immutable; cap a un espai alliberat del mal.

La literatura serà l'eina per exterioritzar la utopia en tots els seus espectres: el desig, el descontentament crític i l'esperança. I no només això, sinó que la mateixa utopia relatada serveix de suport per seguir anhelant i seguir somiant:

Desde mi punto de vista, la literatura es la fuente de todo deseo. Si bien es pensable una literatura no utópica, resulta impensable una utopía sin literatura<sup>81</sup>.

<sup>78</sup> **MAGRIS, C.** *Utopía y desencanto. Historias, esperanzas e ilusiones de la modernidad.* Barcelona: Anagrama, 2001. p. 15.

<sup>79</sup> **BLOCH, E.** *El principio de la esperanza.* Madrid: Aguilar, 1977.

<sup>80</sup> **BLOCH, E.** *L'arc utopia-materia i altres escrits.* Barcelona: Laia, 1985. p. 152.

<sup>81</sup> **MÈLICH, J.** *Filosofía de la finitud.* Barcelona: Herder, 2002. p.151.

### 1.2.2.2 Utopia de Thomas More: llei natural i raó.

En el trazado de las calles se tuvo en cuenta no sólo la comodidad del tráfico, sino la protección contra los vientos. Las casas, en modo alguno sórdidas, están construidas frente a frente en larga y continuada serie. Separa sus fachadas una calle de veinte pies de ancho y a sus espaldas, a todo lo largo de la ciudad, se extiende un amplio huerto limitado en todos los sentidos por los muros exteriores<sup>82</sup>.

La primera utopia que presentem és la del polític i escriptor Thomas More (1478-1535) publicada l'any 1516 en llatí titulada: *De Optimo Reipublicae statu deque Nova Insula Utopia Libellus Vere Aureus*. La seva obra descriu un lloc fictici i il·lusori; un model d'estat ideal, una societat perfecta, on no hi ha propietat privada, on l'or no té cap valor ni hi ha pobresa i on es viu una tolerància religiosa exemplar. More és qui inventa la paraula 'utopia' com a topònim d'una illa ideal. El significat real de la paraula ens és força suggeridor; sobretot ens serà útil per parlar, més endavant, de la ciutat virtual. El mot, del grec *ou-topos*, vol dir 'no-lloc'. Així doncs, la utopia no té un emplaçament espacial ni temporal concret: és, en definitiva, aespacial i intemporal. La paraula també s'emparenta amb *eu-topia*, que vol dir 'lloc feliç'. La utopia, doncs, malgrat que no tingui un lloc i espai concrets, expressa allò desitjable però difícilment assolible. No és, doncs, més que un horitzó on dirigir-se.

En la ficción de la utopía original de Moro lo ideal existe ya de alguna manera en una isla lejana y ha sido visto por ojos humanos. El discurso en este sentido conlleva implicado el razonamiento de que se debería imitar el referido modelo<sup>83</sup>.

More basa la seva ciutat sobre dos pilars bàsics: la llei natural i la raó. Per tant, *Utopia* no és només la descripció d'un paisatge urbà detallat sinó que també descriu una manera d'organitzar la ciutat i la vida dels seus habitants segons un sistema moral i una ètica. La ciutat perfecte no és només el teló de fons d'un panorama idíl·lic sinó que s'introdueix en totes les facetes de la quotidianitat i com en cas de la *polis* grega en ella s'uneixen inseparablement ètica i ciutat.

Pròpiament, More no parla d'una ciutat sinó d'una illa plena de ciutats comunicades les unes amb les altres i d'una capital central: Amauroto. Totes les ciutats segueixen un mateix model: ciutats àmplies, de mida estandarditzada, emmurallades,

<sup>82</sup> MORO, T. "Utopía". A: MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F. *Utopias del Renacimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura económica, 1966. (3a. Ed). p. 79. Amb aquesta cita pretem il·lustrar la visió detallista de More i la seva *Utopia*.

<sup>83</sup> FRANK, E. M; FRITZIE P. M. (1979) *El pensamiento utópico en el mundo occidental. Antecedentes y nacimiento de la utopía (hasta el siglo XVI)*. Madrid: Taurus, 1984. p.19.

de planta quadrada, de sòl públic, governades per les mateixes lleis i amb un sistema econòmic basat en l'agricultura. Es treballa sis hores diàries dies alternats i es dedica el temps lliure a realitzar treballs públics i a cultivar l'esperit. Res no és casual sinó que tot ha estat planificat i pensat d'antuvi pel seu fundador Utopo.

La utopia de Thomas More, per tant, té un caràcter alhora polític i urbanístic. Políticament, l'ideal es cristal·litza en un sistema democràtic amb un monarca al capdavant que vetlla pel benestar material i espiritual dels seus habitants.

Urbanísticament, la construcció d'un entorn perfecte deslligat d'un temps i un espai concrets, té en compte tot allò que configura la societat i la manera d'organitzar-se. La ciutat utòpica, doncs, va més enllà del dibuix d'un paisatge ideal perquè penetra, fins i tot, en les relacions humanes dels ciutadans de la ciutat, en la seva vida quotidiana d'una manera descriptiva i visionària il·lustrant amb tot detall la ciutat ideal projectada. Per tant, la ciutat de Moro, és hereva de la ciutat clàssica que integra la *urbs* i la *civitas* i l'*ethos* com a costum i caràcter moral.

### 1.2.2.3 La Ciutat del Sol de Tommaso Campanella: la ciutat còsmica.

Una planta no florece si el Sol no la calienta de cerca. Las épocas proceden de las causas universales, es decir, de las celestes. Por eso, al actuar nosotros, lo hacemos bajo el influjo del cielo<sup>84</sup>.

Un altre relat utòpic del Renaixement és *La Ciutat del Sol* del monjo dominic Tommaso Campanella (1568 -1639) escrit l'any 1602 durant el seu empresonament sota l'acusació d'haver conspirat contra el virrei espanyol de Nàpols. L'obra, per aquest motiu, no es publica fins l'any 1623. El text tracta de la descripció d'una ciutat utòpica d'una complexió notòriament diferent a la de Thomas More.

La ciutat de Campanella s'erigeix a partir d'una concepció vertical del cosmos on la visió natural i religiosa impregna tot l'ordre social de la ciutat. Tots els afers de la vida quotidiana venen determinats des de més amunt; des de la perfecció del cel<sup>85</sup>.

<sup>84</sup> CAMPANELLA, T. "La Ciudad del Sol". A: MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F. *Utopias del Renacimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura económica, 1966. (3a. Ed). p. 198.

<sup>85</sup> El pensament arcaic percep la influència de la regularitat del cel sobre el pla terrestre i aquest fet dona lloc al càlcul per analogies, a la predicció i a l'astrologia. D'aquesta manera, el càlcul dels moviments celestes pren un caràcter religiós. La màxima expressió d'això el trobem a Babilònia. Els babilonis predeien tot tipus d'esdeveniments a partir de l'observació dels astres. Les tauletes astronòmiques dels babilonis donen lloc a una predicció de resultats en campanyes bèl·liques, del moment òptim per a l'entronització d'un rei, de les possibilitats de curació d'una malaltia.

Així mateix es planifiquen les ciutats babilòniques com a imitació de les ciutats celestes; és a dir, la configuració de la ciutat té el seu model en un mapa celeste. Aquest pensament per analogia arriba fins al punt que determinats minerals es relacionen amb planetes concrets i es combinen en l'alquímia per donar lloc a determinats efectes. L'alquimista babilònic creu en aquestes analogies i el coneixement exhaustiu d'elles li permeten un cert domini sobre el món. La interacció entre el cel i el terrestre no són per als babilonis merament un símbol sinó una connexió real. La realitat, precisament és conferida pel grau de cosmicitat perquè el cel és allò realment real: ontològicament superior. Vegeu ELÍADE, M. *Cosmología y alquímia babilónicas*. Barcelona: Paidós, 1993.



Ja des d'Aristòtil podem descobrir el gran valor que té el cel com a lloc incorruptible i etern; en contraposició amb la terra la qual està subjecta a tot allò accidental i subjecta al moviment i al canvi o, des d'una perspectiva escolàstica, a la contingència i a la corruptibilitat.

Aquesta dualitat ontològica que determina graus de realitat qualitativament diferents no és originària d'Aristòtil. En el pensament primitiu aquesta postura és una constant. L'home ha considerat el Cel com elevat, perfecte i transcendent durant el transcurs de la història i ha estat concebut com una cosa reveladora d'una sacralitat i d'una força inabastables per a l'ésser humà<sup>86</sup>.

Per aquests factors la regularitat del cel és el motiu pel qual els antics van arribar a donar més importància a allò celeste que a allò terrestre. El Cel era l'únic es revelava com regular i li garantia la vida i la fecunditat de la terra on vivia. I per això, com dirà William Cecil Dampier, durant molts segles l'astronomia era considerada la propietària del món<sup>87</sup>.

*La Ciutat de Sol*, recupera aquesta visió. La disposició de la ciutat, en tots els aspectes, ve donada pels astres que són qui determinen, fins i tot, la procreació, el naixement, la mort dels individus i dels Estats. Per aquest motiu, la planificació de la ciutat està organitzada en set cercles concèntrics immensos que corresponen als set planetes<sup>88</sup>.

D'aquesta manera, la naturalesa (entesa com a llei natural) és qui regula i soluciona les qüestions de la ciutat. El tipus de ciutat projectada per Campanella fa que la insignificant ciutat humana participi de la totalitat del cosmos; de l'univers. *La Ciutat del Sol*, doncs, es funda sobre els fonaments del mite, l'astrologia i la superstició així com també sobre la burocràcia racional. La racionalitat i la *superstició astrològica* esdevenen així els dos pilars sobre els quals es construeix aquest relat utòpic.

Per a Campanella «el món és dolent, va malament, la societat no funciona perquè res no és a seu lloc, perquè hi ha massa llibertat personal, massa atzars, massa casos especials, massa poc ordre. Per això cal administrar, regir i posar ordre pertot<sup>89</sup>. Aquesta idea, com veurem més endavant amb l'urbanisme del Renaixement, correspon a aquell desig platònic d'immutabilitat i estabilitat i també a l'actitud de

<sup>86</sup> ELÍADE, M. *Tratado de Historia de las religiones*. Madrid: Cristiandad, 2000.

<sup>87</sup> DAMPIER, W. C. *Historia de la ciencia y sus relaciones con la filosofía y la religión*. Madrid: Tecnos, 1986. En aquest sentit Mircea Eliade a 'Cosmología y Babilonia' assenyala que el pensament arcaic quan percep la influència de la regularitat del cel sobre tot allò terrestre dóna lloc al càlcul per analogies; a la predicció, i en resum a l'astrologia. Així mateix els càlculs dels moviments celestes prenen un caràcter religiós.

<sup>88</sup> Per a una descripció més detallada de la *Ciutat del Sol* llegiu GARCÍA, D. "Visualización pictórica en la utopía: la Ciudad del Sol de Tomasso Campanella como ciudad pintada" A: *Anales de la Historia del Arte*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid: 1999. p. 159-180.

<sup>89</sup> BLOCH, E. *La filosofía del Renacimiento*. Barcelona: Edicions 62, 1982. p. 85.

descontentament que hem apuntat en l'apartat anterior. El món utòpic mai no és insegur, mai no hi ha riscos perquè la raó ha posat tot al seu lloc i evita l'imprevisible.

Pel que fa a la descripció física, al centre de *La Ciutat del Sol* trobem el temple com a epicentre del qual parteixen els quatre eixos radials orientats cap als quatre eixos del món. No és casual. La planificació respon a un ordre astrocèntric vertical. Racionalitza un espai d'acord amb un ordre engendrat i legitimat pel pensament i el converteix en un espai simbòlic.

Això mateix passarà amb les formulacions urbanístiques de tots els temps. Aquest simbolisme s'exemplifica amb les escales d'una Església cristiana, amb la construcció de columnes sagrades, amb l'entronització d'un rei en un lloc alt, o amb l'ascensió d'un sacerdot-monarca a través d'un *ziggurat* babiloni, la qual cosa representa l'adquisició de poder per part del que forma part de les regions elevades i celestes.

Sigui com sigui, tant en el cas de Thomas More com en el de Tommaso Campanella no només es descriu un espai físic sinó també un mapa mental que construeix un ordre social i moral ideal regit per la propietat comunal i l'abolició de la propietat privada, per uns jocs de poder legitimats a partir d'una idea determinada idea de justícia. A la *Ciutat del Sol* l'ordre social està detalladament descrit: els vestits, el menjar, el treball, l'educació, la política, les festivitats, la creença, etc.

More i Campanella necessiten un suport físic per sostenir aquestes propostes socials i dotar-les d'un cert realisme. Aquest suport és la morfologia de la ciutat amb els seus traçats i plantes i les seves dimensions *humanes* que són fruit del pensament del seu temps on l'ésser humà és la mesura de totes les coses. Per això, ambdós autors esbossen amb el pensament ciutats de dimensions grans però no exagerades que encara permeten el contacte interpersonal fluid entre els seus habitants tal i com també passava amb la *polis* grega; la qual tenia una mida que permetia, com hem dit abans, el coneixement personal de tots membres de la comunitat<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> **ARISTÒTIL.** *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 159. Aquest coneixement entre ciutadans era imprescindible per distribuir els càrrecs públics segons els mèrits de cadascú. Per Aristòtil, la desconexió entre ciutadans provocava un mal exercici de l'administració i del Dret.

### 1.2.2.4 La Nova Atlantis de Francis Bacon i un nou lloc per la utopia

En la actualitat, si queremos una representación de la ciudad «Ideal» y de sus relaciones con el universo, no habría que buscar esta imagen entre los filosofos, y mucho menos en la visión analítica que recorta en fracciones, en sectores, en relaciones, en correlaciones, la realidad urbana. La representación nos la aportan, precisamente, los autores de ciencia-ficción. En las novelas de ciencia ficción han sido respetadas todas las variantes posibles e imposibles de la futura realidad urbana<sup>91</sup>.

Entre l'any 1614 i 1617 Francis Bacon (1561-1626) escriu un petit tractat titulat *Nova Atlantis* que és considerada la primera utopia tècnica o, el que alguns en diran, la primera obra de ciència-ficció. S'inspira en una illa dotada d'una organització social orientada cap al descobriment, la recerca i la invenció. La *Nova Atlántida* remet al continent enfonsat del que parla Plató; un lloc on tothom és feliç i gaudeix de tot tipus d'artilugis inventats com ara el submarí, l'avió o el micròfon<sup>92</sup>.

Implícit, en la seva obra, destaca l'interès per l'encaix de la ciència en la vida humana i el vot optimista a favor de la tècnica al mateix temps que mostra el desig d'una transformació social en el terreny pedagògic, polític i religiós. Bacon no descriu físicament la ciutat utòpica com ara More o Campanella, ni dedica esforços a especificar els trets de l'economia o la societat. Els carrers plens d'alegria i d'ordre<sup>93</sup> són de les poques coses descrites perquè Bacon es centra en la Casa de Salomó «dedicada a l'estudi de les obres i criatures de Déu»<sup>94</sup>.

Bacon desplega tota la seva imaginació en el terreny de la ciència i la conquesta de la Natura per part de l'ésser humà. La utopia de Bacon implica, per una banda, el desig de conèixer i comprendre racionalment el món (ciència) i, d'altra banda, la voluntat de canviar l'entorn per satisfer les pròpies necessitats i desigs (tècnica i tecnologia):

El objeto de nuestra fundación es el conocimiento de las causas y secretas nociones de las cosas y el engrandecimiento de los límites de la mente humana para la realización de todas las cosas posibles<sup>95</sup>.

<sup>91</sup> LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1969. p. 141

<sup>92</sup> Per a d'altres artilugis ideats per Bacon llegiu de la pàgina 262 a la 273 de **BACON, F.** "Nueva Atlántida". A: **MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F.** *Utopias del Renacimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1966. (3a. Ed)

<sup>93</sup> **BACON, F.** "Nueva Atlántida". A: **MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F.** *Utopias del Renacimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura económica, 1966. (3a. Ed) "En la calle reinaba un orden perfecto, tanto que nunca ningún ejército podía haber presentado sus hombre en mejor orden que el que guardaba su pueblo". p. 262

<sup>94</sup> **BACON, F.** "Nueva Atlántida". A: **MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F.** *Utopias del Renacimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura económica. p. 252.

<sup>95</sup> **BACON, F.** "Nueva Atlántida". A: **MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F.** *Utopias del Renacimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura económica, 1966. (3a. Ed). p. 263. És important retenir aquest aspecte. La tècnica és el contrari de l'adaptació de l'individu al medi sinó que és, com dirà Ortega y Gasset, l'adaptació del medi al subjecte. Vegeu

Ens trobem, doncs, amb una utopia que conté el germen d'un element indispensable per l'estudi de les ciutats contemporànies occidentals: la tecnologia. La utopia de Bacon recull la concepció actual de ciència nascuda també amb Galileo Galilei, Newton, les investigacions objectives i experimentals del mètode clàssic d'observació, formulació d'hipòtesis i comprovació d'aquestes hipòtesis. Una concepció que comença a vincular la ciència amb la tècnica. En època clàssica i medieval la ciència i la tècnica anaven per separat. La ciència tenia per objectiu conèixer el món i la tècnica satisfer les necessitats i desigs. La ciència era terreny del filòsof mentre que la tècnica era l'art de l'artesà. La *Nova Atlàntida* de Bacon es redacta des d'una nova visió de ciència vinculada a la tècnica que trenca amb la perspectiva tradicional:

A més, les ciències que hem rebut de la tradició es troben en la situació següent: són estèrils d'obres, plenes de qüestions, lentes i desesmades en els avenços; en el conjunt apareten perfecció, però en les parts estan mal construïdes; per la seva acceptació resulten populars, però són sospitoses als autors mateixos i, en conseqüència, estan proveïdes d'artificis i en fan ostentació<sup>96</sup>.

Bacon instrumentalitza la ciència perquè el coneixement del món ha de servir per transformar-lo, per satisfer els desigs i les necessitats<sup>97</sup>. D'aquesta manera, la utopia de Bacon és fruit d'una mentalitat científico-tècnica, diferent de la de More o Campanella i que ha estat narrada des del gènere de la ciència-ficció.

Abans de continuar, resulta necessària la diferenciació entre utopia i ciència-ficció. Ambdues treballen dins el perímetre ficcional; imaginem i sorgeixen del pensar. No obstant això, no tot relat de ciència-ficció és una utopia.

El cas de la *Nova Atlàntida* és un exemple d'utopia narrada des de la ciència-ficció. La utopia de Bacon apunta un horitzó on dirigir-se. No és simplement una predicció de futur sinó l'expressió d'un desig i una esperança que respon a la realitat de l'*hic et nunc* del context de l'autor. Participa, doncs, de les tres característiques de la utopia assenyalades anteriorment.

La *Nova Atlàntida*, així doncs, és una escapada cap endavant, una projecció de l'ara i aquí cap a un futur desitjable però difícilment assolible. L'autor imagina un món ideal on la tècnica ha resolt els problemes del present. Si focalitzem la nostra atenció únicament en el resultat de la inventiva dels habitants de la *Nova Atlàntida* transitarem

**ORTEGA Y GASSET.** *Meditación de la técnica y otros ensayos sobre ciencia y filosofía.* Madrid: Revista de Occidente en Alianza Editorial, 1982. p.31.

<sup>96</sup> **BACON,** F. *Novum organum.* Barcelona: Laia, 1987. p. 45.

<sup>97</sup> La ciència està, doncs, associada al desig de l'ésser humà de 'conèixer' mentre que la tècnica i la tecnologia estan associades a la voluntat de l'ésser humà de 'fer'.

pel terreny de la ciència-ficció. Es tractarà de fer previsió i d'anticipar-nos als fets i a les tecnologies que s'esdevindran en el futur. Es tractarà d'imaginar les possibilitats de la tècnica sense un marc de sentit on ubicar-la.

Però si, d'altra banda, subratllem el caràcter implícit del desig, l'esperança i el descontentament de *Nova Atlàntida*, estarem en l'àmbit de la utopia. Allò important no és la predicció d'uns nous artefactes sinó la visió positiva i esperançada del futur que respon a la nostra tendència al ben-estar en el món; a l'*eudaimonia*.

Així doncs, el gènere de ciència-ficció no exigeix necessàriament cap projecció positiva dels nostres desigs o mons ideals sinó que amb la ciència-ficció fem l'exercici d'imaginar des d'un present concret un futur que pot ser ideal o no, esperançat o desesperançat que pot prescindir de qualsevol concepció ideal del món. Dins la ciència-ficció també hi ha multitud de relats *distòpics* o *antiutòpics*.

La ciència-ficció traça una via possible des del present intentant avançar-se als esdeveniments del futur. Com a gènere literari, la ciència-ficció està totalment sotmès al present en tant que previsiona un futur exacte respecte el present. La utopia, tanmateix, és intemporal i ucrònica i no cal que se situï necessàriament en el futur. Allò important no és quan passi ni on passi sinó mostrar allò que desitgem; el destí on dirigir-se. La utopia està tintada *per se* d'existència, de pors, de neguits, de crítica, de desig i d'esperança.

L'obra de Bacon, doncs, se serveix de la ciència-ficció per narrar la seva utopia; una utopia que té, d'altra banda, especialment significació en el context històric contemporani. Anys després de la redacció de la *Nova Atlantis*, durant els segles XIX i XX, les societats occidentals es tecnifiquen i descobreixen l'abast de la tecnologia, l'electricitat, els grans edificis, les telecomunicacions però alhora que aquestes tecnologies no van acompanyades d'una millora en la realització de la vida humana. La tecnologia no ens fa més humans, ni millors, ni més feliços. Tanmateix, la barbàrie de la primera i la segona guerra mundial consolida aquest escepticisme davant la tecnologia que sota el paraigües del progrés es va utilitzar per matar milions de persones. Com dirà Max Horkheimer, la tecnologia (la màquina) conté en ella mateixa tant de poder constructiu com destructiu<sup>98</sup>.

La tecnologia, com a resultat de relacionar la ciència i la tècnica amb l'estructura econòmica i sociocultural du implícits determinats valors que no permeten que puguem concebre la tecnologia com a social o políticament neutra.

Per això, alguns crítics com els de l'Escola de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Benjamin, Marcuse o Habermas) elaboren una extensa literatura que parla d'una

<sup>98</sup> HORKHEIMER, M. *Sobre el concepto del hombre y otros ensayos*. Buenos Aires: Sur, 1970. p. 31.

societat científic-tècnica que aixafa tota idea utòpica que no coincideixi amb la lògica del creixement i la funcionalitat pròpies del capitalisme.

A més a més, el fracàs de la temptativa de canvi social el maig del seixanta-vuit i les crisis de la dècada dels setanta i vuitanta no van fer més que consolidar el tancament de l'horitzó utòpic, polític i social i la sensació d'haver exterminat les utopies socials:

Ha habido momentos en que los tonos apocalípticos predominantes nos han convencido de que ese «océano sin nombre» del que, según E. Bloch, nace la utopía, se había secado. El desarrollo científico-técnico parecía que conducía inevitablemente a la muerte<sup>99</sup>.

I certament, s'ha escrit molt sobre la fi de la història, la fi dels grans relats (J.F. Lyotard), l'adveniment del pensament feble (G. Vattimo), del debilitament o desaparició de la utopia... Sota l'epígraf de la *postmodernitat* sembla que ja ningú somia.

(...) nadie piensa ni en la ciudad ideal, ni en lo que la ciudad real está pasando a ser a su alrededor. La utopía se vincula a múltiples realidades, más o menos lejanas, más o menos conocidas, desconocidas, mal conocidas. No se vinculan ya a la vida real y cotidiana. No nace ya en las ausencias y lagunas que caracterizan cruelmente la realidad circundante. La mirada se aparta, deja el horizonte, se pierde en las nubes, en otra parte. Hasta tal punto es poderoso el desvío de las ideologías, en el instante exacto en que no se cree ya en la ideología, sino en el realismo y el racionalismo<sup>100</sup>.

L'horitzó s'esborra, però, reforçant el que ja hem escrit més amunt, la utopia segueix latent en la condició humana malgrat que pugui semblar el contrari. El context és diferent, i la utopia pren altres formes perquè, com dirà Bloch, cada utopia té un itinerari propi<sup>101</sup>. Les temàtiques constants de les utopies continuen resistint: desig d'immortalitat, de no sofrir, de ser jove eternament, desig de felicitat, desig de ser Déu, desig de justícia, desig de pau, desig de bondat i de Bé. La manera com s'expressa la utopia i el lloc per fer-ho pot variar en la història però l'essència, finalment, sempre és la mateixa.

Per això sembla massa agosarat afirmar la mort de la utopia com defensava, per exemple, Francis Fukuyama<sup>102</sup>. En tot cas podríem dir que la utopia, en el sentit que en parlaven els membres de l'escola de Frankfurt, ha desaparegut però encara hi ha

<sup>99</sup> **MARDONES, J.M.** "El impacto de las nuevas tecnologías sobre la utopía". A: **AUBACH, M.T.** [et al.] *Utopía y postmodernidad*. Universidad Pontificia de Salamanca. Catedra Herrera Oria. Salamanca: 1986. p. 69.  
Ernst Bloch, fent referència a la *Nova Atlantis* de Bacon que "*la utopia tècnica havia de ser seguida d'una utopia social, la qual cosa malauradament no passà d'ésser un projecte*". **BLOCH, E.** *La filosofía del Renacimiento*. Barcelona: Edicions 62, 1982. p. 138.

<sup>100</sup> **LEFEBVRE, H.** *El derecho a la ciudad*. Barcelona: ediciones península, 1978. (4t ed) p. 145.

<sup>101</sup> **BLOCH, E.** *El principio de la esperanza*. Madrid: Aguilar, 1977 p.14.

<sup>102</sup> **FUKUYAMA, F.** *El Fin de la historia y el último hombre*. Barcelona: Planeta, 1992.

desig, esperança i malcontentament en el cor humà. Podríem preguntar-nos, llavors, si potser la utopia en lloc de *desaparèixer* s'ha traslladat a un altre suport i es relata des d'un altre púlpit.

En aquest sentit, la revolució silenciosa microelectrònica i digital<sup>103</sup> ha expandit, segons J.M. Mardones, la capacitat mental humana fins a límits insospitats. Les noves tecnologies generen somnis a la societat. La categoria «*novum*», com va dir Bloch, ens introdueix en l'univers utòpic... I què és la ciència-ficció sinó somniar o malsomniar? En aquesta direcció, les noves tecnologies ens conviden a imaginar un nou futur per a la humanitat:

Los proyectos socio-políticos que van ligados a las nuevas tecnologías expresan los deseos inhibidos, las esperanzas tantas veces frustradas, pero irreprimibles de las generaciones humanas que claman por su realización. (...) la nueva revolución tecnológica constituye la matriz nutriente de las utopías socio-políticas de nuestro hoy socio-histórico<sup>104</sup>.

Les tecnologies, doncs, s'han convertit en un nou lloc de creixement de les utopies socials: un nou suport amb un nou llenguatge. Un exemple de la tecnologia com a dipositària de les utopies socials és el que exposa Mardones amb la Computopia del professor japonès Yoneji Masuda per referir-se a la visió d'una societat informatitzada que el govern japonès volia aplicar per l'any 2000<sup>105</sup> però en podem afegir moltes més sobretot, i com veurem més endavant, a partir de la xarxa Internet.

Esperançats en la tecnologia com a resposta dels problemes de la societat actual autors com ara William J. Mitchell, N. Negroponte o H. Rheingold troben en les noves tecnologies la solució a diverses problemàtiques del món contemporani. Mentre que, a l'altra cara de la moneda, encara continuen vigents moltes de les crítiques de l'Escola de Frankfurt manifestades sota la reticència i el temor del domini de la tècnica sobre l'ésser humà a través d'autors contemporanis com ara J. Baudrillard, P. Virilio o N. Postman.

<sup>103</sup> Digital és la informació traduïda i codificada en dígitos. Imatges i missatges poden ser traduïts digitalment i traduir-se i copiar-se indefinidament sense perdre informació.

<sup>104</sup> **MARDONES, J.M.** "El impacto de las nuevas tecnologías sobre la utopía". A: **AUBACH, M.T.** [et al.] *Utopía y postmodernidad*. Universidad Pontificia de Salamanca. Catedra Herrera Oria. Salamanca: 1986. p. 72-73.

<sup>105</sup> Aquesta societat tindria les següents característiques: 1) Una societat en la que cada individu persegueix i aconsegueix valors temporals: és a dir, tenir temps lliure, reduir temps de treball (Marx). El temps i el seu ús és el camp on l'individu actua i s'autorealitza. Les TIC ens proporcionaran més temps lliure. 2) Una societat amb llibertat de decisió i igualtat d'oportunitats. Llibertat per utilitzar el temps que se'ns dona; llibertat per decidir i realitzar-se. Igualtat d'oportunitats per aconseguir els seus objectius. 3) Una societat on floreixin diverses comunitats voluntàries. Y. Masuda creu en la possibilitat d'una humanitat educada i amb sentit comunitari. A mode d'esquema podríem sintetitzar-ho de la següent manera: + informació = + educació, + creativitat intel·lectual. I també + comunicació = + participació, + comunitats, + interacció. 4) La societat informatitzada serà la realització de societats sinèrgiques interdependents. ('Sinèrgica' en el sentit de comunitat que coopera per arribar a complir un objectiu comú). Societat on es treballa conjuntament per produir i compartir. 5) La societat futura solidària, serà també la realització de societats lliures del poder dominant. 6) La societat informatitzada significarà el renaixement del sinèrgisme teològic entre ésser humà i l'ésser suprem. L'ideal és harmonitzar l'ésser humà i la natura per construir un món sinèrgic. Introducció d'una religió ecològica, sinèrgica o al regne de Déu.

Davant de la tecnologia (i més concretament de la tecnocràcia) apareixen doncs, tecnòfobs i tecnòfils<sup>106</sup>. Segurament, els incondicionals de la tecnologia i de la ciència són més propensos a la dipositar els seus plantejaments utòpics en les noves tecnologies com manifesta Neil Postman en la seva *Tecnòpoli*<sup>107</sup>. En el fons queda implícita una certa confiança en la tecnologia com a drecera per aconseguir una societat més igualitària, democràtica, justa i lliure<sup>108</sup>.

D'altra banda, les postures més escèptiques i reticents s'emmarquen en el concepte de *distopia*<sup>109</sup>. Les noves tecnologies han creat espais de segregació, fragmentació i aïllament de l'individu. A més a més, es postula que darrera d'aquestes tecnologies teòricament neutrals s'hi amaguen ideologies i interessos polítics malintencionats com assenyalarà Lewis Mumford amb la neutralitat fal·laç de la tècnica o Jürgen Habermas quan resseguint la crítica que fa Herbert Marcuse a Max Weber respecte el concepte de *racionalització*, identifica la ciència i la tècnica amb la ideologia. La tecnologia porta en ella mateixa un contingut ideològic que dirigeix la nostra manera de veure el món:

Nosotros hemos seguido este proceso de «racionalización desde arriba» hasta el punto en que la ciencia y la técnica mismas, en la forma de una conciencia positivista imperante - articulada como conciencia tecnocrática- asumen el papel de una ideología que sustituye a las ideologías burguesas destruidas. Es el punto a que se llega con la crítica de las ideologías burguesas: y aquí es donde radica el origen de esa equivocidad en el concepto de racionalización. Esa equivocidad fue diagnosticada por Horkheimer y Adorno como dialéctica de la ilustración, y la tesis de la dialéctica de la ilustración queda extremada por

<sup>106</sup> Carl Mitcham distingeix tres etapes de la concepció filosòfica de la tècnica: l'escepticisme antic, l'optimisme del Renaixement i la Il·lustració i, per últim, una etapa on es percep la tècnica com a inquietant; el desassossec romàntic i la percepció de l'ambigüitat de la tècnica que comporten tant aspectes positius com negatius. MITCHAM, C. "Tres formas de ser con la tecnología". *Anthropos* (1989), núm 94/95, p. 13-26. La concepció escèptica es basa en la distinció entre el coneixement de la veritat (*episteme*) i el saber empíric (*techne*). Per això es genera un cert mite teorista; es valora més la teoria que no pas els substrats empírics de la tècnica. D'altra banda, la tècnica genera una certa suspicàcia perquè és considerada un afer extralimitat de la condició natural humana i que promou la vanitat de l'ésser humà, la il·lusió del control de la natura. Aquesta visió escèptica de la tècnica s'allarga fins a l'època medieval i travessa amb d'altres formulacions l'era moderna fins a l'actualitat.

<sup>107</sup> "Els que se senten més còmodes a tecnòpolis són els que estan convençuts que el progrés tècnic és l'assoliment suprem de la humanitat i l'instrument que pot resoldre els dilemes més profunds que tenim". POSTMAN, N. *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994. p. 83.

<sup>108</sup> Anys després Aldous Huxley publica la seva obra *Un món feliç* (1932) on es descriu una societat tecnocràtica contrària a la utòpica de Bacon. L'autor fa ironia literària sobre aquest optimisme en la tecnologia i elabora una *contrautopia* o *distopia*: una utopia negativa (una no-utopia) que descriu un món no desitjat, una societat contrària a la ideal. La *distopia*, per tant, no conté esperança, és un diagnòstic del present que mostra una societat decadent que impossibilita la felicitat de cap individu. La *distopia* descriu un temps sense horitzó que acostuma a desembocar en una societat nihilista. Més endavant, en l'últim bloc dedicat a la *ciutat hiperrealitzada* aprofundirem una mica més sobre la utopia i la tecnologia.

<sup>109</sup> O també es parla d'Atopies que són els "espais que no es converteixen en llocs concrets però que tampoc podem considerar utòpics. No els podem atènyer, sinó que han quedar darrere de la nostra experiència i, si bé ja no sembla possible tornar-hi, tampoc no se'ns dibuixen, com una meta, al firmament. Potser el que avui habitem no és necessàriament una ciutat, sinó un estadi posterior en què, d'altra banda, fora de l'experiència urbana, ja no queda gairebé res. No obstant això, cada vegada és més difícil retrobar la civitas enmig de tanta urbs". NUEZ, I.; RAMONEDA, J. *Atopia. Art i ciutat al segle XXI*. Barcelona: CCCB, 2010.



Marcuse en la tesis de que la ciencia y la técnica se convierten ellas mismas en ideológicas<sup>110</sup>.

La tecnologia, doncs, no és neutre; en ella trobem implícita una manera de veure el món o una ideologia. La tecnologia ha estat creada des del pensament i alhora modifica el nostre pensament. La tecnologia respon a necessitats i desigs, a la voluntat de l'enginy humà; són construccions d'una lògica determinada i no d'una altra i, per tant, llenguatges del món. I en tant que llenguatges que responen a uns desig són susceptibles d'esdevenir receptacle i element de construcció de la utopia.

Els nous invents, tanmateix, fan possibles nous somnis, noves maneres de resoldre els problemes de la ciutat i del món. L'obra de Bacon, doncs, entroncarà amb la visió (optimista) tecnològica de la ciutat. La ciutat tecnològica basada principalment, i segles després de *Nova Atlàntida*, en les tecnologies de la informació. És per això, que la utopia dibuixada per Bacon pren significat especialment en la *ciutat hiperrealitzada*, la qual es sustenta i es somia dins el marc de les noves tecnologies.

Unes tecnologies que permeten el globalisme i la cristal·lització de la *utopia liberal* (iniciada de Locke a Stuart Mill passant per Tocqueville i els nous pensadors neoliberals) d'una ciutat ideal global, on tenen prevalença l'individu i l'individualisme, la propietat, la competència i la racionalització, el progrés, el capitalisme, la llibertat i el mercat<sup>111</sup>. Però que també poden suposar la distopia expressada, per exemple, en novel·les del romanticisme o en manifestacions més modernes com ara la cèlebre pel·lícula *Metròpolis* dirigida per Fritz Lang (1927) o la novel·la d'Aldous Huxley titulada *Un món feliç* (1932); on la tècnica, la ciència i la raó instrumental dominen l'individu, segreguen la societat conformant un escenari infaust per a l'individu modern i contemporani.

<sup>110</sup> **HABERMAS, J.** *Ciencia y técnica como 'ideología'*. Madrid: Tecnos, 2002 (4ª ed). p. 102. De fet, la tècnica, l'art, la ciutat i qualsevol elaboració humana porta en ella mateixa ideologia. Vegeu **MARCUSE, P.** "¿Qué es exactamente una ciudad?". *Revista de Occidente* (2004), núm. 275, p. 7-23. El mateix llenguatge és, com diu Postman, ideologia en tant que artífici humà: "Si definim la ideologia com un conjunt d'assumpcions de les quals gairebé no som conscients però que no obstant això dirigeixen els nostres esforços per donar forma i coherència al món, llavors els nostre instrument ideològic més poderós és la tecnologia de la llengua mateixa. La llengua és pura ideologia". **POSTMAN, N.** *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994. p. 139.

<sup>111</sup> "En el horizonte del globalismo donde el neoliberalismo visualiza el «nuevo orden económico mundial», «la aldea global», «la Tierra-patria», «la disolución de la geografía», «el fin de la historia». Tras unos cuantos decenios, el mundo es visto como si fuese una vasta ciudad, un mundo totalmente urbanizado, industrializado, mercantilizado, una fábrica global, un 'shopping center' global, poblado por ciudades globales". **IANNI, O.** *La sociología y el mundo moderno*. Mèxic: S. XXI, 2005. p. 239.

### 1.3 La ciutat projectada des les cosmovisions.

Coincidint amb la *Nova Atlàntida* de Bacon, durant els segles XVI i XVII es va iniciar un procés de substitució de l'antiga noció de «ciència creada» per la de Naturalesa com a màquina. El coneixement del món (de la Natura) que formulava la ciència de Galileu i Newton es va començar a expressar a través de lleis mecàniques. Eren els inicis de la ciència moderna; una ciència encara vinculada al transcendent i a la comprensió de l'univers a través de lleis mecàniques que prenien el seu sentit ple davant d'un Déu creador.

Més endavant, durant el segle XVIII es va iniciar un procés de secularització de la Natura i es va començar a creure en una naturalesa independent de Déu: el mecanicisme s'aniria convertint en materialisme i, fins i tot, l'ésser humà es començaria a entendre des de la medicina i la filosofia com una màquina<sup>112</sup>.

Al mateix temps es va originar la rèplica del romanticisme alemany amb Novalis, Schelling i Goethe els quals tornen a explicar la Naturalesa des del vitalisme, el sentiment i la idealització. La filosofia de la Natura es desenvolupa a partir del romanticisme i de l'idealisme, sobretot, amb la figura destacada de F.W.J. Schelling (1775-1854) que proposa un model organicista on l'ésser humà i la divinitat s'uneixen a través de la Natura<sup>113</sup>.

D'aquesta manera, apareixen ja manifestament les dues grans tendències que determinaran qualsevol discurs que es faci sobre la ciutat i que es declaren en tensió contínua en diversos contextos de la història però molt especialment en l'era moderna amb el procés iniciat per la ciència, i el mecanicisme i la rèplica de l'organicisme.

Aquestes concepcions del món, que són transversals en tota reflexió sobre la ciutat, les hem etiquetades sota dos epígrafs: per una banda, l'«organicisme / holisme» i, d'altra banda, el «mecanicisme/individualisme». Ambdues cosmovisions<sup>114</sup> són l'equació resultant de la nostra manera d'estar-en-el-món; de la nostra manera de

<sup>112</sup> Llegiu, per exemple l'obra del el metge i filòsof francès Julien Offroy de La Mettrie (1709-1751). **DE LA METTRIE, J. O.** *L'home màquina*. Barcelona: Laia, 1983.

<sup>113</sup> Lluís Duch assenyala un aspecte interessant; les cultures que abandonen la història sovint tendeixen a un retorn a la natura; un altre tipus d'història sagrada: "*En efecte, el «retorn a la natura» s'esdevé quan una determinada societat «renega» de la història i s'inclina, més aviat, per una mena o altra d'«història sagrada».* Això és, a grans trets, allò que ara mateix està passant en el si de la nostra cultura. Retorn al mite (a la natura) i bandejament de la història són moviments simultanis". **DUCH, LI.** *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 145.

<sup>114</sup> Per cosmovisió entenem la visió global del món, la imatge del món i de l'univers que cada individu o societat té. No es tracta d'una perspectiva exclusivament teòrica sinó també vital que serveix de marc orientatiu per a l'acció pràctica.

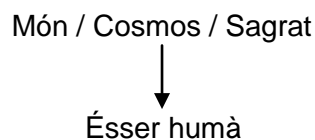
relacionar-nos amb l'alteritat, amb l'entorn i amb la Natura; una relació, en definitiva, que desemboca en una postura ètica concreta<sup>115</sup>.

Hem atribuït a aquestes dues cosmovisions la *funció morfosintàctica* dels discursos de la ciutat. És a dir que a partir de cadascuna d'aquestes visions es construeixen mons i discursos sobre l'individu i el col·lectiu en relació a la Natura, al món i a l'univers. Aquests discursos no només són maneres de veure's en el món sinó que són maneres d'*estar-en-el-món*, d'*habitar* en el món, de viure-hi amb la connotació fortament ètica que això representa. Per això, les situem com una morfosintaxi a voltes oculta a voltes visible que determina la nostra relació amb els elements, amb els conceptes i amb les idees sobre el món.

L'organicisme-holisme per una banda i el mecanicisme-individualisme per l'altra són les dues grans claus de comprensió sobre la ciutat i sobre *allò urbà*. Aquestes dues concepcions i les seves ètiques conseqüents tenen la seva traducció en la fesomia de les societats (*civitas*) i de les ciutats (*urbs*); és a dir, en la manera de viure dels ciutadans, en la relació entre individus, en el dret, en la política i en l'economia però també en els traçats urbanístics i en les seves edificacions i arquitectura.

### 1.3.1 Organicisme-holisme

Per una banda, i a grans trets, en una societat que parteix de la concepció holística del món descobrim la precedència lògica i axiològica del *tot* sobre la *part* (el que anomenem una 'visió orgànica'). És a dir, el valor de l'individu és atribuït pel 'tot' entenent per aquest 'tot' l'Estat, el món, Déu o l'Univers. El centre del món en aquest tipus de societat no és l'ésser humà sinó el *cosmos*, la transcendència o la Natura. Ens trobem, doncs, amb un esquema vertical on el sentit i la raó de l'individu prové d'un *tot* que supera per grandària o importància l'ésser humà.



D'aquesta manera, el sentit de la *cultura* generada per la perspectiva holística està construïda en referència al *cosmos*; tal i com podem observar a *De civitate Dei* de Sant Agustí o a la *Ciutat del sol* de Campanella on tota l'organització de la vida quotidiana estava orientada pels astres. Per aquest motiu, en la perspectiva holística,

<sup>115</sup> La relació entre que estableix l'ésser humà amb la natura és una relació ètica. LA TORRE, M.A. *Ecología y moral*. Bilbao: Desclée de Brouwer, 1993.

la constitució de la societat és un producte *natural* i espontani fruit dels designis de l'univers o d'una voluntat divina o, en tot cas, la legitimació d'un l'ordre establert per designació divina i la cristallització d'aquest ordre en l'organització de la ciutat.

Aquesta cosmovisió, doncs, planteja una relació amb la Natura entenent-la com alterirat; com al que en termes buberians en diríem un *Tu* (i no pas un *Allò*) o, com «un jo que no sóc jo» (J. P. Sartre) sinó un altre.

La moral i l'ètica<sup>116</sup> que es desprèn d'aquesta perspectiva, impulsen l'ésser humà a viure adaptat al medi en concordança amb ell i, per tant, l'arquitectura i l'urbanisme resultants seran ajustats al medi, poc agressius i integradors. Dins d'aquesta concepció s'hi encabeixen totes les perspectives ecològiques contemporànies, els panteïsmes religiosos i les concepcions sagrades de la Natura expressada en multitud d'etnografies i estudis antropològics, com ara en les notes que fan referència a les religions de la reencarnació (sobretot l'Hinduisme i el Budisme) o en religions africanes tradicionals on el sol, la lluna, les estrelles, el vent, el cel, les muntanyes, el foc, els rius, els arbres i fins i tot les roques són manifestacions de la divinitat i, per tant, l'alteritat<sup>117</sup>.

### 1.3.2 Mecanicisme-individualisme

D'altra banda, en el model d'una societat individualista observem una precedència de la *part* (l'individu) sobre el *tot* (el que s'anomena una «visió mecànica»). L'individu és un valor per ell mateix i, a més a més, es configura com a entitat bàsica de qualsevol agrupació o societat humana. L'individu no pot ser dividit en cap altre ésser més bàsic i el seu valor no és conferit pel col·lectiu ni per cap tipus de relació còsmica o divina sinó per ell mateix.

Pel que fa a l'aspecte ètic i social, l'individu i els seus drets es consideren com el valor suprem enfront de qualsevol domini de les formes col·lectives d'organització social com ara l'Estat o d'altres institucions. Ens trobem, doncs, dins un esquema antropocèntric horitzontal on cada element té el mateix valor que l'altre en una relació d'igualtat.

<sup>116</sup> Distingim entre ètica i moral entenent la moral com un tipus de conducta (vessant pràctica) i entenent la ètica com una reflexió filosòfica (teoria).

<sup>117</sup> Sobre Àfrica i la religiositat hi ha molta bibliografia; recomanem per aquesta qüestió concreta de la visió del món sacralitzat el llibre **MALINOWSKI, B.** *Magia, ciencia i religión*. Barcelona: Argel, 1974 i, sobretot les obres d'Evans-Pritchard: **EVANS-PRITCHARD, E.E.** *Las teorías de la religión primitiva*. Madrid: S. XXI, 1978. **EVANS-PRITCHARD, E.E.** *Los Nuer*. Barcelona: Anagrama, 1977. **EVANS-PRITCHARD, E.E.** *Brujería, magia y oráculos entre los Azande*. Barcelona: Anagrama, 1976. També és recomanable la lectura de **ZAHAN, D.** *Espiritualidad y Pensamiento Africanos*. Madrid: Cristiandad, 1980. A part de la celebritat d'aquestes obres existeix una basta bibliografia d'etnografies sobre religió africana, la major part escrita en francès i anglès i encara no traduïda al castellà ni al català.

Individu ←————→ Individu

A diferència de la perspectiva holística, en la visió individualista la societat és una construcció i un contracte i és, per tant, artificiosa; no hi ha cap valor superior com ara un déu o la Natura que justifiqui l'ordre preestablert. En aquesta direcció, la Natura és considerada un objecte i un medi desacralitzat que s'ha d'adaptar a l'ésser humà i no pas a la inversa. La Natura no és, doncs, una entitat superior a l'ésser humà, ni sagrada ni divina sinó que pot ser concebuda com una explotació.

Aquestes dues cosmovisions no es manifesten, tanmateix, d'una manera polaritzada en els discursos i en les teories de la ciutat sinó que apareixen intricades ara l'una ara l'altra posant l'accent en una de les dues segons el discurs, la societat i la circumstància. No existeixen, doncs, formes pures d'aquestes dues cosmovisions però elles ens serviran com a fonament per a una posterior articulació dels discursos de la ciutat en el següent capítol dedicat a l'urbanisme.

### 1.3.3 La traducció de les dues cosmovisions en el debat Natura i cultura

El hombre urbano buscaba el modo de controlar acontecimientos naturales que sus precursores más primitivos solieron aceptar con muda resignación<sup>118</sup>.

Aquesta dicotomia entre organicisme-holisme i mecanicisme-individualisme s'ha vist reflectida en la tibantor entre dos conceptes especialment recurrents en els discursos de la ciutat: per una banda la 'Natura' (que equivaldria a la visió organicista i holística del món) i, d'altra banda, la 'cultura' (que podria correspondre a la visió mecanicista i individualista del món sempre i quan aquesta anul·li la Natura). Dues nocions profundes que han anat canviant de significat segons el context i el recorregut històric i en les quals no podem aprofundir-hi tant com voldríem pel caràcter panoramitzador d'aquest apartat.

Tanmateix, i amb la única voluntat de presentar breument les nocions fonamentals amb les quals es nodreixen les teories posteriors sobre la *ciutat realitzada* i la *ciutat hiperrealitzada* farem un breu esbós de la relació entre Natura i cultura a mode d'apunt i ja les reprendrem quan s'escaigui més endavant.

Com hem dit més amunt, Natura i cultura –i les seves respectives escenificacions– són dos conceptes canvians i determinats pel context espacio-temporal. La contraposició d'aquests dos conceptes s'origina principalment quan definim la cultura com a herència no biològica. És a dir, quan la cultura és entesa a

<sup>118</sup> MUMFORD, L. *La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 55.

nivell social, d'aprenentatge, com a un conjunt de tots els coneixements, hàbits i tècniques adquirides i heretades socialment i no biològicament<sup>119</sup>.

La definició de cultura és molt ampla per tractar-la aquí i també té un llarg itinerari semàntic. A l'època clàssica i medieval, per exemple, la cultura s'entenia com el cultiu de l'esperit. Dins d'aquesta definició la tensió entre Natura i cultura era minsa. No obstant això, a partir del segle XVII la cultura ja no s'entén d'aquesta manera i se'ns apareix més explícitament la confrontació entre Natura i cultura.

A mode orientatiu, i tenint en compte el llarg periple lexicològic de diverses disciplines acadèmiques per definir el terme cultura, podríem definir la cultura en tres accepcions complementàries.

Per una banda, la cultura com el conjunt d'aspectes de la conducta humana que són apresos i transmesos durant el transcurs de la història mitjançant un aprenentatge social. D'altra banda, i resseguint la clàssica definició d'Edward B. Tylor<sup>120</sup>, la cultura entesa com un tot complex que inclou coneixements, creences, art, moral, dret, costums, i qualsevol hàbit adquirit per l'home com a membre d'una societat. I, per últim, tal i com assenyalaven els antropòlegs nord-americans dels *Cultural Studies* als anys 60, el conjunt d'idees, valors i representacions col·lectives expressades en símbols que converteixen la cultura en un sistema simbòlic<sup>121</sup>.

Arran d'aquesta definició polièdrica destaquem algunes característiques subjacents que cal subratllar. En primer lloc que la cultura és abarcativa de molts terrenys. En segonlloc que la cultura és simbòlica, adaptant i mal adaptant. En tercer lloc que la cultura és compartida. En quart lloc que la cultura és apresada i no és instintiva. En cinquè lloc que la cultura és pautaada en un sistema malgrat que deixi un marge per a la creativitat individual. I, en sisè lloc, que la cultura pretén dominar la Natura.

Tanmateix, i donant per definida la complicada noció de 'cultura', d'aquestes sis característiques ens interessa remarcar-ne les tres últimes que és relacionen més directament amb la Natura. Per una banda, la cultura entesa com allò que s'oposa a l'instint; d'altra banda, la cultura com allò que es troba fora de l'espai físico-natural; fins i

<sup>119</sup> Des d'un punt de vista etològic i evolucionista també s'ha entès la cultura com a una estratègia zoològica de supervivència de l'ésser humà en el sentit que no només sobrevivim gràcies a l'herència biològica sinó també a l'herència social. És evident que tota cultura té una base biològico-natural. Vegeu **WHITE, L.** *La ciencia de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 1964. p.17-18. Interessant el concepte de les *memes*.

<sup>120</sup> **TYLOR, E.B.** (1871) *Cultura primitiva*. Madrid: Ayuso, 1977.

<sup>121</sup> La definició de 'cultura' dins els *Cultural Studies* inclou els mitjans de comunicació, la cultura popular, la literatura, les belles arts etc. Llegiu **KUPER, A.** *Cultura. La versión de los antropólogos*. Barcelona: Paidós, 2001. La idea de cultura com a sistema simbòlic és reblada més endavant per Clifford Geertz; el símbol serà el vehicle de la cultura, mitjançant el qual els membres d'una societat transmetran la seva visió del món. La definició de Geertz de la cultura (1989) és la següent: "Creo, como Max Weber, que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significados. Lo que busco es la interpretación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie". **GEERTZ, C.** *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa, 1992. p. 387.

tot fora de la dimensió psicològica o mental de l'individu. I, en darrer lloc i com a aspecte més rellevant en la nostra reflexió de la ciutat, la vessant tècnica de la cultura que té per objectiu el domini de la Natura.

### 1.3.3.1 La cultura s'oposa a l'instint

Primerament, pel que fa a la cultura com allò que s'oposa a l'instint (1) és ineludible esmentar Sigmund Freud (1856 - 1939), encara que només sigui molt de passada el qual entén la cultura com una forma de repressió de les tendències instintives a través del «superjo». La cultura es configuraria com una victòria momentània de la pulsio de vida (*Eros*) sobre els instints agressius o pulsio de mort (*thanatos*)<sup>122</sup>. I tanmateix, el malestar en la ciutat esdevé un *pathos* universal compartit que es manifesta de diverses maneres en diferents parts de planeta<sup>123</sup>.

La cultura entesa així, doncs, comporta la repressió dels instints. Emparentada amb aquesta noció d'una cultura que reprimeix, Marx considerava la cultura com una segona naturalesa perquè és la resultant del caràcter pròpiament social de l'ésser humà. Però al mateix temps també podia ser considerada un producte creat per legitimar un ordre social o una classe dominant. La cultura, doncs, a més de repressora pot ésser repressiva quan és entesa com una *superestructura*<sup>124</sup>.

### 1.3.3.2 La cultura com a construcció social

En segon lloc, podem entendre la cultura com allò que es troba fora d'allò físico-natural; fins i tot fora de l'individu. És a dir, la cultura com a construcció social que prové d'una col·lectivitat d'individus però que és independent de cada individualitat; tal i com assenyalava Émile Durkheim (1858-1917) quan explicava que les maneres d'actuar i pensar col·lectives pertanyen a una realitat independent de l'individu el qual s'amotlla a ella. De fet, els desigs dels individus poden ser contraris a les necessitats i

<sup>122</sup> FREUD, S. *El malestar en la cultura*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1968. (vol. III) p. 45-46.

<sup>123</sup> "L'art d'aquesta dècada parla de la ciutat de la por, de les masses, dels individus, del paisatge urbà, en què els actors i decorats semblen buscar un cert retrobament. I, a través de l'art, descobrim una cosa que la fragmentació postmoderna semblava negar: el pathos universal compartit. La constatació que hi ha manifestacions del malestar que es donen de maneres molt semblants a les diverses ciutats del planeta". NUEZ, I.; RAMONEDA, J. *Atopia. Art i ciutat al segle XXI*. Barcelona: CCCB, 2010. p. 5.

<sup>124</sup> De la fusió de Marx i Freud sorgeix el freudomarxisme d'Erich Fromm, Wilhelm Reich o Herbert Marcuse. Marcuse i Habermas assenyalen que el perill de la nostra cultura és que l'afany de dominar la natura acabi essent la única finalitat de la cultura. "La sola idea de una civilización no represiva, concebida como posibilidad real en la civilización establecida en el momento actual, parece frívola. Inclusive si uno admite esta posibilidad en un terreno teórico, como consecuencia de los logros de la ciencia y la técnica, debe tener en cuenta el hecho de que estos mismos logros están siendo usados para el propósito contrario, o sea: para servir los intereses de la dominación continua. Las formas de dominación han cambiado: han llegado a ser cada vez más técnicas, productivas, e inclusive benéficas; consecuentemente, en las zonas más avanzadas de la sociedad industrial, la gente ha sido coordinada y reconciliada con el sistema de dominación hasta un grado imprecendente". MARCUSE, H. *Eros y civilización*. Barcelona: Península, 1969. p.149.

la societat pot imposar constriccions externes que obliguin a l'individu a adaptar-se a les normes socials.

En el mateix sentit, l'antropòleg Alfred Reginald Radcliffe-Brown (1881-1955) afirmava que la cultura és un mecanisme per subordinar i amotllar les emocions dels individus<sup>125</sup>. Així doncs, la cultura es troba fora de l'individu malgrat provingui de la comunitat d'individus. La cultura se situa, d'aquesta forma, en un pla extra-natural i extra-biològic, independent als individus però al mateix temps creada i conservada per l'espècie. Fora de l'individu, la cultura pot ser considerada una realitat objectiva autònoma o, com dirà l'antropòleg neoevolucionista Leslie Alvin White (1900-1975), com una forma d'herència social i un *continuum* que pot ser descrita i interpretada en uns principis i unes lleis pròpies<sup>126</sup>.

D'aquesta forma, la cultura, en la seva accepció popperiana vinculada a la noció de *món 3*<sup>127</sup>, formaria part d'un coneixement objectiu emmagatzemat i contingut en pel·lícules, llibres i arxius sonors així com també en les nostres idees, teories i relacions socials. Existeix, doncs, una cultura creada per l'ésser humà que s'independitza d'ell i alhora l'afaiçona.

En aquest joc d'espais interior-exterior de la cultura respecte l'individu, ens és especialment profitosa la distinció que fa Georg Simmel (1858-1918) entre la *cultura objectiva* i la *cultura subjectiva*. La *cultura objectiva* són les institucions, els coneixements, les actituds que l'ésser humà ha anat desenvolupant durant la història mentre que la *cultura subjectiva* és l'aprofitament que l'ésser humà fa de tot això per al seu «cultiu interior»<sup>128</sup>. Aquesta distinció ens és útil perquè recupera la significació clàssica i medieval de cultura com a *cultiu* i la integra a les definicions actuals.

Simmel postula que en el món grec (també medieval) es donava l'harmonia entre la cultura objectiva i subjectiva; l'ésser humà aprofitava la *cultura objectiva* per al

<sup>125</sup> RADCLIFFE-BROWN, A. *Estructura y función en la sociedad primitiva*. Barcelona: Península, 1974.

<sup>126</sup> "El progreso de la ciencia trajo, sin embargo, un reconocimiento de la cultura como una clase distinta de hechos, como un orden distinto de fenómenos. Se comprendió que la cultura no es sencillamente una respuesta refleja al hábitat, ni una simple y directa manifestación de la naturaleza humana. Se llegó a entender que la cultura humana es un continuum, una corriente de hechos que fluye libremente a través del tiempo de una a otra generación y lateralmente de una raza o hábitat a otro. Eventualmente se terminó por ver que los determinantes de la cultura residen dentro de la misma corriente de cultura; que un lenguaje, costumbre, creencia, herramienta o ceremonia, es el producto de precedentes y concomitantes elementos y procesos culturales. En suma, se descubrió que la cultura puede ser considerada, desde el ángulo de la interpretación y análisis científicos, como una cosa sui generis, como una clase de hechos y procesos que se comporta en términos de sus propios principios y leyes y que, por consiguiente, sólo puede ser explicada en términos de sus propios elementos o procesos. La cultura puede ser considerada así como un proceso autónomo y contenido en sí mismo". WHITE, L. *La ciencia de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 1964. p.17-18.

<sup>127</sup> Vegeu POPPER, K.P. *Búsqueda sin término*. Tecnos: Madrid: 1977. p. 28. POPPER, K.P. *El Coneixement objectiu. Un enfocament evolutiu*. Barcelona: edicions 62, 1985. p. 127-142. i sobre el concepte d'autonomia de la cultura: POPPER, K. R. *El yo y su centro*. Barcelona: Labor, 1993. p. 45.

<sup>128</sup> SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 15.



seu cultiu subjectiu<sup>129</sup>. Una visió ampla que articula l'interior i l'exterior de l'individu i que presenta la cultura com un agent humanitzador al servei del seu perfeccionament.

Tanmateix, el predomini actual de la *cultura objectiva* sobre la *cultura subjectiva*, dirà Simmel, significa el pas d'un medi natural a un medi tècnic; del món viscut en contacte directe amb la Naturalesa al món viscut des dels objectes culturals, les màquines, les institucions, els coneixements, l'economia, les mediacions. I aquest desequilibri, segons Simmel, no afavoreix el perfeccionament de la vida subjectiva; és a dir, que el perfeccionament i refinament de la *cultura objectiva* no condueix necessàriament a la millora de la *cultura subjectiva* de l'individu. Ans al contrari, pot crear una tensió i un *malestar* tal i com des d'una altra perspectiva anunciava Freud, Marx o Radcliffe-Brown<sup>130</sup>.

És precisament a la ciutat, dirà Simmel, on la *cultura objectiva* és mostra més esplendorosa i on, per tant, hi ha un major desequilibri<sup>131</sup>. L'individu quedarà engegat per una *cultura objectiva* massa resplendent i variada, la qual dificulta el perfeccionament humà per excés. Contràriament a la *polis*, la ciutat contemporània no facilitarà la plenitud de l'ésser humà: ni el seu «cultiu» ni la seva felicitat, sinó que en serà l'obstacle més robust.

### 1.3.3.3 Cultura tècnica com a domini de la Natura

En darrer lloc tenim la cultura tècnica la qual té per objectiu el domini de la Natura<sup>132</sup>. És molt il·lustratiu el text de Plató que llegim al Protàgoras quan presenta una versió del mite de Prometeu en el qual podem distingir dues manifestacions culturals diferenciades: per una banda, una cultura de producció tècnica i, d'altra banda, una cultura d'acció pràctica, social i política.

<sup>129</sup> **SIMMEL, G.** "El futuro de nuestra cultura". A: **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 2001. p. 199-202. "Lo que el mundo griego produjo en política y ciencia, en estrategia y posibilidades de placer, era unitario en el estilo y lo suficientemente sencillo en la estructura como para ser conceptualizado en alguna medida por todo hombre educado; éste podía utilizar sin más la suma de la cultura objetiva para la construcción de su cultura subjetiva y, de este modo, podían ambas desarrollarse en aquella armonía que ha sido destruida por su moderna autonomización mutua". p. 200

<sup>130</sup> "Las disonancias de la vida moderna (especialmente aquella que se presenta como crecimiento de la técnica de cualquier ámbito y, simultáneamente, como profunda insatisfacción con ella) surgen en gran medida del hecho de que ciertamente las cosas se tornan más cultivadas, pero sólo en una medida mínima están en condiciones de alcanzar a partir de la perfección del objeto una perfección de la vida subjetiva" **SIMMEL, G.** "La esencia de la cultura". A: **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 2001. p. 197.

<sup>131</sup> **SIMMEL, G.** "Las grandes urbes y la vida del espíritu". A: **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 2001. p. 375-398.

<sup>132</sup> "En el fondo del desarrollo de los instrumentos y las máquinas está el intento de modificar el medio ambiente de tal manera que refuerce y sostenga el organismo humano; el esfuerzo es o bien aumentar la potencia de un organismo por otra parte desarmado, o fabricar fuera del cuerpo un conjunto de condiciones más favorables destinadas a mantener su equilibrio y asegurar su supervivencia. En lugar de una adaptación fisiológica al frío, como el crecimiento de los pelos o el hábito de la hibernación, se produce una adaptación ambiental, como la que se hizo posible con el uso de vestidos o la construcción de abrigo". **MUMFORD, L.** *Técnica y civilización.* Madrid: Alianza, 2000. p. 27

Després els homes articularen sons i mots, i gràcies a les arts, inventaren les cases, els vestits, el calçat, els abrigalls, i l'aliment que ve de la terra. Proveïts així els homes, al començament vivien dispersos, i no hi havia ciutats. Per tant llur total debilitat els feia víctimes de les feres, i l'art dels oficis que tenien, bo i ésser-los una ajuda suficient per a proveir a l'alimentació, no els era d'ajut per a la guerra amb les feres –car no posseïen l'art de la política, de la qual la de la guerra és part-. Prou buscaren d'aplegar-se i salvar-se fundant ciutats; però cada cop que s'aplegaven no es tractaven amb justícia, car no posseïen l'art de la política, i així es dispersaven i eren de bell nou destruïts. Zeus, aleshores, temorós que el nostre llinatge no quedés destruït del tot, envia Hermes que porti als homes el respecte i la justícia, a fi que portin l'ordre i els lligams d'amistat a les ciutats. Hermes pregunta a Zeus com donaria als homes la justícia i el respecte<sup>133</sup>.

D'una part, doncs, tindriem la *tekhné* representada amb el foc d'Hefest i d'Atena i que fa referència a la cultura de producció tècnica. Però la *tekhné* per si sola no és suficient per salvaguardar l'ésser humà dels perills de la Natura. Zeus se n'adona i subministra a l'ésser humà la cultura d'acció pràctica, social i política que és la cultura de la convivència que protegeix l'ésser humà d'ell mateix i dels abusos de la Natura. El regal diví és, així doncs, el respecte i la justícia; les pautes per a la convivència, per la vida en societat. La qual cosa vol dir que, des de la perspectiva del relat, la tècnica sense la política condueix l'home a la destrucció.

Tant la filosofia de Plató com la d'Aristòtil col·loquen en un lloc preponderat la *cultura d'acció pràctica*, social i política més que no pas la tècnica i de la producció. Les dues són cultura però l'una està al servei de l'altra; per això Timeu quan parla de l'Atlàntida explica que Zeus castiga els seus habitants per la seva supèrbia i la seva falta de prudència<sup>134</sup> i no pas per la falta de tècnica de la qual anaven més aviat sobrats. Perquè el valor superior i distintiu de la cultura hel·lènica era la política i no pas la tècnica i l'objecte tècnic era considerat amb menys entitat que no pas l'objecte natural. I així va ser durant ben entrat el segle XVI.

Tot i això, la tècnica ha anat sempre inseparablement unida a la creació de la ciutat; tota ciutat és manifestació i resultat de l'aplicació de la tècnica. Diu Ortega y Gasset que l'ésser humà ja no viu en la Natura sinó que viu en la sobrenatura de la tècnica i que «sense la tècnica l'home no existiria ni hauria existit mai»<sup>135</sup>.

Per tant, els orígens de la ciutat apareixen justament amb la voluntat de transformar l'entorn mitjançant artefactes o crear-ne de nous per a l'ús de la vida quotidiana. La noció de tècnica, doncs, va associada a la producció d'allò artificial

<sup>133</sup> PLATÓ. *Paideia: Protàgoras, de la República, de les lleis*. Barcelona: Eumo, 1988. p.18

<sup>134</sup> PLATÓN. *Diálogos. Filebo, Timeo, Critias*. Madrid: Gredos, 1992. (vol. VI). p. 296.

<sup>135</sup> ORTEGA Y GASSET. *Meditación de la técnica y otros ensayos sobre ciencia y filosofía*. Madrid: Revista de Occidente, Alianza Editorial: 1982. p. 13.

distingint, en termes aristotèlics, les coses naturals («*ta physei onta*») de les coses artificials («*ta techné onta*») que alteren les potencialitats naturals.

D'aquesta forma, hem de reconèixer la ciutat com a filla tant de la tècnica («*tekhné*») de l'«*homo faber*» com de la política («*zoon politikon*»). Tota ciutat ha estat tant el resultat de l'aplicació de l'«*ars*»<sup>136</sup> com també de la *cultura d'acció pràctica*; del dret i la política entesos com a productes culturals<sup>137</sup>.

### 1.3.4 Mentalitat tecnològica: tecnocràcia i nihilisme

Inaugurant l'era moderna, durant el Renaixement, es va començar a donar gradualment més importància a la producció de la tècnica (a la cultura tècnica) que no pas a la política (en el sentit aristotèlic). Aquesta deriva ja la va intuir contemporàniament Rousseau al seu *Discurs sobre les ciències i les arts* on el filòsof considera que les tècniques i les ciències no condueixen necessàriament a la moralitat i a la felicitat sinó a la hipocresia i la infelicitat i explica, a més, que la força i la virtut d'un poble es troben en raó inversa al seu grau de refinament<sup>138</sup>. Una idea que segurament van revalidar, anys després, les veus filosòfiques de l'«Institut für Sozialforschung» de Frankfurt quan van contemplar el desenllaç devastador de la tècnica sense ètica i els resultats de l'ús imperatiu de la *raó instrumental* durant la Segona Guerra Mundial

Aquest pas, el de la preponderància de la tècnica per sobre de la política o la ciència (entesa en el sentit clàssic) ha desembocat en societats tecnocràtiques on els 'experts' i els tècnics (els *savis-ignorants*)<sup>139</sup> de les diverses àrees tenen un gran poder de decisió i on l'àmbit de la ciència prolifera en un món on el discurs, els relats i *metarrelats* han perdut el seu poder<sup>140</sup>.

<sup>136</sup> La traducció corresponent en llatí al terme grec 'tècnica' (tekné) és 'ars' (art). Fem referència a aquest terme per vincular-lo a l'art tal i com ho entenia Aristòtil tècnica i art formen part del saber poètic (productiu).

<sup>137</sup> CASINI, P. *Naturaleza*. Barcelona: Labor, 1977. p. 137-152.

<sup>138</sup> "(...) donde no hay ningún efecto, no hay causa alguna que buscar, pero aquí el efecto es seguro, la depravación real; y nuestras almas se han corrompido a medida que nuestras ciencias y nuestras artes han avanzado hacia la perfección". ROUSSEAU, J.J. *Discurso sobre las ciencias y las artes*. Buenos Aires: Aguilar, 1962. p. 33

<sup>139</sup> "(...) antes los hombres podían dividirse, sencillamente, en sabios e ignorantes, en más o menos sabios y más o menos ignorantes. Pero el especialista no puede ser subsumido bajo ninguna de esas dos categorías. No es sabio, porque ignora formalmente cuanto no entra en su especialidad; pero tampoco es un ignorante, porque es «un hombre de ciencia» y conoce muy bien su porción de universo. Habremos de decir que es un sabio-ignorante, cosa sobremanera grave, pues significa que es un señor el cual se comportará en todas las cuestiones que ignora no como un ignorante, sino con toda la petulancia de quien en su cuestión especial es un sabio". ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 155.

<sup>140</sup> "La razón por la que puede ser prudente desconfiar del juicio político de los científicos cuan científicos no es fundamentalmente su falta de «carácter» (...) o su ingenuidad (...), sino concretamente el hecho de que se mueven en un mundo donde el discurso ha perdido su poder". ARENDT, H. *La condición humana*. Barcelona: Paidós, 1993. p. 16. Aquesta afirmació també es fonamenta en la lectura que fa Jean-François Lyotard del camp del saber a LYOTARD, J.F. *La condición Postmoderna. Informe del saber*. Madrid: Catedra, 1994.

En aquest context mancat d'ideals, els objectes tecnològics omplen els buits del *nihilisme*. Tecnocràcia<sup>141</sup> i *nihilisme* són, segons Heidegger, dos elements distintius de la nostra societat occidental i, en el fons, cares de la mateixa moneda donat que l'esperit profund de la tecnocràcia és el mateix nihilisme.

En l'actualitat, l'esquema clàssic d'interacció i cooperació entre ciència i tècnica es fonen l'una amb l'altra per donar un resultat èticament buit. La ciència, que cercava el coneixement però no fabricava coses es dilueix dins la tecnologia la qual crea i fabrica béns, processos i serveis<sup>142</sup>.

En el context contemporani, la tecnologia no només s'apropia de la ciència i de la tècnica sinó que les subjuga a l'estructura econòmica i sociocultural. D'aquesta manera, la tecnologia queda dissolta en l'engranatge socioeconòmic mundial i amb els diferents tints de poder; sense una ideologia clara llevat del benefici econòmic, la productivitat i el consum. La tecnologia, doncs, encara pot ostentar menys neutralitat que els *paradigmes* de la ciència que postulava Thomas S. Kuhn<sup>143</sup>.

La tecnologia conté en ella mateixa una estructura profunda de pensament perquè els coneixements en els quals es basa constitueixen una determinada estructura cognoscitiva que desemboca en un marc mental determinat. La interiorització de cada tecnologia, com exposen Mumford, McLuhan Carr condueix a una nova manera de percebre el món<sup>144</sup>. I aquesta cosmovisió tecnològica ha impregnat totes les esferes de la societat<sup>145</sup>. Vivim amb la interiorització dels valors

<sup>141</sup> La paraula tecnocràcia ressalta el poder de la tecnologia en una societat, per sobre, fins i tot, dels seus individus. Suposa la racionalització de les tasques de l'administració pública on els tècnics gestionen les matèries sota els criteris tecnològics: fiabilitat, eficàcia, eficiència, productivitat, rapidesa, precisió, etc. En una tecnocràcia, la tècnica i els seus valors s'introdueixen en totes les esferes de la vida quotidiana. Finalment l'individu és valorat amb els mateixos criteris que els que exigim a una màquina.

<sup>142</sup> **BASALLA, G.** *La evolución de la tecnología*. Barcelona: Crítica, 1991. **BUNGE, M.** *La ciencia, su método y su filosofía*. Buenos Aires: Siglo veinte, 1987. **BUNGE, M.** *La investigación científica*. Barcelona: Ariel, 1983. **DAVIES, D.;** **BANFIELD, T.;** **SHEAHAN, R.** *El técnico en la sociedad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979. **DE GORTARI, E.** *Indagación crítica de la ciencia y la tecnología*. México: Grijalbo, 1979. **DICKSON, D.** *Tecnología alternativa*. Madrid: Orbis, 1985. **QUINTANILLA, M.A.** *Tecnología: un enfoque filosófico*. Buenos Aires: EUDEBA, 1991. **ROSERBERG, N.** *Tecnología y economía*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976. **RUSSELL, B.** *La perspectiva científica*. Barcelona: Ariel, 1983.

Distingim entre tècnica i tecnologia: "Técnica puede significar «conjunto de procedimientos puestos en práctica para obtener un resultado determinado. Existe la técnica de la caza, de la pesca, de la danza, de cocinar, de contar cuentos», etc. La tecnología, o el quehacer de la ciencia moderna y la utilización de artefactos, presupone las técnicas como formas primordiales de acción humana". p. 13-14. **MITCHAM, C.** *¿Qué es la filosofía de la tecnología?* Barcelona: Anthropos, 1989

<sup>143</sup> Aquí fem referència a la teoria *historicista* de la ciència de Thomas Samuel Kuhn que esposa en la seva obra *La estructura de las revoluciones científicas*. Malgrat que la seva teoria pot esdevenir objecte de crítica (com la que li fa K.R. Popper per l'irracionalisme que pot motivar en la ciència) ens és útil per assenyalar que la ciència no és tan sols un sistema teòric d'enunciats sense context històric i social sinó que la ciència també és fruit d'una comunitat de científics que treballen a partir d'un paradigma que l'autor defineix com un conjunt de creences, valors i tècniques que comparteixen aquesta comunitat científica. **KUHN, TH.** *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económico, 1975. (2ª ed) p. 269.

<sup>144</sup> **MUMFORD, L.** *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2000. **McLUHAN, M.** *La galaxia Gutenberg. Génesis del «Homo typographicus»*. Barcelona: Círculo de Lectores, Galaxia Gutenberg, 1993. **BURKE, J.;** **ORNSTEIN, R.** *Del hacha al chip. Cómo la tecnología cambia nuestras mentes*. Barcelona: Planeta, 1995.

<sup>145</sup> "Entre los factores de cambio que definen el final de milenio destaca, por su carácter positivo y las virtudes dinámicas de su inserción sistémico, la tecnología. La tecnología informa al conjunto del sistema y modifica la estructura relacional, creando las condiciones de un nuevo orden integrador y racionalizador de los procesos, a la vez que hace variar los roles y la jerarquía de actores sociales. (...) La relación entre tecnología de la información y organización social es cada vez más intensa y descubre matices y de concordancia e interacción entre ambas, de modo que de este binomio pueden surgir apuestas en la dirección de una opción de estructuras relacionales, perfectamente de otras

tecnològics. Apreciem els valors de la tècnica aplicada en la vida quotidiana: eficàcia, eficiència, precisió, rapidesa, producció, seguretat, etc.<sup>146</sup> La tecnologia penetra en tots els àmbits de la vida social, econòmica, política i cultural tal com anirem veient en el transcurs de la investigació.

La *cultura d'acció pràctica, social i política* manlleua els valors de la tècnica per fer-los seus, per convertir en màquines de producció i de consum tots els elements que toca, per fer-los ràpids, efectius i precisos tal i com ordena el seu nou context social, econòmic i polític que ja ha estat donat i no pot ser qüestionat<sup>147</sup>.

En el terreny de la investigació en universitats i empreses, el pensament tecnològic irromp en forma d'autories i confidencialitats. Mentre que en l'àmbit científic el coneixement es difonia amb una certa generositat, en el terreny de la tecnologia es protegeix amb patents i s'enfoca com una mercaderia de valor empresarial dirigida cap al comerç. Els resultats són mercaderies informacionals, que cerquen la rendibilitat econòmica.

Pel que fa a la política, el discurs es dissol en la preocupació per eficàcia i l'eficiència i es tradueix projectes de rendibilitat a curt termini, en la pragmàtica, en la burocràcia i en la gestió més que no pas en el discurs. La tecnocràcia és la marxa solitària de la cultura tècnica per sobre d'una cultura social i política debilitada o, fins i tot, inexistent.

En aquest sentit, una ciutat construïda sobre la tecnocràcia i exclusivament sobre la cultura tècnica, esdevé una Nova Atlàntida: una ciutat oposada a la Natura i oposada, per la seva radicalitat, a l'individu; a la manera d'*Un món feliç* d'Aldous Huxley<sup>148</sup>. La tecnocràcia portada a l'extrem del pensament mecanicista/individualista esdevé raó i eix vertical de la civilització, nova lògica al voltant de la qual gira l'individu en un nou ordre holístic regit, en primer lloc, per la fredor de la *raó instrumental*.

---

existentes o posible". **BERNARDO, B.** "El mito tecnológico y la sociedad democrática avanzada". A: **EVERETTE, E.** [et al.] *La sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. Madrid: Complutense, 1996. p. 55-56

<sup>146</sup> "La filosofía motriz del proceso de tecnologización intensiva de la sociedad apela, fundamentalmente, a la razón de la eficacia, a la racionalidad del pensamiento, a la productividad, al control de los procedimientos de comunicación y gestión, al no error o a la cuasi infalibilidad de las máquinas inteligentes. Una proyección mecánica del pensamiento racional, que se apoya en la fuerza de convicción de la lógica organizativa, el el software simulador-ejecutor de las utopías perfeccionistas del cálculo y la precisión, en la demanda de respuestas ajustadas a los requerimientos de una sociedad compleja". **EVERETTE, E.** [et al.] *La sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. Madrid: Complutense, 1996.p. 57

<sup>147</sup> "El método científico, que conducía a una dominación cada vez más eficiente de la naturaleza, proporcionó después también tanto los conceptos puros como los instrumentos para una dominación cada vez más efectiva del hombre sobre el hombre a través de la dominación de la naturaleza... Hoy la dominación se perpetúa y amplía no sólo por medio de la tecnología, sino como tecnología; y ésta proporciona la gran legitimación a un poder político expansivo que engulle todos los ámbitos de la cultura. En este universo la tecnología proporciona también la gran racionalización de la falta de libertad del hombre y demuestra la imposibilidad técnica de la realización de la autonomía, de la capacidad de decisión sobre la propia vida. Pues esta ausencia de libertad no aparece ni como irracional ni como política, sino más bien, como sometimiento a un aparato técnico que hace más cómoda la vida y eleva la productividad del trabajo. La racionalidad tecnológica, en lugar de eliminarlo, respalda de ese modo la legalidad del dominio; y el horizonte instrumentalista de la razón se abre a una sociedad totalitaria de base racional". **HABERMAS, J.** *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid: Tecnos, 2002 (4ª ed)

<sup>148</sup> **HUXLEY, A.** *Un món feliç*. Barcelona: La llar del llibre, 1986.

La técnica transforma las relaciones entre los hombres y las relaciones entre el hombre y el mundo; objetiva, racionaliza, objetiva. (...) La cultura de masas es el producto de las técnicas modernas; aporta su parte de abstracción substituyendo los cuerpos por imágenes, pero, al mismo tiempo, constituye una reacción contra el universo de las relaciones abstractas. Humaniza, mediante la técnica, contra la técnica, poblando el mundo técnico de presencias: voces, músicas, imágenes. Igual que los arcaicos vivían rodeados de fantasmas, de espíritus, de dobles omnipresentes, de la misma manera vivimos nosotros, los civilizados del siglo XX, en un universo en que la técnica resucita esa antigua magia<sup>149</sup>.

Vivim en la tècnica. Gràcies a ella hem augmentat la producció agrícola, la higiene i l'habitatge, s'han fet avenços en medicina, en benestar i confort. S'ha divulgat la cultura i l'art, s'han escurçat distàncies amb el transport i han augmentat els contactes amb persones d'arreu del món però alhora la tècnica ha inundat el discurs ideològic i la política.

### 1.3.5 La ciutat: espai i temps de l'ésser humà

Quan jo era petit, la carretera encara era un camí de terra. És a dir, polsosa a l'estiu, fangosa a la primavera i a la tardor, i a l'hivern coberta de neu igual que els camps. Ara és d'asfalt totes les estacions de l'any. Quan jo era jove, pel camí passaven carros de pagesos arrossegats per bous, i només entre la sortida i la posta del sol. Els coneixia a tots, perquè eren de per aquí. Eren més rars els carros de cavalls. Ara els cotxes corren per la carretera de dia i de nit. No en conec cap, apareixen de no se sap on i desapareixen cap a no se sap on<sup>150</sup>.

La creació i projecció de la ciutat comporta, com hem vist, una mentalitat determinada. Ciutat i mentalitat són corresponsables l'una amb l'altra. Quan els éssers humans creen assentaments estables canvien la mentalitat nòmada per la mentalitat sedentària i irremeiablement la percepció de l'espai i del temps canvia. La ciutat esdevé causa i resultat del temps de l'ésser humà. L'entorn físic ja no és la Natura sinó la ciutat com a lloc propi i *natural* de l'individu; escenari de la corporeïtat i de la vida.

Amb el pas dels segles la tècnica anirà configurant un espai i un temps descompassat de la Natura. Sobretot a partir del segle XVIII, el decurs de les estacions en la ciutat no es percebran amb tanta claredat perquè els colors de la ciutat seran sempre els mateixos, les temperatures les modificarem amb calefaccions i aires

<sup>149</sup> MORIN, E. *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 210.

<sup>150</sup> MROZEK, S. *L'arbre*. Barcelona: Quaderns Crema, 1998. p. 17-18.

condicionats, les hores de llum s'allargaran o s'escurçaran amb la il·luminació elèctrica i amb persianes, segons el meridià de *Greenwich*<sup>151</sup> i anirem al compàs de la indústria i dels mèdia<sup>152</sup> i al ritme del rellotge que abans marcava la vida del monestir<sup>153</sup>.

A la ciutat estant no veurem mai les estrelles, ni caminarem per un camí de terra que zigzagueja segons la topografia. La ciutat moderna i contemporània, doncs, no respon a cap temps ni espai fora d'ella mateixa. Com a èxtasi de la civilització i de la projecció de la mentalitat humana, la ciutat serà més ciutat quan menys depengui de les exigències de la Natura.

D'altra banda, espai i temps condicionen l'existència humana molt abans que I. Kant (1724-1804) digués que temps i espai són categories mentals, que alguns matemàtics descobrissin que hi ha formes racionals d'espai diferents de les que havia descrit Euclides<sup>154</sup> o que H. L. Bergson (1859-1941) parlés d'un «temps subjectiu»<sup>155</sup> com un temps vivenciable però no mesurable.

La tècnica i la tecnologia tenen la capacitat de modificar aquestes coordenades, d'alterar la percepció d'espai i de temps i, per tant, de configurar noves cultures i noves mentalitats; és a dir, noves cosmovisions. En aquest sentit, L. Mumford, M. McLuhan, A. Giddens, P. Virilio, N. Carr i tot un seguit de filòsofs, antropòlegs i sociòlegs coincideixen en ressaltar el salt qualitatiu de les noves tecnologies en aquesta percepció del temps i de l'espai; els efectes de la tecnologia, dirà McLuhan, «canvien les proporcions dels sentits o les pautes de percepció, de forma contínua i sense cap resistència»<sup>156</sup>.

La ciutat, filla de la tècnica, ens fa experimentar un *tempo* marcat inicialment pel

<sup>151</sup> "(...) el reloj y el calendario contribuyeron a la formación de las dimensiones vacías del tiempo y del espacio. Su planteamiento es que con la universalización del concepto tiempo se hace posible la coordinación a pesar de las distancias". **HINE, Ch.** *Etnografía virtual*. Editorial UOC. Barcelona, 2000. p. 15.

<sup>152</sup> "Donde una vez la apertura de las puertas de la ciudad anunciaba la progresión alternada de días y noches, ahora despertamos al abrir de persianas y televisores. El día ha sido cambiado. Se ha agregado un día nuevo al día solar de los astrónomos, al día ondulante de las candelas, a la luz eléctrica". **VIRILIO, P.** *La ciudad sobreexpuesta*. [En línea] <[www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopioteca/03\\_eugenio\\_valdez.pdf](http://www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopioteca/03_eugenio_valdez.pdf)>. [Consulta: 22 d'octubre de 2009]. p. 6

<sup>153</sup> "El monasterio fue la sede de una vida regular, y un instrumento para dar las horas a intervalos o para recordar al campanero que era hora de tocar las campanas es un producto casi inevitable de esta vida. Si el reloj mecánico no apareció hasta que las ciudades del siglo XIII exigieron una rutina metódica, el hábito del orden mismo y de la regulación formal de la sucesión del tiempo, se había convertido en una segunda naturaleza en el monasterio. Coulton está de acuerdo con Sombart en considerar a los Benedictinos, la gran orden trabajadora, como quizá los fundadores originales del capitalismo moderno". p. 30. **MUMFORD, L.** *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2000. "Así pues no estamos exagerando los hechos cuando sugerimos que los monasterios -en un momento determinado hubo 40.000 hombres bajo la regla benedictina ayudaron a dar a la empresa humana el latido y el ritmo regulares colectivos de la máquina; pues el reloj no es simplemente un medio para mantener las huellas de las horas, sino también para la sincronización de las acciones de los hombres". **MUMFORD, L.** *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2000 p. 30-31

<sup>154</sup> Es fa referència al matemàtic grec Euclides d'Alexandria (s. IV-III a. C.).

<sup>155</sup> Henri-Louis Bergson, (1859-1941) filòsof vitalista i espiritualista francès.

<sup>156</sup> **McLUHAN, M.** *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Mèxic: Diana, 1971. p. 42. En aquest sentit, és interessant l'aportació pessimista de Lee Siegel, premi nacional de Crítica dels Estats Units l'any 2002, en el seu llibre de títol eloqüent *Against the Machine* (traduït a l'espanyol com a *El mundo a través de una pantalla*) en el qual fa una forta crítica -un pèl estigmatitzada- de l'internauta febt un retrat força esquemàti les filosofies de fons subjacents a Internet. **SIEGEL, L.** *El mundo a través de una pantalla*. Barcelona: Urano, 2008.

rellotge, adaptant el ritme orgànic al seu dictat<sup>157</sup> però que ha anat introduint d'altres tecnologies com ara les tecnologies de comunicació i transport que en els darrers segles han accelerat el nostre món i, com dirà P. Virilio<sup>158</sup>, han modelat la nostra experiència de l'espai fent prevaler la immediatesa (temps) per sobre de la distància (espai). Les estructures tecnològiques de la ciutat (*urbs*) són absorbides pels individus en la forma d'estil de vida determinat, tal i com veurem més endavant.

Al mateix temps, l'individu també interioritza la vida social (*civitas*), els ritmes dels transeünts, de les informacions, de les dades i de les transformacions de la ciutat. *Urbs* i *civitas*, és a dir, la ciutat, és la creació tècnica humana per excel·lència, el seu lloc-en-el món (diria Aristòtil) i l'eix d'abscisses de l'existència contemporània.

### 1.3.6 De l'*axis mundi* al món perifèric

La concepció de l'espai respon, així doncs, a una cosmovisió. Una de les manifestacions espacials en la projecció de la ciutat és l'«*axis mundi*» que és el lloc de connexió entre allò diví i allò humà; entre el cel i la terra, entre el *sagrat* i el *profà*<sup>159</sup>.

En la història de la humanitat, diu Mircea Eliade, descobrim que el *centre del món* es repeteix com arquetípic i que és una de les imatges més importants de la mentalitat arcaica perquè constitueix un punt de referència a l'absolut que il·lustra l'esquema mental d'una civilització o d'un temps<sup>160</sup>. El seu valor ontològic es revesteix d'una certa sacralitat perquè atribueix a l'espai una significació i una experiència col·lectiva determinada.

Per als jueus, per exemple, el Tabor és el melic<sup>161</sup> a partir del qual el món s'estén en totes direccions. Pertànyer a un poble que viu en el centre del món el converteix en un poble escollit que gaudirà del favor de la divinitat.

La seva cosmovisió considerava la terra com una superfície que se sostenia sobre l'aigua i que tot neix del *tehom* que era el caos primigeni a partir del qual s'engendra el cosmos. La terra es trobava en un segon nivell de realitat. El cel era el tercer nivell de realitat; el més elevat. Per això el sagrat està en contacte amb la

<sup>157</sup> "El tiempo abstracto se convirtió en el nuevo ámbito de la existencia. Las mismas funciones orgánicas se regularon por él: se comió, no al sentir hambre, sino impulsado por el reloj. Se durmió, no al sentirse cansado, sino cuando el reloj nos exigió. Una conciencia generalizada del tiempo acompañó el empleo más extenso de los relojes. Al disociar el tiempo de las secuencias orgánicas, se hizo más fácil para los hombres del renacimiento satisfacer la fantasía de revivir el pasado clásico o los esplendores de la antigua civilización de Roma. El culto de la historia, apareciendo primero en el ritual diario, se abstraigo finalmente como una disciplina especial. En el siglo XVII hicieron su aparición el periodismo y la literatura periódica; incluso en el vestir, siguiendo la guía de Venecia como centro de la moda, la gente cambió la moda cada año en vez de cada generación". MUMFORD, L. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2000 p.33.

<sup>158</sup> VIRILIO, P. *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra, 1989.

<sup>159</sup> Vegeu ELIADE, M. *Lo sagrado y lo profano*. Madrid: Guadarrama. p. 25-28.

<sup>160</sup> ELIADE, M. *Imágenes y símbolos: ensayo sobre el simbolismo mágico-religioso*. Madrid: Taurus, 1955.

<sup>161</sup> 'Tab-bur' vol dir 'melic del món'.



mntanya i Déu es revela en la història jueva en una muntanya. D'una forma semblant apareix la muntanya en la tradició hindú; que situa la muntanya *Mehru* com a centre del món<sup>162</sup>.

Els hindús, per un altre cantó, reproduïxen aquest *centre del món* amb cada construcció (d'un altar o d'un edifici) i amb això regeneren el temps: els eixos espai i temps entrecreuant-los per renovar la vida del cosmos i repetint una cosmogonia; és a dir, un acte primordial de la creació de l'univers.

D'altra banda, els temples babilonis (*ziggurats*) s'erigien com a recreacions de les muntanyes sagrades esdevenint portes que comunicaven el sagrat amb el profà, el cel amb la terra. Allò que era considerat centre, ho era en virtut de la seva alçada -real o simbòlica- que posava en contacte allò terrenal amb allò elevat. De la mateixa manera passava amb els arbres sagrats o amb les columnes. La muntanya assenyala que les regions superiors, inaccessibles per a l'home, les zones siderals, adquireixen prestígis divins del transcendent, de la realitat absoluta, de la perennitat d'un cel que és elevat, infinit, immutable i poderós .

Els babilonis van considerar la pròpia Babilònia com a centre del món. Les seves muntanyes sagrades eren centres del món; punts de referència absoluts amb una categoria de realitat superior. Així mateix el Cel gaudia d'un grau de perfecció que no era possible a la terra i les ciutats més importants es van construir per analogia al mapa celeste per tal d'obtenir el favor dels astres als quals es rendia culte<sup>163</sup>.

D'altra banda, a la cosmovisió egípcia cal destacar el Nil, al voltant del qual es desenvolupava la vida dels egipcis. Per a ells el Nil era el centre del món, era sagrat, i el seu cabal estava regulat per les estrelles. El paper del Sol (*Ra*) era també de gran importància, els permetia calcular les hores del dia, les estacions i l'any nou. El Sol s'amagava cada dia, feia un viatge pel regne dels morts.

Aquesta cosmologia centrada en el cel va variar momentàniament en el món grec. El centre del món deixava de ser-ho pel fet d'estar en contacte amb el cel. El centre del món era la pròpia terra i el cosmos era concebut com una esfera. El mateix Aristòtil (384/383 - 322 a.C) va posar el seu èmfasi en criticar la imatge de l'Atlas sostenint el cel perquè ell postulava que cel es sostenia per si mateix perquè era esfèric<sup>164</sup>. Per als grecs l'Oracle de Delfos o en els temples eren també considerats *axis mundi*. Més endavant, els romans, a més de la muntanya de l'Olimp, construeixen

<sup>162</sup> ELIADE, M. *Imágenes y símbolos: ensayo sobre el simbolismo mágico-religioso*. Madrid: Taurus, 1955.

<sup>163</sup> Entre els babilonis es considerava l'univers com un calaix al fons del qual hi havia la superfície terrestre. Per ella discorrien els rius sagrats del Tigris i l'Eufrates, que constituïen la base de la fertilitat i de la riquesa per als habitants de la plana, però també eren una amenaça per a ells ja que les inundacions periòdiques implicaven un gran perill intent en la producció agrícola com en la pròpia vida.

<sup>164</sup> No obstant això, en Tales de Milet (s. VI. a.C), encara descobrim la concepció d'una terra que se sosté sobre la superfície de l'aigua i de la qual s'origina la vida. Podem observar la influència semítica sobre aquesta concepció.

la seva ciutat a partir del temple i del *mundus*<sup>165</sup> el qual és una expressió més del *centre del món*.

Com veurem de passada en l'urbanisme medieval, el cristianisme construeix espais arquitectònics com ara les Catedrals que ocupen els centres de les ciutats també com a *axis mundi* o, en el cas de les ciutats islàmiques, la vida de la ciutat transcorre al voltant de la Mesquita (a més de tenir un *axis mundi* com la Meca o la Kaaba).

A partir del segle XVII, amb la progressiva presència de la raó com a explicació del món, l'«*axis mundi*» s'antropocentritza. Els *centres del món* ja no són les catedrals ni els temples, almenys a occident, sinó els llocs on es construeixen i s'executen els dissenys de la raó humana com ara els palaus i les universitats. El *centre del món* ja no és transcendent sinó immanent; és a dir, que el sentit de l'espai ja no és atribuït per cap ordre còsmic o diví sinó pel poder o per la raó de l'ésser humà.

Aquest procés d'antropologització de l'«*axis mundi*» deriva en diversos substituïts secularitzats; el més representatiu dels quals en la contemporaneïtat és el gran magatzem, el centre comercial o el *mall*<sup>166</sup>. Al voltant seu transcorre i es vertebrava la vida social (*civitas*) i es revitalitzen les zones (sobretot la perifèria, *urbs*) esdevenint *temples* de consum i una representació del món com deia Henri Vigne l'any 1873 referint-se als grans magatzems parisencs del Louvre: «No es tracta d'un edifici, és un món!»<sup>167</sup>.

En aquest sentit l'«*axis mundi*» rebaixat del nostre món contemporani representa l'eix de sentit de la nostra existència com a individual i social: consum i oci. La força dels espais creats com ara parcs temàtics o grans centres comercials indiquen un canvi de mentalitat respecte etapes històriques anteriors.

L'espai simbòlic del gran magatzem, tanmateix, és per tot arreu i són ells qui, segons l'urbanista J.L. Abu Lughod<sup>168</sup>, van articulant una ciutat dispersa i difosa per tot el territori configurant un mapa d'eixos espargits, fragmentats i sense cap centre neuràlgic sinó múltiples grans magatzems interconnectats en la forma de xarxa.

<sup>165</sup> RYKWERT, J. *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en Roma, Italia y el mundo antiguo*. Salamanca: Sígueme, 2002.

<sup>166</sup> El grans magatzems proliferen al París de mitjans del segle XIX a partir de l'èxit dels passatges. El *Bon Marché* (1864), *Le Printemps* i la *Belle Jardinière* (1866) o la *Samaritaine* (1869). Ja des d'aleshores els anomenaven 'Palaus' o 'Catedrals del comerç'.

<sup>167</sup> VIGNE, H. *Une visite aux magasins du Louvre*. L'illustration, 1r semestre, 1873. Citat a SERRANO, R. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX*. [En línia]. Scripta Nova. Universitat de Barcelona. núm. 211, 2005. <[www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm)>. [Consulta: 27 de febrer de 2011].

<sup>168</sup> ABU LUGHOD, J.L. *New York, Chicago, Los Angeles. America's Global Cities*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999.

## 1.4 La ciutat projectada des de l'arquitectura i l'urbanisme.

En realitat, en totes les cultures humanes el fet de fundar una ciutat no era cap altra cosa que procedir a l'organització de l'espai d'acord amb el model suprem de què disposa l'home: el cosmos<sup>169</sup>.

L'organicisme-holisme per una banda, i el mecanicisme-individualisme per l'altra impregnen la projecció de la ciutat i alhora la relacionen amb la utopia o la política tal i com hem exposat en els apartats anteriors. Malgrat que aquí parlem fonamentalment de la *urbs* (de l'espai físic que ocupa la ciutat) l'urbanisme no fa referència només a unes projeccions de la ciutat imaginada des de la fantasia. L'urbanisme projecta des de tots els factors que influeixen en el seu àmbit i, per tant, ha de tenir en compte l'economia, la política, els canvis socials i culturals a més de l'impacte ecològic en el medi.

En efecte, l'urbanisme és un concepte global que reclama tenir en compte un gran ventall de qüestions. Probablement, les més importants són l'arquitectura, la sociologia i, en menor mesura la geografia, encara que cal afegir-hi l'ecologia i el paisatgisme, però també el dret, l'economia, la història, l'etnologia, la psicologia personal i ambiental i altres. La mirada global és la que ha d'integrar tots aquests elements<sup>170</sup>.

L'urbanisme, que estudia i intenta resoldre els requeriments de l'individu en relació al seu entorn, ha de tenir en compte tantes constants com té l'individu i la societat. Així doncs, l'urbanista no pot concebre la ciutat com un cercle tancat i hermètic en l'interior del qual hi conviuen individus passius i estàtics sinó que la ciutat està oberta al canvi; oberta a allò que no és ella mateixa i a tot allò que es mou en el seu interior i exterior a to amb la vida quotidiana dels seus habitants.

L'urbanisme és una projecció de la ciutat; és l'expressió territorial de la ciutat concretada en un espai físic i una forma de relació amb el medi natural. Per això, com a producte de pensament humà, no està exempt d'influències del seu entorn vivencial i experiencial; de l'espai i del temps i d'una determinada cosmovisió sigui organicista o mecanicista. L'urbanisme, d'aquesta manera, sempre estarà lligat a l'època en la qual discorre.

<sup>169</sup> DUCH. LI. *Llums i ombres de la ciutat*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 2000. p. 416.

<sup>170</sup> OLIVA, J. *Reflexions entorn de la ciutat*. Quaderns de formació. Barcelona: Fundació Trias Fargas, 2006. La visió d'aquest arquitecte i urbanista aplega pràcticament totes les disciplines. El bon urbanista té en compte tot; pot ser considerat, en molts casos, segons l'autor, un humanista.

Totes les ciutats tenen una organització espacial que ha anat variant durant la seva història. La ciutat, a part de ser un emplaçament, es construeix en el temps i en la història<sup>171</sup>. La ciutat, doncs, conté capes; és un territori palimpsest, en algunes ciutats hi podem llegir la seva història perquè tenen la profunditat dels vestigis arquitectònics d'altres èpoques, dels monuments o de la distribució i del recorregut dels carrers. Però d'altres ciutats han esborrat la seva història, l'han feta superficial: de «guix»<sup>172</sup>.

La funció, la morfologia i l'estructura de la ciutat depenen d'aquelles societats i cultures que viuen en un espai i un temps determinats així com també del progrés tecnològic. Cap urbanisme és neutre i, en conseqüència, cap arquitectura tampoc. Per organitzar-se en l'espai calen uns criteris estètics i funcionals determinats i una manera de concebre el temps i l'espai. El mateix Lefebvre considera l'urbanisme una *superestructura* de la societat burocràtica de consum que organitza racionalment un espai que és polític.

L'espai, tanmateix, es pot concebre com una mercaderia, com un símbol o un valor. L'espai conté significacions que es manifesten en la separació clàssica tant utilitzada en els estudis de la ciutat entre nucli i perifèria o en el terreny religiós en la dicotomia *sagrat* i *profà*. La organització de l'espai és, en certa manera, un llenguatge social. Cada societat construeix el seu espai social<sup>173</sup>. Per això, vinculem la projecció d'espai a la noció de territori:

Esta necesidad de una relación colectiva vivida entre una superficie topográfica y la población establecida en sus pliegues permite concluir que no hay territorio sin imaginario del territorio. El territorio puede expresarse en términos estadísticos (extensión, altitud, temperatura media, producción bruta, etc.), pero no puede quedar reducido a lo meramente cuantitativo. Al ser un proyecto, el territorio está semantizado. Es susceptible de discurso. Tiene un nombre. Proyecciones de todo tipo se vinculan al mismo, y éstas lo transforman en sujeto<sup>174</sup>.

<sup>171</sup> La ciutat no només és en la seva història sinó que la ciutat com a construcció humana, dirà Aldo Rossi, testimonia valors i memòria col·lectiva. "La ciudad y la región, la tierra agrícola y lo bosques se convierten en una cosa humana porque son un inmenso depósito de fatigas, son nuestras manos; pero en cuanto a patria artificial y cosa construida pueden también atestiguar valores, son permanencia y memoria. La ciudad es en su historia". **ROSSI, A.** La arquitectura de la ciudad. Barcelona: Gustavo Gili, 1979. p. 64.

<sup>172</sup> Ciutat de «guix» en referència a la perspectiva de l'autor romàntic Víctor Hugo (1802-1885) en la seva novel·la *Nostra Senyora de París* (1831): "El París actual no té cap fesomia general. És una col·lecció de diferents mostres i les més bells han desaparegut. La ciutat només creix en cases, i quines cases. Amb el camí que fa París es renovarà cada cinquanta anys. La significació històrica de la seva arquitectura s'esborra cada dia. Els monuments esdevenen cada dia més clars i sembla que es vegi com s'enfonsen a poc a poc ofegats per les cases. Els nostres pares tenien un París de pedra; els nostres fills tindran un París de guix". **HUGO, V.** *Nostra Senyora de París*. Barcelona: Edicions 62, 1981.p. 115. Aquesta idea la trobem actualment reformulada per Rem Koolhaas en la seva «ciutat genèrica».

<sup>173</sup> **LEFEBVRE, H.** *La producción del espacio*. Barcelona: Anthropos, 1984. Dirà Lefebvre que l'espai és una construcció social i que cada societat crea el seu propi espai.

<sup>174</sup> **CORBOZ, A.** "El territorio como palimpsesto" A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 28.

Com ja hem assenyalat en el capítol anterior en referència a l'«*axis mundi*», a cada espai li correspon un significat. En les ciutats teocèntriques, per exemple, el nucli s'identificava amb el lloc de culte: un temple o un espai sagrat<sup>175</sup>. En d'altres ciutats el centre era ocupat per edificis de l'administració, palaus o pel poder imperial. A l'antiga Grècia i Roma, com veurem més endavant, el centre l'ocupava l'Àgora i el Fòrum.

I durant el s.XX els nuclis de les ciutats immerses en l'accent capitalista (consumista) s'identifica amb els carrers on se situen els grans magatzems i les botigues coincidint sovint amb el que és el nucli antic de la ciutat<sup>176</sup>. Malgrat que això continua passant, el nou urbanisme contemporani implanta nous centres en la perifèria en forma de petites ciutats de consum (*malls*) esbossant, com veurem més endavant, una planificació dispersa i descentralitzadora.

Cada organització espacial, doncs, respon a un esquema mental lligat a un moment històric concret i a un context polític, econòmic, social i cultural específic. I, en alguns casos, a un ideal de bellesa. Això mateix passa amb l'arquitectura. També els arquitectes responen al seu temps i al seu context. El mateix plantejament urbanístic de la ciutat pot considerar-se, doncs, una pràctica cultural.

En aquest sentit, Max Weber<sup>177</sup> (1864-1920) assenyala que, tot i que la formació de la ciutat (el seu urbanisme) hi incideixen factors econòmics, polítics, militars i religiosos, la influència de cadascun d'aquests factors és difícil de determinar. Malgrat tot, tots aquests factors es presenten en un moment determinat de la història.

La ciutat per Weber ha estat la seu de l'administració, de l'exèrcit i del comerç i això la situa (ni que sigui per la seva vessant simbòlica) amb els òrgans de govern, com a estandard d'una civilització, un estat o una nació.

La ciutat barroca, per exemple, que es configurava a partir del lloc de residència del rei i la seva cort o ciutats papals com ara Roma o Avinyó manifesten que la ciutat, a

<sup>175</sup> Llegiu Lewis Mumford fent referència a l'espai simbòlic en l'urbanisme medieval: "Durante la Edad Media las relaciones espaciales tendían a ser organizadas como símbolos y valores. El objeto más alto en la ciudad era la aguja de la torre de la iglesia que apuntaba hacia el cielo y dominaba todos los edificios menores, como la iglesia dominaba sus esperanzas y sus temores. El espacio se dividía arbitrariamente para representar las siete virtudes o los doce apóstoles o los diez mandamientos o la trinidad. Sin una referencia simbólica constante a las fábulas y a los mitos de la Cristiandad, el fundamento del espacio medieval hubiera llegado al colapso". **MUMFORD, L.** *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2000. p. 35.

<sup>176</sup> Diu Lefebvre: "En la ciudad antigua, griega y romana, la centralidad se fija en un espacio vacío: el ágora, el foro. (...) La ciudad medieval, por su parte, no tardó en integrar mercaderes y mercancías. Pronto las instaló en su centro: la plaza del mercado, centro comercial que por una parte marca la vecindad de la iglesia, y por otra la exclusión (la heterotopía) del territorio mediante el recinto. El simbolismo y las funciones de este recinto difieren de lo que el análisis nos descubre en la ciudad oriental o antigua. (...) La centralidad urbana acoge los productos y las personas. (...) La ciudad capitalista ha creado el centro de consumo. La producción industrial no ha constituido una centralidad propia, salvo en casos privilegiados (...) de empresas importantes a cuyo alrededor se ha edificado una ciudad obrera. Es ya sabido el doble carácter de la centralidad capitalista: lugar de consumo y consumo de lugar. Los comercios se densifican en el centro (...). Esta centralizarse instala con predilección en los antiguos núcleos, en los espacios que han sido apropiados a lo largo de la historia pasada. En estos lugares privilegiados, el consumidor acude también a consumir el espacio; la reunión de objetos en las tiendas, escaparates, estantes, se convierte en razón y pretexto de la reunión de personas, que ven, miran, hablan, se hablan. Y, a partir de la confluencia de cosas, pasa a ser terreno de encuentro". **LEFEBVRE, H.** *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1978. (4t ed) p. 153-154.

<sup>177</sup> **WEBER, M.** *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de cultura económica, 1993.

excepció dels monestirs medievals, era dipositària del poder, de l'art, del pensament més que no pas la ruralia.

Tot seguit farem una revisió molt resumida de la història de l'urbanisme occidental<sup>178</sup>; vinculant la morfologia de cada etapa a les diferents mentalitats de cada època, relacionant el pensament de cada període amb la seva traducció en el traçat urbà.

### 1.4.1 La ciutat clàssica: Grècia i Roma

La història occidental situa en el Neolític la naixença de les primeres ciutats en les valls del Tigris, l'Eufrates, el Nil i l'Indo<sup>179</sup>. No obstant això, és especialment reveladora la ciutat que van planificar els grecs i els romans posteriorment i de la qual se sent especialment hereva les cultures occidentals. Com assenyala Lluís Duch, «la nostra cultura són variacions de les creacions culturals del món grec»<sup>180</sup>. La ciutat clàssica grega i romana té una gran regularitat geomètrica i una estructura harmònica amb el pensament de les seves societats.

#### 1.4.1.1 L'urbanisme de la Grècia clàssica

Pel que fa a l'urbanisme de la Grècia clàssica, destaquem quatre elements que es relacionen estretament amb la cosmovisió d'aquesta civilització. Per una banda, la concepció racional de l'espai; en segon lloc, la concepció de l'espai públic com a valor important, en tercer lloc, la proporció i concepció de la ciutat com a escultura; com a un 'tot' ajustat a les proporcions de l'escala humana i, per últim, un vincle molt estret entre la ciutat, els déus i la mitologia.

<sup>178</sup> A mode d'apunt, la ciutat oriental per a Weber representa la manifestació concreta de la potència sobirana, que la crea y que regula la vida. En aquest sentit, Xina i Índia són per aquest autor l'antítesi a la ciutat occidental. La ciutat xinesa es desenvolupa des de la perifèria cap a dins; la muralla i les portes són parts fonamentals. La geomància (art d'endevinar mitjançant figures fetes a terra) i el culte religiós influeixen, juntament amb el poder polític, en l'edificació de l'assentament urbà. L'espai que queda dins de les muralles s'emplena gradualment d'una manera ordenada i preplanificada. Els carrers són sempre ortogonals i els barris estan separats per reixats. Pel que fa a la ciutat Índia, diu Weber, el sistema de les castes regula el connubium i ve reforçat per creences màgiques. Els nobles viuen en els pobles dels seus avantpassats i tenen sota el seu control a pagesos, artesans i pàries. Tots els grups estan al servei de les castes dominants. Ara bé, lluny de desviar-nos del tema, el que ens interessa esbossar aquí és l'urbanisme de la ciutat occidental més que no pas l'urbanisme de la ciutat oriental per tal d'acotar d'alguna manera la nostra recerca. Llegiu **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 12-34 i **WEBER, M.** *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de cultura económica, 1993.

<sup>179</sup> Tal i com s'assenyala en el llibre de Charles Delfante, hi ha una certa controvèrsia entre la denominació 'ciutat' per a aquests assentaments neolítics. Autors com ara J.L. Huot, J. P. Thalmann o D. Valbelle consideren aquests assentaments falsos ciutats neolítiques mentre que autors com ara l'arqueòleg britànic Childe les considera ciutats fins al punt de no parlar de 'revolució neolítica' sinó de 'revolució urbana'. **DELFANTE, CH.** *Gran historia de la ciudad. De Mesopotamia a Estados Unidos*. Madrid: Abada, 2006. Sobre els assentaments previs a la ciutat grega i romana llegiu **PONTING, C.** *Historia verde del mundo*. Barcelona: Paidós, 1992. p. 51-115.

<sup>180</sup> **DUCH, LI.** *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana III*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 2000. p. 443.

Respecte a la racionalització del territori, l'expansió colonial dels segles IX-VIII a.C per la Mediterrània va motivar la creació de ciutats senceres a partir d'un model de planificació urbana pensat d'antuvi. Tots els carrers tenien la mateixa amplada i el mapa urbà que es configurava era ortogonal (ciutats com per exemple Milet, Atenes, Esparta, Antioquia...). L'ordenació en quadrícula de la ciutat que proposava un dels primers urbanistes de la història, Hipòdam de Milet (s. V a.C), és la cristallització del pensament racional grec:

Era lógico esperar que en ambiente filosófico de Grecia, que legó el mundo las bases del raciocinio moderno y el nacimiento de la idea, de la teoría, como fundamento del mismo, surgiera también una teoría racional de la ciudad como una organización ideal que resolviera las deficiencias de la ciudad natural o histórica que se había creado a través de los años<sup>181</sup>.

Pel que fa a l'espai simbòlic de la civilització grega es tradueix en la separació de la ciutat dels déus (a l'*Acròpolis*<sup>182</sup> hi havia els temples i els edificis religiosos) de la resta de la ciutat, tot i que en algunes ciutats, com ara Milet, aquest fet no es dona. Aquesta creació d'uns espais sagrats responen al politeisme i a la tradició del culte públic, festes i processons dedicades al déu que protegia la ciutat. La religió, doncs, ocupa un espai important dins la cultura hel·lènica i ens serveix també per elaborar el mapa del pensament i de la vida quotidiana dels ciutadans l'antiga ciutat grega.

En segon lloc, un altre element urbanístic pensat i executat pels grecs, van ser els espais públics: llocs on s'organitzava la democràcia i es coïa la filosofia. L'*àgora* era el lloc per trobar-se amb l'altre, el centre cultural, polític i comercial (tot i que en l'època homèrica només es tenia en compte la seva utilització política). A més a més, hi havia l'*stoá*: un pòrtic cobert que servia d'aixopluc als habitants que es reunien per parlar i comerciar i els *buleuteri* i l'*ekklesiasteri*; edificis públics destinats a reunions polítiques.

De fet, la mateixa paraula 'política' (*politiké, politeia*) és derivada de *polis*: el nom que designa, com hem vist anteriorment, les ciutats-estat gregues que van ser el marc d'expansió de la cultura hel·lènica fins al període hel·lenístic posterior a Alexandre el Magne, moment en què van perdre la seva autonomia. L'urbanisme de la *polis* fomenta el diàleg entre habitants. A més a més, com a marc de desenvolupament econòmic, cultural i intel·lectual, la *polis* és considerada per la tradició filosòfica i política d'occident com el marc d'on emergirà la raó (el *logos*). Plató, a la *República*<sup>183</sup> i a les

<sup>181</sup> CHUECA, F. *Breve historia del urbanismo*. Madrid: Alianza, 1974. (3ª ed) p. 53.

<sup>182</sup> L'Acròpolis era el cor de la ciutat grega, el centre de les activitats més valorades i l'essència de la seva existència; el lloc dels déus en la ciutat. MUMFORD, L. *La ciudad en la historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 199-204.

<sup>183</sup> 'República' és precisament la traducció llatina del mot grec 'Politeia'.

*Lleis*, Aristòtil a l'*Ètica a Nicòmac* i a la *Política* i els estoics reflexionaran sobre la *polis*, projectant-la i alhora deixant-se cisellar per ella.

A banda de la política i el mercadeig, també era freqüent construir espais públics per a l'entreteniment com ara el gimnàs, la palestra o el teatre. L'oci, era, com diu Aristòtil, una condició indispensable per a la «vida bona» en la *polis*<sup>184</sup>.

Espais d'oci que no es donaran, com veurem, en la concepció de la ciutat islàmica que és més aviat privada i secreta. Fins i tot la casa, que generalment s'entén com a l'àmbit de la privacitat, a l'antiga Grècia en conformava al voltant d'un pati central anomenat *peristil* que equivalia, a petita escala, a l'àgora urbana.

D'una manera o altre, doncs, la ciutat grega és abocada a l'espai públic, als carrers transitats i als llocs d'encontre amb l'altre. No és casual aquest fet sinó que respon a la idea que l'espai públic era considerat un valor fonamental dins la mentalitat grega. El sentit de crear-los ens revela l'interès notable per la comunitat, pel diàleg i pel pensament així com també pel comerç i l'entreteniment col·lectiu dels habitants de les ciutats-estat gregues.

Pel que fa a la construcció física de la ciutat, els edificis de la *polis* es construïen d'acord amb una mentalitat antropocèntrica. Les proporcions les marcava l'escala humana. L'home era, reproduint paraules de Protàgores «la mesura de totes les coses».

Així doncs, la ciutat grega s'ha de copsar des d'un angle antropocèntric a diferència de, per exemple, els assentaments egipcis on l'escala dels principals edificis era colossal perquè l'arquitectura egípcia tenia només una finalitat religiosa i funerària i la mateixa residència del rei era considerada l'habitatge del monarca diví. Les preocupacions dels arquitectes grecs es trobaven lluny del món d'ultratomba egípcia; es preocupaven per la funcionalitat dels edificis, per les possibles perspectives, per les proporcions, per l'estètica i també per la relació dels edificis amb el seu entorn. Cada edifici s'havia d'entendre com a part d'un conjunt total. Per això, la ciutat grega també contemplava un ideal de bellesa concret i concebia els edificis com escultures dins el tot urbà.

Per últim, però no per això menys important l'espai organitzat per la ciutat grega (també la romana) manté un estret lligam amb els déus, els quals participen del mite fundacional de la ciutat a través d'un heroi, de la seva identitat i a ells se'ls deu el tribut pels valors que representen.

<sup>184</sup> El temps lliure o oci (*scholé*) és el temps del que disposem quan no hem de fer una activitat necessària. L'oci no té utilitat per viure per sí per viure bé. És temps per dedicar a l'activitat política, a la ciència, a la música i a la filosofia. La felicitat consisteix en activitats buscades per si mateixes i mai per altres coses. Utilitzar bé l'oci depèn de les virtuts. **ARISTÒTIL**. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 442.



La separació en espais sagrats i profans és només un dels elements visibles d'una religiositat transversal en la vida de la ciutat clàssica. El mite fundacional de la ciutat, que apuntarem més avall, és un ritual constitutiu de la ciutat clàssica que imprimeix el caràcter i la forma urbanística de cada ciutat.

#### 1.4.1.2 L'urbanisme de la Roma clàssica

En una línia semblant, es construïen les ciutats de l'urbanisme romà<sup>185</sup>. Les ciutats romanes també tenien un pla ortogonal i llocs públics per dialogar i divertir-se. De totes les ciutats, Roma va ser la primera gran *urbes* de la història amb prop d'un milió d'habitants durant l'Imperi. A diferència de la ciutat grega, no tots els carrers eren iguals; hi havia dos carrers principals més amples que els altres: el *cardo maximus* (direcció nord-sud) i el *decumanus* (est-oest)<sup>186</sup> que es podien trobar en ciutats de planta nova o en campaments militars que s'havien convertit en ciutat; és el cas de Barcelona. Paradoxalment, la ciutat de Roma va créixer tan ràpid que no es va tenir temps d'aplicar amb rigor l'esquema pensat per la ciutat. Tot i això, les ciutats romanes van aportar grans avenços pel que fa als sistemes d'aprovisionament i distribució d'aigua i desguassos.

Pel que fa a l'espai públic, la ciutat romana professa la mateixa naturalesa que la ciutat grega. Els edificis públics: basíliques (dedicades a l'administració de justícia), termes, teatres, amfiteatres o el circ eren també llocs de trobada que responien a una societat que donava importància a l'àmbit públic en la política, la cultura o l'entreteniment. En l'àmbit privat, la casa era molt semblant a la grega. També s'organitzava al voltant d'un pati on acostumava a haver-hi un pou o una piscina<sup>187</sup>.

Pel que fa a la religiositat, la cultura romana era més privada que no pas la grega però els temples continuaven ocupant un lloc cabdal dins la ciutat. La perspectiva etnocèntrica de la nostra societat secularitzada ens fa obviar sovint que la religió i el mite són fundacionals de les ciutats antigues<sup>188</sup>; no són cap pretext introductori.

Cada ciutat es funda a partir del mite i de l'heroi, mitjançant un ritual complex i simbòlic d'"inauguració" (*inauguratio*, que vol dir 'establiment de bons auguris'). La

<sup>185</sup> GARCÍA Y BELLIDO, A. *Urbanística de las grandes ciudades del mundo antiguo*. Madrid: CSIC, 1962. GRIMAL, P. *Las ciudades romanas*. Barcelona: Vergara, 1956.

<sup>186</sup> L'establiment de les coordenades o meridians celestes (*cardo* y *decumanus*) es projectaven segons les posicions del sol.

<sup>187</sup> Per raons del plantejament aproximatiu d'aquest exercici no aprofundirem en la casa romana; recomanem la lectura de GUILLEN, J. *Urbs Roma. Vida y costumbres de los romanos*. Salamanca: Sígueme, 1977. (vol I) p. 9 - 92.

<sup>188</sup> Com assenyala Joseph Rykwert "Los autores modernos despachan frecuentemente de un plumazo la relación entre unos factores prácticos como los que enumera Cicerón y la celebración ritual. Consideran los deberes religiosos como una introducción formularia al asunto que realmente interesa. Nunca pudo ser tal actitud de los antiguos. Si aceptamos imaginativamente las premisas de los antiguos, nos sorprenderá comprobar hasta qué punto es completa y racional su consideración del mito y del ritual". RYKWERT, J. *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en Roma, Italia y el mundo antiguo*. Salamanca: Sígueme, 2002.p. 44

importància de l'aspecte transcendental de la projecció de la ciutat romana es manifesta ja en el primer pas del ritual: la *cumtemplatio* (cum-templare) que és la 'demarcació del temple' que esdevé un retall de cel a la terra.

Un cop fixat el lloc aleshores es projectava el temple sobre el terra, esbossant-se d'aquesta manera la cèl·lula germinal de la futura ciutat. Per tant, en certa manera, la forma de la ciutat romana era el resultat de la seva projecció celeste. En aquest sentit, tota la seva projecció i els aspectes a tenir en compte a l'hora de projectar la ciutat (economia, higiene, trànsit, serveis...) eren traduïts abans en termes mítics<sup>189</sup>.

En virtud de él [del ritual de fundació de la ciutat] se podía fundar la ciudad concebida como un auténtico cosmos. De hecho esa fundación era una *re-fundación* del cosmos mismo. La ciudad, en cierto modo, era concebida como centro y ombligo del cosmos<sup>190</sup>.

D'altra banda, la planificació urbana comptava amb l'aparició de monuments commemoratius com ara els arcs de triomf o les columnes per manifestar la grandesa de Roma; objectes simbòlics enmig d'una ciutat els quals, més enllà de la bellesa, cerquen transmetre un missatge pel ciutadà: Roma era poderosa, esplendorosa i orgullosa.

Pel que fa a la concepció de l'espai, l'arquitecte romà difereix del concepte hel·lenístic. L'arquitectura grega havia concebut l'espai d'una manera exterior, mirant la ciutat des de fora, preocupant-se pels punts de vista exteriors i fent dels edificis escultures. En canvi, els romans miren la ciutat des de dins, preocupats per construir espais interiors on trobar-se. A la ciutat romana, en aquest sentit, es dona un concepte d'espai més privat que no pas a la ciutat grega.

<sup>189</sup> RYKWERT, J. *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en Roma, Italia y el mundo antiguo*. Salamanca: Sígueme, 2002. p. 46. i 67-76. El fundador de la ciutat abans de fundar-la, consultava el vol de les aus, el moviment dels animals, l'evolució dels núvols, els trons i feia endevinació a través de fetges.

<sup>190</sup> TRIÁS, E. "Pròleg". A: RYKWERT, J. *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en Roma, Italia y el mundo antiguo*. Salamanca: Sígueme, 2002. p. 12.

## 1.4.2 La ciutat medieval

Amb la caiguda de l'imperi Romà el segle V i les invasions dels bàrbars, la morfologia de la ciutat canvia i la ciutat es ruralitza. L'Alta Edat Mitjana és una època de decadència en els territoris cristians occidentals mentre que les ciutats bizantines i musulmanes gaudeixen de màxima esplendor. Són temps convulsos, de molta inestabilitat originada per les guerres. Durant aquest període, trobem dues tipologies d'urbanisme: el materialitzat en la ciutat islàmica i el materialitzat en la ciutat cristiana<sup>191</sup>.

### 1.4.2.1 L'urbanisme de la ciutat islàmica

Pel que fa a la ciutat islàmica<sup>192</sup>, se li atribueix un caràcter privat i secret. Mentre que a la ciutat clàssica l'espai públic era un valor, a la ciutat islàmica ho és la privacitat. No hi ha àgora, ni locals per celebrar assemblees ciutadanes, ni llocs per a l'esbargiment com ara el circ, el teatre o l'amfiteatre. La vida pública es concentra al voltant de les mesquites, els mercats i els banys.

La ciutat islàmica, doncs, es construeix de dins cap a fora, perdent d'aquesta manera l'espai col·lectiu per excel·lència: el carrer. La ciutat és plena de carrers estrets, irregulars, laberíntics i sense sortida. L'atzucac no porta d'un lloc a un altre perquè és un espai de trànsit privat que contradiu el mateix principi de l'urbanisme occidental on el carrer és, per definició, un espai públic de circulació<sup>193</sup>. La planificació dels carrers respon a una vida nòmada cristal·litzada en la ciutat<sup>194</sup>.

Per això, com diu Fernando Chueca, la ciutat islàmica és considerada una ciutat privada i secreta difícil de descobrir pel vianant:

La ciudad islámica es una ciudad secreta, una ciudad que no se ve, que no se exhibe, que no tiene rostro, como si sobre él cayera el velo protector que oculta las facciones de la esclava del harén. (...) La vida privada es impenetrable para el transeúnte que no percibe más que sombras huidizas a través del estrecho foso de la calle<sup>195</sup>.

<sup>191</sup> Henri Pirenne descriu molt bé el context de formació de les ciutats medievals. Vegeu **PIRENNE, H.** *Las ciudades de la Edad Media*. Madrid: Altaya, 1997.

<sup>192</sup> Per a una visió més completa de l'urbanisme de la ciutat islàmica i dels aspectes polítics, religiosos i econòmics llegiu: **SERJEANT, R.B. [et al.]** *La ciudad islámica*. Barcelona: Serbal, 1982.

<sup>193</sup> El carrer, a més d'una artèria de circulació, és l'espai públic per excel·lència alhora que defineix allò públic i allò privat; estructura la ciutat, i és part determinant de la morfologia urbana.

<sup>194</sup> Segons Chueca el pobles musulmans que s'estableixen a les ciutats passen sense transicions d'una vida nòmada a una vida urbana i això es veu reflectit en un urbanisme més improvisat i espontani.

<sup>195</sup> **CHUECA, F.** *Breve historia del urbanismo*. Madrid: Alianza, 1974. (3ª ed) p. 75 i 82.

Pel que fa a les cases, encara en la clau privada, no tenen ornaments a les façanes; és al seu interior on podem descobrir la multiplicitat de detalls ornamentals.

Arquitectònicament, la privacitat es tradueix en les portes de la ciutat emmurallada. La porta monumental que tanca i obre la ciutat islàmica és artísticament i tècnicament molt elaborada en contrast amb els altres edificis de la ciutat. La porta, simbòlicament, és el lloc de rebuda del visitant, el vestíbul de la ciutat, frontissa entre l'espai interior i l'espai exterior de la casa o de la ciutat<sup>196</sup>.

La ciutat islàmica, doncs, també conté en el seu urbanisme l'empremta profunda d'una cultura, d'una religió, d'una manera de ser d'una societat concreta on el valor d'allò privat es sobreposa a allò públic. A més a més, la religiositat de l'Alcorà ocupa un lloc preponderant en la concepció espacial i social de la ciutat. Si la ciutat clàssica era la suma dels seus ciutadans, la ciutat islàmica és la suma dels seus creients.

#### 1.4.2.2 *L'urbanisme de la ciutat cristiana*

En segon lloc, a l'edat mitjana trobem la ciutat cristiana que és hereva de la ciutat clàssica. El context històric és el mateix que el de la ciutat islàmica. Després de la caiguda de l'Imperi Romà, l'organització política i les institucions d'Europa canvien. Europa es ruralitza fent del camp la base de la seva economia. S'estableix el feudalisme i el rei, els senyors feudals i l'església jeràrquica dominen completament els territoris. Aquests canvis socioeconòmics i polítics fan que la població es dispersi pel territori i que es dibuixi una nova morfologia del paisatge.

Segons Chueca, la ciutat de l'edat mitjana no apareix pròpiament fins als inicis del segle XI d.C fruit del comerç i de la indústria i no es desenvolupa intensament fins als segles XII i XIII d.C. Abans d'aquest moment, diu l'autor, hi havia un domini absolut de l'organització feudal agrària de la societat.

Pel que fa a la planificació urbana, respon als temps convulsos i al seu context econòmic, social i cultural. Són ciutats pensades per a la defensa, construïdes en llocs difícilment expugnables (illes, pujols, voreres de rius...), emmurallada, que aprofita els accidents geogràfics com a elements defensius per dificultar el pas a possibles exèrcits o assalts enemics. La muralla delimita clarament la ciutat de la resta i crea el límit legal i jurídic a més de servir d'aduana.

D'altra banda, la ciutat medieval cristiana s'emmotlla a la topografia. No es modifiquen radicalment els elements naturals sinó que s'intenten incorporar en la planificació. El carrers són també irregulars i parteixen, en general, del centre de la

<sup>196</sup> Llegiu **SIMMEL, G.** "Puente y puerta" A: **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 2001. p. 45-53.

ciutat on s'erigeix la catedral. Des d'allà, fins a les portes de la muralla, els carrers s'estenen radialment. Parlem, doncs, d'un patró radiocèntric dins d'un perímetre emmurallat sensiblement circular o el·líptic ideat per a una millor defensa.

No obstant la planificació radiocèntrica generalitzada, no hi ha una preplanificació de la ciutat medieval; més aviat sorgeix d'un creixement natural orgànic. Per això, a més de les ciutats radiocèntriques, hi ha ciutats lineals, irregulars, crucials i ortogonals. Amb tot, la ciutat medieval és homogènia però al mateix temps cada part d'ella és peculiar; no hi ha dos carrers, ni dues places, ni dues cases iguals així com tampoc hi ha dues ciutats medievals idèntiques. Les ciutats medievals es diferencien les unes de les altres i cadascuna té una fesomia i un caràcter propis.

El cor de la ciutat medieval cristiana està ocupat per un temple la qual cosa fa adquirir a la ciutat un revestiment espiritual. No és casual que un edifici religiós n'ocupi el lloc. El context polític i religiós s'emmarca en el que el teòleg Hans Küng anomena el paradigma medieval (s.IV-XII) iniciat amb el gir constantinià iniciat l'any 313 d.C.<sup>197</sup>. L'Església havia anat agafant poder i havia esdevingut bon exemple d'organització, jerarquització i estabilitat enmig d'un context agitat per guerres, fam i pobresa assaonat per la remor mil·lenarista que anunciava ja la fi dels temps.

L'Església era poder, ordre i jutge moral, a més de dipositària de l'art i la cultura en els monestirs. La catedral, més enllà de manifestar el poder de l'Església<sup>198</sup> servia també com a catequesi per al poble. No era un edifici més, era un instrument proselitista que ensenyava i manifestava la presència de Déu enmig del poble.

A més a més, la catedral era el centre cívic de la ciutat; davant seu es trobava la plaça on es feia el mercat, l'ajuntament o la casa dels gremis. Uns gremis que controlaven els oficis que s'agrupaven en diverses zones de la ciutat generant així una segregació de l'espai urbà segons el oficis tal i com també passava en la ciutat islàmica. La ciutat és dels artesans i dels mercaders; oficis que es consideren fora de la servitud del camp. D'aquesta manera, la ciutat es va anar constituint com una àrea de llibertat dins del món rural i donarà pas a una societat burgesa emergent contrària al règim senyorial i feudal.

<sup>197</sup> A mode de resum; Hans Küng explica que amb el reconeixement del cristianisme per Constantí, l'Església comença a tenir una força hegemònica. Teodosi comença a perseguir als no-cristians. La cristianització de l'Imperi dona a l'església de Roma una força, unes eines jurídiques i polítiques que no havia tingut mai. Entre els segles V i VIII, el sud d'Europa era un caos causat per la invasió dels pobles del nord i tot això ve acompanyat d'un empobriment dels pobles. S'entra en una època de decadència. En aquest context l'Església és l'única força estructurada, i això li dona un poder enorme. Apareix el moviment benedictí, el qual inicia la formació dels monjos en el treball del camp i la ramaderia i, al mateix temps, en la còpia de llibres i escrits: a cada monestir hi trobem cultura i agricultura. Els monestirs –situats en la ruralia–, eren d'aquesta manera el focus de la civilització. En aquell territori l'abat tenia més poder que l'emperador. Poc a poc, apareixen civils que aprenen oficis i comencen a esdevenir comerciants. Es fan burgesos i s'estableixen a les ciutats. En aquesta època l'Església ho és tot. L'autocomprensió de l'Església en aquesta època seria "el món en l'església".

<sup>198</sup> Catedral o església eren l'edifici neuràlgic de l'assentament, el més alt era la torre del campanar que apuntava al cel i era símbol del poder de l'Església. MUMFORD, L. *Técnica y civilización*. Barcelona: Alianza, 1971. p. 35.

### 1.4.3 La ciutat del Renaixement

Després de l'època medieval ressorgeix el patró clàssic tant en l'art com en la manera de projectar la ciutat i, per tant, es recupera l'*homo mensura* i la visió antropocèntrica de la societat. Som en un moment de descobriments científics (Leonardo da Vinci, Copèrnic, Galileu, i Bacon entre d'altres) i geogràfics (el descobriment d'Amèrica transforma l'economia enormement i fa somiar amb la possibilitat d'altres mons), en el qual es desenvolupen els absolutismes i els estats nacionals moderns i sorgeix la separació entre el papa i l'emperador.

Al Renaixement, la societat es desacralitza i es tenyeix de laïcisme. El transcendent ja no ocupa, com en l'etapa anterior, l'eix central i categòric de la societat. El centre del món l'ocupa tant Déu com l'home i l'home culte ja no és el monjo sinó l'humanista: un individu que sorgeix de la burgesia i és emparat pel mecenatge. A més a més, en el terreny del coneixement, es comença a explicar la naturalesa d'una manera mecànica i matemàtica.

Hi ha un canvi i renovació, doncs, en tots els camps (art, política, religió, filosofia, economia...) mitjançant un retorn a les fonts; als ideals de l'antiguitat clàssica: a l'Humanisme. La traducció del retorn al patró clàssic es detecta dins la ciutat sobretot a nivell arquitectònic. L'arquitectura del Renaixement edifica cercant l'horitzontalitat i la correspondència amb les proporcions humanes contràriament al que havia estat l'arquitectura gòtica que transcendia l'individu buscant la verticalitat de les seves construccions. En aquest sentit, existeix un canvi important en el terreny arquitectònic i una renovació de plantejaments influenciada pels estudis humanístics.

D'altra banda, la ciutat del Renaixement no és morfològicament diferent de la ciutat medieval. L'activitat urbanística dels segles XV i XVI són bàsicament reformes a l'interior de les ciutats que no alteren gaire l'estructura general. Això no vol dir que no hi hagués una manera de pensar la ciutat diferent. La hi ha, però no s'apliquen les aportacions teòriques fonamentades en la ciutat ideal.

Recordem que som en un context coetani a les utopies filo-polítiques de Campanella o Bacon i a l'era dels descobriments. La utopia, doncs, també impregna els arquitectes i artistes del moment. Els seus projectes i tractats<sup>199</sup> replantegen els

<sup>199</sup> Destaquem alguns tractats d'arquitectura com el de Leone Battista Alberti, Antonio Averlino (conegut per Filarete) o Giorgio Martini. Pel que fa als plantejaments urbanístics, els arquitectes del Renaixement llegeixen Vitruvi (arquitecte i enginyer romà del segle I a.C) qui explica en un tractat com ha de ser una ciutat. Els requisits bàsics de la doctrina vitrubiana són els següents: *firmitas* –consciència, vigor, fermesa, resistència, estabilitat- , *utilitas* – utilitat- , *venustas-gracia encís*- . D'aquí neix la ciutat-ideal del Renaixement, una creació més intel·lectual que real. Un altre element inspirat en Vitruvi és l'organització de la ciutat a partir de la defensa dels vents. Per això la ciutat de planta octogonal envoltada de muralles típica del Renaixement on cada fragment de muralla s'oposa a un dels vents. **VITRUBIO, M.L.** *Los diez libros de Arquitectura*. Madrid: Alianza, 1995.

centres urbans a algunes ciutats europees però hi ha poques plasmacions reals d'aquests projectes exceptuant algun cas a Amèrica<sup>200</sup>. Per tant, les aportacions teòriques fonamentades en la ciutat ideal no tenen una traducció visible però hi són.

Més endavant es recolliran alguns d'aquests plantejaments urbanístics per tal de reorganitzar la ciutat medieval. Un exemple és la reestructuració urbana d'Amsterdam a principis del segle XVII i el seu nou traçat de la ciutat parcialment radiocèntric els eixos del qual són els canals. L'esquema base pertany al segle anterior. Una planificació radial pròpia dels arquitectes renaixentistes a la qual se li atribueix un simbolisme màgic i religiós. La ciutat-ideal és el reflex de l'esfera celeste i els radis de la ciutat, quan són dotze, coincideixen amb el signes del zodíac o els dotze apòstols. Com en *La Ciutat del Sol* de Campanella, la ciutat té implicacions astrològiques, astronòmiques i religioses que uneixen el món superior amb el món inferior.

I tot això afegint-hi un gran interès per la bellesa que, en certa manera, transcendeix la ciutat i l'eleva. Per això, les ciutats ideals del Renaixement contenen com a valor suprem una idea de bellesa que amara totes les facetes de la vida urbana. Fins i tot, en la concepció estètico-humanística de l'arquitecte-urbanista, les relacions socials quedaven ennoblides per un marc més bell i més perfecte com era la ciutat ideal. L'arquitecte, d'aquesta manera, ja no era un simple arquitecte sinó un artista i l'àmbit social quedava relegat a un ideal suprem de bellesa.

Aquest ideal implica un cert desig d'estabilitat i hieratisme que entroncaria, segons Frank i Fritzie<sup>201</sup>, amb l'ideal d'immutabilitat d'una societat sense canvis exposada per Plató. En aquest sentit, els arquitectes del Renaixement van planificar estructures d'acord amb aquest tipus de societat estàtica.

La ciutat ideal del Renaixement, malgrat no es va dur a la pràctica, sorgeix d'un pensar utòpic. S'entronca amb la imatge clàssica de ciutat però no des de l'enyorament sinó des de la renovació. En el Barroc es veuran algunes de les aportacions d'aquesta ciutat ideal utòpica, hereva de la clàssica, antropomètrica i holística. El desenvolupament de les ciutats del Renaixement està lligada a una nova concepció de l'home i del món. Un home nou i modern que reneix de les cendres per continuar amb l'herència del passat clàssic.

<sup>200</sup> La majoria d'idees urbanístiques del Renaixement no van passar de la doctrina, la utopia o l'ideal a Europa però van veure la seva realització real a Amèrica; en la colonització espanyola. Com assenyala Chueca referint-se a l'urbanisme del Renaixement: "*Amèrica es la tierra virgen donde la utopía no es utopía, donde es una posibilidad real*". **CHUECA, F.** *Breve historia del urbanismo*. Madrid: Alianza, 1974. (3ª ed) p. 127

<sup>201</sup> **FRANK, E.; FRITZIE P.** *El pensamiento utópico en el mundo occidental. Antecedentes y nacimiento de la utopía (hasta el siglo XVI)*. Madrid: Taurus, 1984.

#### 1.4.4 La ciutat barroca i la ciutat il·lustrada

El Barroc és el *segle de les Llums*<sup>202</sup>, de la Il·lustració, de l'absolutisme. A Europa es dona un moment de divisió important dins l'Església amb les doctrines de Martí Luter i la consegüent Contrareforma. És el període d'aparició dels grans estats moderns i de les capitals d'Estat. Capitals amb avingudes i places monumentals: el Palau de Versalles i la Plaça Vêdome a París, la Basílica de sant Pere del Vaticà, les places de Santa Maria della Pace i San Ignasi de Roma i les ciutats-residència dels reis, prínceps, arquebisbes i grans senyors.

Fins al Renaixement el poder polític canviava de lloc i no estava vinculat a cap ciutat concreta sinó que era itinerant. Durant el Barroc apareix la burocràcia amb més força i la cort s'assenta en un lloc permanent i això es tradueix en la morfologia de la ciutat i en la construcció dels edificis. Així, sorgeix la capital com a concepte.

Si bé és cert que antigament havien existit les grans metròpolis (Antioquia, Alexandria, Roma, Bagdad...) aquestes no es poden considerar capitals d'Estat en el sentit modern del terme. Segons Chueca, les grans ciutats antigues eren en elles mateixes entitats polítiques que encarnaven la ciutat-estat mentre que les noves capitals barroques eren la imatge i representació de la realitat nacional.

El naixement de la ciutat com a capital política de l'estat altera profundament les institucions antigues. Hi ha un ràpid creixement de les ciutats iniciat al segle XVI i els municipis es veuen afeblits pel sorgiment d'aquestes noves capitals d'estat.

Pel que fa a l'urbanisme, la ciutat barroca és hereva de les teories urbanístiques del Renaixement i de la ciutat ideal. La ciutat és entesa com a una obra d'art i la perspectiva pren una rellevància notable convertint-se en l'eina conceptual elemental de tota la planificació urbana.

Ja en la pintura del Renaixement s'havia passat de la imatge plana de dues dimensions a la tridimensionalitat. Era freqüent descobrir fons paisatgístics arquitectònics amb una perspectiva destacada. El Barroc fa ús d'aquesta perspectiva pictòrica renaixentista en la formulació urbanística de la ciutat. Segons Pierre Lavedan<sup>203</sup> hi ha tres principis urbanístics del Barroc: a) la línia recta b) la perspectiva monumental i c) la uniformitat sotmesa a la línia per no deformar precisament la perspectiva.

<sup>202</sup> També denominat: «Il·luminisme» (a Itàlia), «Aufklärung» (a Alemanya), «Enlightenment» (a Anglaterra), o generalment «Segle de les Llums» o «segle de la raó».

<sup>203</sup> Citat a **CHUECA, F.** *Breve historia del urbanismo*. Madrid: Alianza, 1974. (3ª ed) p. 145.



Amb la preponderància d'aquests patrons, la ciutat esdevé un punt de vista, un quadre amb perspectiva on el subjecte contempla la ciutat com ho faria el demiürg en acabar la seva obra. El pensar barroc endreça el món com a panorama global.

En aquest sentit, la visió focal de la ciutat coincideix amb la visió centralista d'estat i amb la seva organització monàrquica. La perspectiva suposa la contemplació del món des d'un sol punt de vista, com la manifestació del poder humà sobre les coses: el poder del rei sobre la nació. Aquest és el mapa mental de l'urbanista barroc.

A més a més, l'urbanisme barroc és un urbanisme de la representació en el sentit que la ciutat és concebuda d'una manera escènica, a la manera del 'Gran teatre del món' de Calderón de la Barca on, en moments determinats, els individus passen a ser actors o espectadors. D'aquí la por de Rousseau quan descobreix en la ciutat de París un gran teatre, ple de simulació teatral on les relacions socials són convertides en modalitats del teatre<sup>204</sup>. Ara bé, el temor del filòsof s'anticipava al que havia de venir. Dins del context barroc (a diferència d'ara) la línia que separava la realitat de la ficció estava clarament delimitada pel context. D'això, però, en parlarem més endavant amb la *ciutat hiperrealitzada*.

D'altra banda, fruit del procés encetat al Renaixement i refermat amb el *segle de les Llums* queda emplaçada una idea de ciutat il·lustrada que connecta amb el dibuix de l'individu il·lustrat; autònom i emancipat. L'individu aspira a viure en llibertat i consciència, confiat en la raó, la ciència i la educació com a vies de progrés. En aquest sentit, les idees il·lustrades són el fonament a partir del qual s'erigirà el pensament modern.

---

<sup>204</sup> ROUSSEAU, J.J. *Escritos de combate*. Alfaguara: Madrid 1979.

### 1.4.5 La ciutat moderna i l'urbanisme

La sociedad industrial es urbana. La ciudad es su horizonte. A partir de ella surgen las metrópolis, las conurbaciones, los grandes conjuntos de viviendas<sup>205</sup>.

El procés històric clau en la confecció de la ciutat moderna és la Revolució Industrial (s. XVIII-XIX) que va canviar la morfologia de les ciutats d'una manera contundent i ràpida motivada pels fluxos migratoris que configuraven les ciutats en barris segons la procedència dels seus habitants i del sector productiu on treballaven i també per les innovacions tecnològiques. La ciutat s'expandeix, la ciutat emmurallada sota el criteri funcional es derrueix per donar pas a l'expansió urbana.

Tots els canvis socials que es produeixen en aquell moment influeixen d'una o altra manera en la forma de projectar la ciutat i, en conseqüència, en la forma d'organitzar-la.

Si bé la pràctica d'organitzar l'espai urbà d'una determinada manera és força antiga l'aparició de la paraula 'urbanisme' és molt recent<sup>206</sup>. L'urbanisme és, recordem, la ciència i tècnica de l'ordenació de les ciutats i el territori, podem dir que com a ciència no estava instituïda però sí que es planificava la ciutat seguint una idea de ciutat.

Françoise Choay diferencia entre el que ella anomena preurbanistes i urbanistes. Per preurbanistes s'entenen els historiadors, els economistes i els polítics que organitzaven l'espai de la ciutat abans d'aparèixer la disciplina com a tal. Mentre que per urbanistes entenem els arquitectes especialistes en aquest àmbit.

Segons Choay, el preurbanisme estava vinculat a una sèrie d'idees polítiques mentre que l'urbanisme sembla, teòricament, despolititzat. Segons l'autora, l'evolució de la societat industrial en els països capitalistes ha desembocat en un liberalisme on les classes dirigents arranquen algunes idees i plantejaments del pensament socialista del segle XIX i els reajusten al mercat. L'urbanista sembla talment un arquitecte amb la fredor neutral de la tècnica:

«El urbanista no es más que un arquitecto», afirma Le Corbussier. Igualmente, el urbanismo deja de insertarse dentro de una visión global de la sociedad. Mientras que, a lo

<sup>205</sup> CHOAY, F. *El urbanismo. Utopías y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed). p. 9.

<sup>206</sup> El terme 'urbanisme' va ser encunyat per primer cop per l'enginyer català Ildefons Cerdà i Sunyer. Segons Françoise Choay el terme urbanisme és ambigu perquè designa tant els treballs d'enginyeria com els plànols de les ciutats o les formes urbanes característiques de cada època. El terme va aparèixer l'any 1910 en el *Bulletin de la Société géographique de Neufchatel*. CHOAY, F. *El urbanismo. Utopías y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p.11.

largo de su historia, el preurbanismo estaba vinculado a una serie de ideas políticas, el urbanismo parece *despolitizado*. Esta transformación del urbanismo puede explicarse por la evolución de la sociedad industrial en los países capitalistas<sup>207</sup>.

Ara bé, l'especialització de Le Corbussier que s'empara en la ciència i en la tècnica no implica necessàriament a la despolitització de l'urbanisme. Si ja hem qüestionat la neutralitat de la ciència, és raonable qüestionar un urbanisme que es basa en els seus mateixos valors.

Que es despolititzi la manera d'ordenar i visionar una ciutat no vol dir necessàriament que la mirada sigui neutra i no estigui influenciada per corrents d'art, de pensament o de cultura. La mateixa *Carta d'Atenes*<sup>208</sup> parteix d'una anàlisi concreta de la realitat social: es fa una crítica al creixement desordenat de la ciutat, a la falta d'higiene i d'habitatge digne i es proposen solucions que parteixen d'uns absoluts antropològics poc neutrals com ara preponderància de la llibertat individual o l'acceptació indemostrada del pla espiritual de la dimensió humana:

La ciudad debe garantizar, en los planos espiritual y material, la libertad individual y el beneficio de la acción colectiva. Libertad individual y acción colectiva son los dos polos entre los cuales se desarrolla el juego de la vida<sup>209</sup>.

Així doncs, pot existir un urbanisme desvinculat del món dels polítics però no pas un urbanisme desideologitzat: aïllat del context ideològic o aideològic de la societat en la que es desenvolupa. La mateixa autora es mostra reticent a acceptar la depolitització de l'urbanisme<sup>210</sup>. És, per a la nostra exposició, essencial remarcar aquest punt: tota proposta que fa l'urbanisme està determinada per factors socials, culturals, econòmics o polítics com ja havíem remarcat en els apartats anteriors. Tot urbanisme és projecció d'un pensament vinculat al món; influenciat per ell i alhora creació. En aquesta direcció Bettin, fent lectura de Lefebvre, dirà que l'urbanisme també és un espai polític perquè l'urbanisme és també ideologia que encobreix les finalitats reals de l'estratègia del capital. Més endavant, Manuel Castells també farà crítica de la ciutat en aquesta mateixa direcció:

<sup>207</sup> CHOAY, F. *El urbanismo. Utopias y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p. 39.

<sup>208</sup> La Carta d'Atenes és un manifest urbanístic que va ser redactat en el IV Congrés Internacional d'Arquitectura Moderna (CIAM) l'any 1933 i que va ser publicat per Le Corbussier l'any 1941. Sobre la urbanística del CIAM i les seves reunions vegeu BENEVOLO, L. *Historia de la arquitectura moderna*. Barcelona: Gustavo Gili, 1999 (8a ed). 553- 557.

<sup>209</sup> LE CORBUSIER. *Principios de urbanismo. La carta de Atenas*. Barcelona: Planeta Agostini, 1993. p. 117-118.

<sup>210</sup> L'autora apunta en un peu de plana ja fa l'incís: "Así pues, no estamos de acuerdo con N. Benevolo que, en *Le origini dell'urbanistica moderna* (Laterza, 1963), sitúa en 1948 la despolitización del pensamiento relativo a la ordenación urbana. De manera general, la teoría de los preurbanistas está influida más por una teoría de las relaciones sociales que por una política propiamente dicha". CHOAY, F. *El urbanismo. Utopias y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p. 39.

El urbanismo olvida las necesidades sociales; víctima del fetichismo del espacio se ilusiona en crear el espacio, pensando que de este modo controlará también de la mejor manera la vida cotidiana y creará nuevas relaciones sociales entre los habitantes de la ciudad. (...) El urbanismo, por tanto, se define como una superestructura de la sociedad burocrática de consumo dirigido, que organiza el espacio habitado a la luz de una racionalidad que, más o menos de buena fe, se pronuncia por la neutralidad de un espacio que es, en cambio, un espacio político<sup>211</sup>.

Recapitulant, l'urbanisme sempre conté, en ell mateix, la mirada del subjecte humà i no és possible separar-lo del seu context ni de la seva visió del món.

#### 1.4.5.1 El preurbanisme

Pel que fa al que Choay anomena **preurbanisme**, l'autora exposa dos models que més tard es reeditaran<sup>212</sup>. Un primer model és el model progressista en mans de pensadors com ara Owen, Fourier, Richardson, Cabet o Proudon (tots ells titllats precisament d'utòpics). Tots ells tenen una mateixa concepció de l'ésser humà i de la raó i una mateixa visió ideal basada en la igualtat entre individus. Critiquen la ciutat industrial perquè aliena l'individu i creuen que la ciència i la tècnica poden resoldre els problemes que es plantegen entre l'individu i el seu entorn i entre els mateixos individus. Aquesta fe en la tècnica i la raó, fan que es formuli un model d'espai seguint una lògica funcional, depenent de les formes de treball i les funcions.

Un segon model és el culturalista exposat en les obres de Ruskin i William Morris. El punt de partida d'aquest model no és l'individu sinó la col·lectivitat. L'individu no és una unitat intercanviable perquè cadascú és insubstituïble dins la comunitat; cadascú té uns atributs i particularitats diferents de l'altre. La ciutat ha de ser un tot orgànic on hi té cabuda cada individu particular (model organicista-holista). Segons aquests preurbanistes, la industrialització ha fet desaparèixer la unitat orgànica de la ciutat i, per aquest motiu, senten nostàlgia d'un ideal passat que identifiquen amb la ciutat antiga. A diferència del model progressista, la pedra angular d'aquest model no és el progrés sinó la cultura. En aquest model les necessitats espirituals preponderen sobre les materials.

<sup>211</sup> **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 132.

<sup>212</sup> L'arquitecte Carlos García Vázquez prossegueix el discurs que Choay deixa a la dècada dels seixanta i el reprèn a mitjans de la dècada dels setanta analitzant les tres últimes dècades i enquadra les teories urbanes en marcs conceptuals més amplis. García Vázquez prefereix parlar de 'visions' en lloc de 'models' una apreciació avinent malgrat que emprarem el mot 'model' de Choay per respectar la terminologia de la autora: "*Las 'visiones urbanas' nos remiten a formas de mirar; es decir, no tanto a 'cómo es' la ciudad, sino a 'qué' nos interesa de ella, como la filtramos, como la proyectamos y cómo nos proyectamos sobre la misma*" **GARCÍA VÁZQUEZ, C.** *Ciudad hojaldre*. Visiones urbanas del siglo XXI. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. p. 2.

En la seva traducció arquitectònica, la ciutat que projecten els culturalistes està circumscrita en uns límits precisos i mostra un contrast diàfan amb la naturalesa. La naturalesa s'intenta conservar en l'estat més salvatge. D'altra banda, la ciutat no és mai desmesurada i s'inspira en la ciutat medieval: és asimètrica i irregular com passa en l'ordre orgànic i cada edifici ha de ser diferent a l'altre per expressar la seva singularitat.

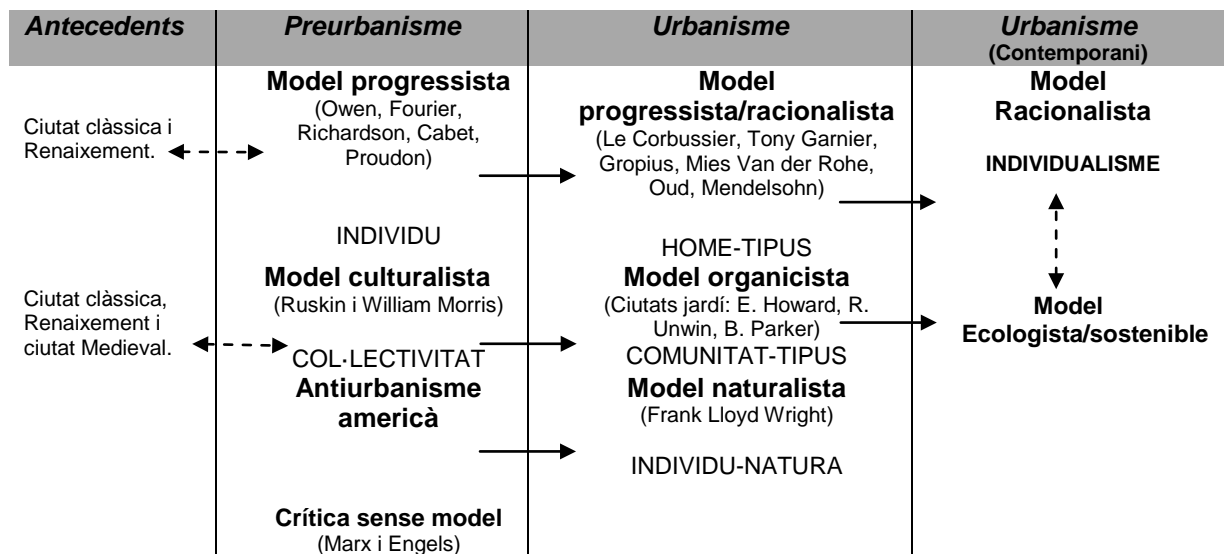
A més a més d'aquests dos models, F. Choay afegeix dos postures més: la crítica sense model encapçalada per Marx i Engels i l'antiurbanisme americà. Pel que fa a Marx i Engels situen la ciutat capitalista dins la història com a expressió d'un ordre que en el seu temps va ser l'artífex de la ciutat però que ha de ser superat en el futur. La ciutat que tenen al davant, doncs, no és més que un pas més cap a una altra cosa. En aquest sentit, la ciutat es l'aspecte particular d'un problema general i la seva forma futura està lligada a l'arribada de la societat sense classes.

Pel que fa a l'antiurbanisme americà, i encara resseguint Choay, mentre que a l'Europa del XIX es criticava la ciutat, bo i sabent que en les mateixes ciutats s'hi havien gestat els canvis més importants de les societats, a Estats Units això no passava. Eren ciutats noves, d'història recent i emergeix d'allí una certa nostàlgia per la naturalesa deslligada del pes de la tradició europea. Els antiurbanistes volen tornar a un estat rural, on l'individu és lliure, sociable i amb personalitat al mateix temps que avança amb la societat industrial. L'antiurbanisme abarca transversalment la societat americana: Thomas A. Jefferson (des del punt de vista polític), seguit per R. Waldo Emerson (des d'una metafísica de la naturalesa), Thoreau (pel que fa a les relacions humanes), Henry Adam o Henry James tancant la llista amb un gran arquitecte de l'escola de Chicago: Louis Sullivan.

### 1.4.5.2 L'urbanisme de la modernitat

Entrant ja en el que Choay anomena **urbanisme**, tornem a topar amb una revisió dels models progressista i culturalista que acabem d'esbossar i, al mateix temps, n'afegim un de nou: el model naturalista que ben bé podria ser l'hereu de l'antiurbanisme.

En l'esquema següent recorrem molt breument en la història el que els teòrics sobre l'urbanisme han dividit per etapes i models.



La nova versió del model progressista es deu als canvis socials que va provocar la revolució industrial. Les ciutats creixen desmesuradament i sorgeixen nous problemes que motiven la recerca de solucions urbanístiques. En d'altres temps, els arquitectes s'ocupaven més aviat de construir monuments, esglésies o habitatges nobles però la reestructuració socio-econòmica provoca la construcció de grans edificis on es concentren les multituds. Apareix, llavors, un altre tipus d'arquitectura i de planificació urbana on cada element arquitectònic expressa una funció.

Primer l'arquitecte Tony Garnier amb l'obra *La cité industrielle* (1917) i després *La carta d'Atenes* (1933) marquen les pautes d'un nou urbanisme progressista que seguiran els arquitectes-urbanistes racionalistes com ara Gropius, Le Corbusier, Mies Van der Rohe, Oud o Mendelsohn. Darrera aquesta nova idea d'urbanisme hi trobem la modernitat. Per als signants de *La carta d'Atenes* la concepció industrial és una ruptura històrica radical.

Es preciso que la ciudad del siglo XX realice a su vez su revolución industrial: y no basta con emplear sistemáticamente los nuevos materiales, acero y cemento, que permiten un

cambio de escala y de tipología; es preciso, para alcanzar la eficacia moderna, apropiarse de los métodos de standardización y de mecanización de la industria<sup>213</sup>.

La nova concepció industrial impregna l'orde de la ciutat la qual respon a un nou nivell d'eficàcia: el de l'activitat productiva. Per a l'urbanisme progressista la ciutat industrial és també, en aquest sentit, una eina de treball:

La ciudad es un instrumento de trabajo.

Las ciudades ya no desempeñan normalmente esta función. Son ineficaces: gastan el cuerpo, se oponen al espíritu. El desorden que en ellas se multiplica resulta agravante: su decadencia hiere nuestro amor propio y ofende nuestra dignidad. No son dignas de la época: tampoco son dignas de nosotros<sup>214</sup>.

De fet, l'eficàcia es manifesta en l'obsessió per la higiene (sol i zones verdes) i està relacionat amb els progressos contemporanis de la medicina, la tècnica i la fisiologia. L'urbanista és concebut, com un artista demiürg que encarna la tecnologia la qual, recordem amb Ortega i Gasset, no s'empra per adaptar-se al medi sinó perquè el medi s'adapti a nosaltres. Una ciutat, dirà Le Corbussier «es la submissió de la naturalesa per l'home. Es una acció humana contra la naturalesa, un organisme humà de protecció i treball»<sup>215</sup>. I en aquesta direcció critica l'urbanisme medieval; aquell que s'adaptava a la naturalesa, aquell que s'organitzava ajustant-se a la topografia natural i als accidents geogràfics.

Amb la imatge provocadora del *camí dels burros*, Le Corbussier exalça la raó i la tècnica com a estandards d'un nou urbanisme civilitzat que concorda amb una concepció racionalista de l'individu:

El hombre camina derecho porque tiene un objetivo; sabe a dónde va, ha decidido ir a determinado sitio y camina derecho. El asno zigzaguea, pierde el tiempo un poco, sesea esmirriada y distraída; zigzaguea para evitar los cascotes, para esquivar la pendiente, para buscar la sombra; se preocupa lo menos posible. (...) La calle curva es el camino de los asnos, la calle recta es el camino de los hombres. La calle curva es consecuencia de la arbitrariedad, del desgano, de la blandura, de la falta de contracción, de la animalidad. La recta es una reacción, una acción, una actuación, el efecto de un dominio sobre sí mismo. Es sana i noble. Una ciudad es un centro de vida y de trabajo intensos. Un pueblo, una sociedad, una ciudad despreocupados, que se dejan llevar por la blandura y pierden la

<sup>213</sup> CHOAY, F. *El urbanismo. Utopías y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p. 43.

<sup>214</sup> LE CORBUSIER. *La ciudad del futuro*. Buenos Aires: Infinito, 1971. p. 7.

<sup>215</sup> LE CORBUSIER. *La ciudad del futuro*. Buenos Aires: Infinito, 1971. p. 7.

contracció, pronto quedan disipados, vencidos, absorbidos por un pueblo, una sociedad que actúan y se controlan<sup>216</sup>.

El fragment, doncs, és prou explícit i coincideix amb la visió de la ciutat ideal de Bacon a la *Nova Atlántida*; el pensament subjacent en Le Corbusier és, tanmateix, el domini de l'entorn per part de l'ésser humà, per adaptar-lo al nostre benestar, per fer-lo a la nostra mida. Per això, l'urbanisme progressista pren com a eix central la vida quotidiana dels habitants de la ciutat: s'antropocentritza seguint l'«*homo mensura*» pautat a la Grècia clàssica o al Renaixement<sup>217</sup>.

Aquest retorn a l'escala humana de l'arquitecte i urbanista fa que Le Corbusier rebutgi la figura de l'arquitecte del passat; aquell qui (com dirà Bruno Zevi)<sup>218</sup> treballava per aquell qui volia fer-se un palau o una vila o pel mecenes o dictador que anhelava obrir una avinguda monumental al centre d'una ciutat. L'arquitecte-urbanista modern, teòricament no és elitista perquè té per clientela tot el gruix de ciutadans d'una ciutat amb tota la seva complexitat social i psicològica que això suposa.

El concepte d'individu d'aquest model d'urbanisme, parteix d'unes necessitats universals que caracteritzen un *home-tipus*. L'arquitectura estarà, doncs, en funció d'aquestes necessitats. L'arquitectura que se'n desprèn és etiquetada d'arquitectura racionalista perquè es basa en línies rectes, plans, materials funcionals i poca decoració i conté exclusivament tot allò imprescindible per a l'*home-tipus*.

Per aquest motiu, *La carta d'Atenes* es redacta a partir d'unes necessitats humanes universals prefixades: habitar, treballar, recrear-se, circular i cultivar el cos i l'esperit<sup>219</sup>.

Las claves del urbanismo se contienen en las cuatro funciones siguientes: habitar, trabajar, recrearse (en las horas libres), circular. El urbanismo expresa la manera de ser de una época<sup>220</sup>.

Efectivament, l'urbanisme expressa la manera de ser d'una època. L'urbanisme ideat per Le Corbusier respon a l'home contemporani occidental que es troba perdut en la identitat, descol·locat en la història, desorientat en la construcció personal, desmemoriat i desarrelat del passat i la tradició. En l'urbanisme actual trobem societats

<sup>216</sup> **LE CORBUSIER.** *La ciudad del futuro*. Buenos Aires: Infinito, 1971. p. 15 i 17.

<sup>217</sup> “La operación de dar dimensiones a todas las cosas en el dispositivo urbano únicamente puede regirse por la escala del hombre. La medida natural del hombre de servir de base a todas las escalas, que se hallarán en relación con la vida del ser y con sus diversas funciones”. **LE CORBUSIER.** *Principios de urbanismo. La carta de Atenas*. Barcelona: Planeta Agostini, 1993. p. 119.

<sup>218</sup> **ZEVI, B.** *Historia de la arquitectura moderna*. Buenos Aires: Emecé, 1959.

<sup>219</sup> Lefebvre a través d'uns cursos de sociologia a la Universitat d'Estrasburg critica durament *La carta d'Atenes* perquè parteix d'una idea caricaturitzada de la vida: la definició funcional de les necessitats humans –habitar, circular, treballar i cultivar cos i esperit– és un esquema massa simplista que deixa moltes coses fora.

<sup>220</sup> **LE CORBUSIER.** *Principios de urbanismo. La carta de Atenas*. Barcelona: Planeta Agostini, 1993. p. 119.



que valoren els conjunts arquitectònics antics com a dipositaris de la tradició i restauren el passat amb els seus edificis. Hi ha d'altres que són capaces d'enderrocar antiguitats per construir-hi a sobre sense el més mínim remordiment de consciència. Le Corbusier, malgrat manifestar la voluntat de conservar els «valors arquitectònics»<sup>221</sup> antics, esborra els barris vells i traça una morfologia nova per París amb el pla Haussman<sup>222</sup> seguint els principis del cubisme, el purisme i del moviment *Stijl*.

El orden material que acabamos de definir por su proyección en el espacio contribuye igualmente a crear un clima mental particular. En la medida en que se ha concebido como una expresión plástica de la modernidad, suscita de entrada un clima de manifiesto. La ruptura con el pasado se asume de manera agresiva; los nuevos valores (mecanización, estandarización, rigor, geometrismo) quedan afirmados en un estilo de vanguardia y se exponen de algún modo al público, cuya adhesión se trata de ganar a través de una impresión de futurismo<sup>223</sup>.

No en va es produeix aquest trencament amb la tradició i el passat a Occident. A l'individu contemporani li costa resseguir-se a ell mateix en la història de la humanitat. Sembla que li ha tocat viure en un temps indigent, un punt suspès en l'aire desarrelat dels seus avantpassats.

D'altra banda, continua vigent el model culturalista que conserva els principis del seu precursor. L'organicisme el du a privilegiar la totalitat de l'aglomeració urbana a les seves parts, els individus. Així doncs, posen en relleu la *comunitat-tipus* per sobre de l'individu-tipus, justament a la inversa del model progressista.

La inspiració del model continua essent nostàlgic de les ciutats antigues. Per això analitzen les ciutats del passat tot esperant tornar enrere.

Al utopismo progresista se opone el utopismo nostálgico, y a la religión del funcionalismo, el culto a los valores ancestrales, cuyo funcionamiento queda evidenciado por su historia y por su arqueología<sup>224</sup>.

El darrer model que exposa Choay és el naturalista que com veurem és fruit de l'antiurbanisme que hem exposat anteriorment. El seu màxim exponent és l'arquitecte

<sup>221</sup> Diu Le Corbusier: "Los valores arquitectónicos deben ser salvaguardados (edificios aislados o conjuntos urbanos). La vida de una ciudad es un acaecer continuo que se manifiesta a lo largo de los siglos a través de obras materiales, sean trazados o construcciones, que la dotan de una personalidad propia y de los cuales emana poco a poco su alma. Esos testimonios preciosos del pasado serán respetados, en primer lugar por su valor histórico o sentimental; también porque algunos de ellos contienen en sí una virtud plástica en la que se ha incorporado el genio del hombre en el más alto grado de intensidad". **LE CORBUSIER**. *Principios de urbanismo. La carta de Atenas*. Barcelona: Planeta Agostini, 1993. p. 103.

<sup>222</sup> Sobre el patrimoni històric pel que fa a monuments patrimonials i edificis vegeu **CHOAY, F.** (1992) *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007. Especialment p. 161-236.

<sup>223</sup> **CHOAY, F.** *El urbanismo. Utopías y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p. 51.

<sup>224</sup> **CHOAY, F.** *El urbanismo. Utopías y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p. 59.

Frank Lloyd Wright amb el seu llibre titulat *The Disappearing City* (1932) on explica els principis ideològics d'un nou urbanisme batejat amb el nom de *Broadacre City* el qual es basa en la crítica de la ciutat industrial perquè aliena l'individu amb la seva artificialitat. Per aquest motiu, F. L. Wright proposa un retorn a la naturalesa i una arquitectura orgànica que s'integri a la natura. S'intenta, en definitiva, difuminar el màxim la discontinuïtat evident entre ciutat i natura.

L'arquitecte assenyala la democràcia com a camí per retornar a la natura i a la llibertat de l'individu que la metròpolis li havia tret. No es tracta d'una ingerència de la política en l'urbanisme sinó de la identificació de les arrels de la democràcia amb el naixement de la llibertat individual:

«Nuestro propio ideal del estado social, la democracia... fue originalmente concebido como el libre crecimiento de muchos individuos en tanto que individuos», escribe Wright. «Democracia» designa para él un individualismo intransigente, unido a una despolitización de la sociedad, en beneficio de la técnica, ya que finalmente, la industrialización será la que permitirá eliminar las taras que son su consecuencia<sup>225</sup>.

L'urbanisme orgànic proposat per Wright és acèntric i dispers; no hi ha un centre sinó petites cèl·lules autosuficients (amb tot allò necessari per viure) amb una comunicació entre elles molt ben planificada. Pel que fa a l'habitatge, contràriament a l'urbanisme progressista, és unifamiliar i de complexió baixa; amb un terreny mínim d'uns 16200 metres quadrats<sup>226</sup> dedicats a l'agricultura. Aquest urbanisme entronca també amb el moviment de la *Ciutat Jardí*<sup>227</sup> i les *New Towns* que es van crear a Anglaterra després de la segona Guerra Mundial i que van intentar connectar la ciutat amb el camp.

Malgrat que teòricament el model progressista i culturalista semblen oposats i el model naturalista un tant irrealitzable, l'urbanisme de les ciutats modernes tot i emmarcar-se en un model concret, poden tenir característiques d'un altre patró.

No obstant això, dels tres plantejaments, progressista, culturalista i naturalista, el model progressista és el que s'ha dut més a la pràctica malgrat que l'aplicació real a les ciutats ha estat sotmesa a una adaptació particular que la pot fer diferent en un o altre lloc depenent del substrat cultural, social i econòmic en la qual es desenvolupa.

<sup>225</sup> CHOAY, F. *El urbanismo. Utopias y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976. (2a ed) p. 60.

<sup>226</sup> La mesura que F. L. Wright utilitza en realitat són els acres (1 acre són 4046,8564224 m<sup>2</sup>). La mesura de terra real que ell proposa són 4 acres amb la seva equivalència al nostre sistema de mesura serien 16187.4256896 m<sup>2</sup>.

<sup>227</sup> *Garden City Movement* fundat sobre la proposta d'Ebenezer Howard (1850-1928); el moviment era una reacció als entorns insalubres que havia suposat la industrialització. Letchtown va ser la primera ciutat jardí a Anglaterra, després Welwyn Garden City, Hampstead Garden Suburb (Barry Parker, Raymond Unwin i Edwin Lutyens, 1907).

### 1.4.6 L'urbanisme contemporani

El ingeniero es, sin embargo, el mago detentador de un saber que permite las llamativas hazañas de las «torres sin fin» que es oficio del arquitecto diseñar: publicista, creador de *logos* y de imagen<sup>228</sup>.

Per seguir l'estela que hem anat resseguint que afirma que cada moment de la història té una idea de ciutat cal que presentem breument l'urbanisme contemporani malgrat que sempre és difícil exposar allò que analitzem al galop i que està format per diferents patrons<sup>229</sup>. A més a més, embrancar-nos en l'estudi profundament sistemàtic de l'urbanisme contemporani trairia el caràcter panoramitzador d'aquest apartat que només pretén aproximar-nos a l'esbós teòric de la *ciutat projectada*.

No obstant això, i donat que l'urbanisme contemporani no ha estat sistematitzat encara pel sedàs del temps i la disciplina històrica dividirem aquest apartat en tres perspectives que creiem fonamentals per donar una visió de conjunt de la *ciutat projectada* contemporània. En primer lloc, farem referència a l'urbanisme contemporani des d'una perspectiva institucional i global a partir de dos manifestos representatius de l'urbanisme contemporani occidental elaborats per tres organitzacions urbanístiques reconegudes internacionalment: la *European Council of Town Planners* (ECTP) i la *Council for European Urbanism* (CEU) a Europa i el *Congress for the New Urbanism* (CNU) als Estats Units. En els seus textos divisarem la idea d'una *urbs* global marcada fonamentalment per l'economia i per la preocupació per relligar una ciutat fragmentada.

Més endavant, ens centrarem en el carrer com a element unificador de la ciutat: en seu procés de desaparició i el seu intent de recuperació.

<sup>228</sup> I Choay continua dient: «Pues la profecía de Adolf Loos (de quien Tristan Tzara decía que era «el único cuyas realizaciones no son fotogénicas») se ha cumplido: «Por culpa del arquitecto, el arte de construir se ha degradado, se ha convertido en un arte gráfico.» Esta desrealización ha aumentado aún con las nuevas técnicas de simulación basadas en imágenes virtuales». CHOAY, F. "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 71.

<sup>229</sup> Les teories d'urbanisme contemporani i d'arquitectura es troben d'una forma disseminada. La ciutat difusa, la dual, la genèrica, la global, la informacional, la sobreexposada, l'ecociutat, la metàpolis, la postmetròpolis i la tecnòpolis i també la no-ciutat són conceptes d'un saber fragmentat que fan referència a diferents perspectives de la ciutat contemporània posant èmfasi en una o altra característica. A mode d'apèndix bibliogràfic que anirà apareixent en la investigació: La ciutat difusa (INDOVINA, F. "La ciudad difusa". A: MARTIN RAMOS, A. *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: UPC, 2004 i també KAJIMA, M. *Made in Tokio*. Tokio: Kajima Institute Publishing, 2001), la dual (CASTELLS, M. CASTELLS, M. *La Ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza, 1995 i també SASSEN, S. *Cities in the World Economy*. Sage: London, 1993), la genèrica (KOOLHAAS, R. *La ciudad genérica*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006), la ciutat global (SASSEN, S. *The global city, New York, London, Tokio*. Princeton: Princeton University Press, 2001), la informacional (CASTELLS, M. *La Ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza, 1995), l'ecociutat McHARG, I.L. *Proyectar con la Naturaleza*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000), la postmetròpolis (SOJA, E. W. *Postmetropolis. Critical studies of cities and regions*. Oxford: Blackwell Publishers, 2000), la no-ciutat (AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no ciudad*. Navarra: Universidad Pública de Navarra, 2004) o tecnòpolis. (CASTELLS, M.; HALL, P. *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Madrid: 1994.) No obstant això, cal que fem referència a l'obra general de Benévolo i en concret al llibre BENEVOLO, L. *Historia de la arquitectura moderna*. Barcelona: Gustavo Gili, 1999 (8a ed). per la seva qualitat contextual que ofereix de l'arquitectura moderna. Una arquitectura que ell ja considera conculsa.

Per últim, tractarem la projecció de la *urbs* a nivell específic des de l'arquitectura a partir de tres elements significatius que correspondran amb la mentalitat contemporània occidental: l'hiperrealisme, el minimalisme i l'espectacle.

#### 1.4.6.1 La recomposició de la ciutat trencada

En primer lloc, l'urbanisme del segle XXI és continuador amb els de l'etapa anterior<sup>230</sup> pel que fa, sobretot, al el predomini del model progressista per damunt de l'organicista. No obstant això, la preocupació i interès per la contaminació, el medi ambient, les energies renovables, la sostenibilitat, la rehabilitació dels nuclis urbans, la 'mort' del carrer etc. són elements que deriven de la sensibilitat organicista i que s'integren cada cop més en les projeccions de la ciutat contemporània<sup>231</sup>.

Les dues visions (racionalista i organicista), doncs, s'integren en un urbanisme que intenta contrarestar els efectes negatius dels urbanismes anteriors i corregir les problemàtiques que se'n deriven. Abans de projectar, per tant, s'han de detectar i formular els errors. Per aquest motiu, tots els textos urbanístics parteixen d'un anàlisi previ de la ciutat contemporània i de les seves problemàtiques per proposar, més endavant, unes solucions. En aquest sentit, l'urbanisme contemporani sorgeix com a reacció i rectificació d'una ciutat existent; és un urbanisme pragmàtic que intenta esmenar els errors i defectes de l'urbanisme anterior sense crear una alternativa massa nova.

En aquesta tasca, se'ns presenten dues visions urbanístiques institucionalitzades a Europa i als Estats Units a partir de la *Council for European Urbanism* i el *Congress for the New Urbanism* respectivament. La seva visió es manifesta, principalment en dues cartes d'urbanisme en la forma d'una nova *Carta d'Atenes* titulada *The New Charter of Athens* (2003) i d'una carta titulada *Congress for the New urbanism* (1996).

Pel que fa a la carta de l'urbanisme nord-americà del *Congress for the New urbanism* se'n destaca un element particular per sobre de tots els altres. L'accent de l'urbanisme nord-americà del *New Urbanism* se centra, en part, en combatre el desarrelament de l'habitant de la ciutat, l'acontextualització i la discontinuïtat. El nou

<sup>230</sup> Carlos García Vázquez al seu llibre *Ciudad hojaldre* recull el llegat de Choay i alhora proposa unes noves pautes de classificació d'acord amb el pensament contemporani. En lloc de 'models' parla de 'visions' i cada visió està guiada per una disciplina que defineix les seves preferències: la història marca el to de la visió culturalista, la sociologia i l'economia la visió sociològica de ciutat i la ciència i la filosofia el de la visió organicista; per últim la ciutat tecnològica des de la perspectiva tècnica. Llegiu **GARCÍA VÁZQUEZ, C.** *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004 i també la breu ressenya **GONZÁLEZ MARTÍNEZ, P.** "Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI". A: *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2005. Vol. X, núm. 573, [En línia] <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-573.htm>>. [Consulta: 26 de novembre de 2007].

<sup>231</sup> La preocupació pel medi ambient es fa palès en un múltiples ànificacions urbanístiques sota la idea de sostenibilitat la qual es basa en tres aspectes fonamentals: economia, medi ambient i societat.

urbanisme advoca per relligar l'individu i la ciutat al seu context; sobretot a la història i a l'entorn. I aquest interès es dona precisament en un país on la història de la ciutat té menys recorregut que en d'altres països del món però on l'urbanisme de tarannà racionalista es va poder aplicar d'una forma més fidel:

El diseño arquitectónico y del paisaje debería nacer del clima, topografía, historia y prácticas de construcción locales. (...) Todos los edificios deberían entragar a sus habitantes un claro sentido del lugar, clima y tiempo en la que se encuentran. (...) La preservación y renovación de edificios históricos, comunes y paisajes forman la continuidad y evolución de la sociedad urbana<sup>232</sup>.

El manifest porta implícita, doncs, la idea d'una certa falta de sentit; d'interrupció espacial i temporal, de deslligament i desarrelament de l'individu amb el seu context urbà i de la ciutat amb el seu entorn. L'urbanisme contemporani ha d'intentar reenllaçar l'espai i el temps viscuts en la ciutat amb el seu context i amb els seus habitants; *rehabilitar* per recuperar la identitat com a expressió de sentit. Els espais urbans «han d'estar envoltats d'arquitectura i del disseny de paisatges que realcin la història local, el clima, l'ecologia i les pràctiques de construcció»<sup>233</sup>.

Així mateix, aquest desig de continuïtat és precisament el *leitmotiv* de la *New Charter of Athens* europea que s'articula sota l'epígraf de la *Connected City* la qual tracta d'afrontar el problema principal de la ciutat contemporània: la desconexió física i temporal de la ciutat; la seva descontextualització:

*What is the basic problem with our existing cities? In our view, it is the lack of connectivity, not only in physical terms, but also in relation to time, which affects social structures and cultural differences. This does not just mean continuity of character in the build environment, but also continuity in identity, which is in our view an important value to be fostered in a dynamic world.*<sup>234</sup>

D'aquesta manera, la projecció dels urbanistes europeus i nord-americans s'orienta al relligament d'una ciutat trencada. En ambdues cartes queda implícita la imatge d'una ciutat esmicolada que s'ha d'unificar. No obstant això, si el corol·lari d'aquesta fragmentació per a l'urbanisme nord-americà era l'acontextualitat històrica i

<sup>232</sup> Llegim també: "Los lugares urbanos deben estar rodeados de arquitectura y diseño de paisajes que realcen la historia local, el clima, la ecología, y las prácticas de construcción. (...) El desarrollo y redesarrollo de pueblos y ciudades deberían respetar patrones, precedentes y marcos históricos". Carta del New Urbanism (USA): *Charter of the New Urbanism*. [En línia]. Estats Units: 1996. <[http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta\\_espanol.pdf](http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta_espanol.pdf)> [Consulta: 24 març 2009].

<sup>233</sup> Carta del New Urbanism (USA): *Charter of the New Urbanism*. [En línia]. Estats Units, 1996. <[http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta\\_espanol.pdf](http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta_espanol.pdf)> [Consulta: 24 març 2009].

<sup>234</sup> **EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANISTES.** *The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21st century*. [En línia] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]. p.3.

paisatgística per a l'urbanisme europeu ho és l'economia i la cultura. La *Connected City* s'orienta constantment a l'economia. Economia i multiculturalisme són els dos eixos sobre els quals giravolten els principis europeus d'urbanisme amb una preeminència del primer sobre el segon.

Respecte a la multiculturalitat i a la identitat, el nou urbanisme europeu ha d'integrar la diversitat cultural de les seves ciutats: connectar l'individu amb la comunitat i la comunitat amb la societat<sup>235</sup> mitjançant formes de participació d'uns ciutadans movedissos i variables i d'una diversitat que és entesa sempre positivament. Positiva no *per se* sinó com a element de seducció que accentua la identitat i el caràcter propi de cada ciutat<sup>236</sup>.

Pel que fa a l'economia el text beu tant de les idees il·lustrades de progrés (en la seva vessant econòmica) com en de les teories de la «ciutat global» de Manuel Castells i Saskia Sassen. A mode d'apunt, ja que ho explicarem més endavant, la projecció de la ciutat serà 'exitosa' si aquesta situa la ciutat en l'economia mundial i si està interconnectada amb d'altres nodes dins el gran sistema econòmic urbà. Un exemple de projecció de la «ciutat global» a casa nostra seria la Diagonal Europea<sup>237</sup>.

L'economia dins d'aquesta *societat global urbana*, així doncs, és el pivot al voltant del qual orbiten totes les reflexions urbanístiques europees. La millora en la identitat, la salut, el disseny, els espais naturals exteriors i interiors, la participació ciutadana... han de garantir l'èxit econòmic de les ciutats i fer-les més competitives.

La millora de l'espai urbà (en relació amb la natura, energies i sostenibilitat, salut, relacions entre individus, política i, fins i tot, la identitat) són camins per a perfeccionar una ciutat que cerca, per damunt de tot, l'èxit econòmic en un context de competició a escala internacional<sup>238</sup>:

<sup>235</sup> **EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANITES.** *The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21th century.* [En línia] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]. p.3.

<sup>236</sup> "This is turn will add to its overall attractiveness, not only as a residential environment, but also as a place for work, education, business, and leisure". **EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANITES.** *The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21th century.* [En línia] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]. p. 5.

<sup>237</sup> La *Diagonal Europea* està formada per un eix econòmic i d'innovació de ciutats i territoris del sud d'Europa que va de Lisboa a Milà passant per Barcelona, Madrid i Marsella.

<sup>238</sup> "Citizens of different countries come into direct contact, and cities compete ith each other on a global scale". **EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANITES.** *The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21th century.* [En línia] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]. p.11.

L'anàlisi i les solucions es treballen també a nivell de competitivitat global. Un exemple és la Fundació Metròpoli que ha liderat diverses investigacions sobre la ciutat i que manté una estreta relació amb diverses ciutats i les seves institucions acadèmiques amb la finalitat «d'identificar els seus avantatges competitiu i fomentar el sorgiment d'innovacions urbanes». Lideren el *Poyecto Cities* i apliquen conceptes com ara el de 'Territoris intel·ligents' per a aquells territoris que s'estan adaptant al nou context urbà global. La Fundación Metròpoli defineix els 'Territoris Intel·ligents' com «a ciutats capaces de trobar i mantenir un equilibri entre els aspectes de competitivitat econòmica, cohesió i desenvolupament social, i sostenibilitat ambiental i cultural». Vegeu: <http://www.fundacion-metropoli.org>.

In the 21st century, the cities that will be economically successful will be those that capitalise upon their competitive advantages. For his purpose, a high degree of multilevel connectivity will prove to be a major asset. Capitalising on the cultural and natural attributes of cities, managing their historical character, and promoting their uniqueness and diversity will be a significant advantage. In addition, providing a pleasant, healthy and safe living and working environment will add considerably to the attractiveness of cities for demanding economic activities of the future.

A successful city utilizes the best of its existing attributes, both endogenous and exogenous, to position itself economically<sup>239</sup>.

La ciutat que tracen els urbanistes europeus és, per sobre de tot, un producte de consum. La seva identitat ha de servir per situar-la econòmicament en un món globalitzat. La carta, en aquest sentit, fa referència a la gestió de la diferència com a activitat orientada a la venda d'una imatge mitjançant la producció de *microdiferències*<sup>240</sup> com a elements de distinció i segmentació (personalització i exclusivitat) dels tipus de consumidors.

Com diu Francesc Muñoz, es pot parlar de la existència d'un sistema de producció d'atmosferes, ambients i paisatges urbans orientada al consum de la seva imatge. Unes imatges que poden ser aplicades en qualsevol lloc del planeta, genèriques; l'urbanisme contemporani es pot aplicar en qualsevol territori i les àrees metropolitanes semblen totes tallades pel mateix patró: és la *urbanització*<sup>241</sup>. L'urbanisme contemporani, doncs, dirà Muñoz, és com el contingut de les graelles televisives o com els esmorzars dels avions que poden pertànyer a enlloc o a tot arreu; és el que Rem Koolhaas vincula a la «ciutat genèrica»<sup>242</sup> o el que Néstor García Canclini atribueix a l'espai de consum sense qualitats, indiferent i descontextualitzat:

El crecimiento de esas «instalaciones necesarias para la circulación acelerada de las personas y los bienes», que se observa tanto en el uso del espacio como en los hábitos de los ciudadanos, revela una deslocalización de las concentraciones urbanas, la disminución (no la desaparición) de lo distintivo en beneficio de lo desterritorializado y deshistorizado. Es cierto, como escribe Beatriz Sarlo, que cada *shopping* está concebido como «un

<sup>239</sup> "This is turn will add to its overall attractiveness, no t only as a residential environment, but also as a place for work, education, business, and leisure". **EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANITES**. The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21th century. [En línia] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]. p. 6.

<sup>240</sup> Terme utilitzat per Gilles Lipovetsky a: **LIPOVETSKY, G.** *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996. Sobre la diferencia i el consum llegiu **BAUDRILLARD, J.** (1970) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2009. p. 93-109.

<sup>241</sup> Terme del geògraf Francesc Muñoz que utilitza en la seva tesi doctoral titulada: *Urbanització: La producció residencial de baixa densitat a la província de Barcelona, 1985-2001*. Dirigida pel Doctor Ignasi de Solà-Morales i Rosa Ascón a la Universitat Autònoma de Barcelona l'any 2004. Llegiu: **MUÑOZ, F.** *Urbanització. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. Alguns trets de la 'urbanització' coincideixen amb el que abans ja Rem Koolhaas havia denominat la «ciutat genèrica».

<sup>242</sup> **KOOLHAAS, R.** "La ciudad genérica" A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 73-81.

espacio sin cualidades: un vuelo interplanetario a Cacharel, Stephanel, Fiorucci, Kenzo, Guess y McDonalds»... «el *shopping* tiene una relación *indiferente* con la ciudad que lo rodea" y "ofrece su modelo de ciudad miniaturizada, que se independiza soberanamente de las tradiciones y de su entorno»<sup>243</sup>.

En aquest sentit, l'urbanisme contemporani i el seu *indeferentisme espacial*<sup>244</sup> suposen la creació d'un model desterritorialitzat, independent del seu context, desconnectat. El model s'articula amb la imatge i s'aplica en base al consum i no a les característiques físiques, culturals i socials del territori.

En una cultura mediàtica la imatge és reproduïble de forma il·limitada. En aquesta direcció, l'urbanisme contemporani té la imatge com a primer factor de producció de ciutat<sup>245</sup>; per tant l'urbanista és (a més d'autodefinir-se com a científic, com a assessor polític, com a gestor urbà, dissenyador i visionari)<sup>246</sup> un publicitari; un creador d'imatge i de marca tal i com s'expressa en la *Nova Carta d'Atenes* amb la preocupació latent per situar la ciutat en una perspectiva competitiva global a través del consum de la imatge. En aquest context la diferència pot ser camuflada, inventada (amb edificis singulars) o reformulada per ser llegida i compresa còmodament per tothom. D'això, però, ja en parlarem més endavant.

Així doncs, a mode de conclusió, l'urbanisme contemporani occidental projecta la ciutat a partir de les problemàtiques hereves de l'urbanisme anterior (basat en la cosmovisió racionalista-individualista del món). La fragmentació, la descontextualització i la desconexió de l'espai urbà amb els seus individus i amb el seu entorn són concebuts com el problema principal de la ciutat contemporània. Per una banda, s'intenta pal·liar amb la recuperació i cura dels espais públics, la integració, la sostenibilitat, la gestió de la diferència, la referència històrica, etc. però sota la lògica del consumisme i encara amb la idea de progrés basada exclusivament en l'economia, en una dinàmica competitiva global i en la concepció de la natura com una explotació.

L'urbanisme nord-americà expressat en el *New Urbanism* anhela relligar-se amb el seu territori i amb la seva història; malgrat la seva absència. Tal i com dirà Rem Koolhaas «la història és la preocupació principal, fins i tot l'activitat principal, de la Ciutat genèrica»<sup>247</sup>.

<sup>243</sup> GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Mèxic, 1995. p. 87.

<sup>244</sup> MUÑOZ, F. *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

<sup>245</sup> MUÑOZ, F. *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. p. 68-74.

<sup>246</sup> EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANITES. *The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21th century*. [En línia] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]. p. 17-19.

<sup>247</sup> KOOLHAAS, R. "La ciudad genérica" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 78.



D'altra banda, a Europa, la inquietud és fonamentalment la mateixa; connectar la dispersió, reenganxar la ciutat fragmentada fruit d'una cosmovisió massa individualista-mecanicista i racionalista però sense renunciar a aquesta cosmovisió i en el marc d'una «ciutat global». És a dir, el nou urbanisme europeu intenta integrar el discurs organicista-holista sense renunciar al racionalista; manllevant i integrant elements de la visió organicista-holista al seu model per garantir la seva supervivència. Com dirà Koolhaas, tan summament inorgànica com és la ciutat contemporània, *allò orgànic* és el mite més fort de la «ciutat genèrica»<sup>248</sup>.

Perquè, en darrer terme, el desig de continuïtat de les propostes urbanístiques contemporànies porta encobert l'avidesa de la Natura entesa com a «connexió sense fi de les coses»<sup>249</sup> en la qual el Tot no es pot trossejar i la unitat es troba per sobre de la suma mecànica de les seves parts. La Natura, dita de forma romàntica, és la continuïtat absoluta i l'urbanisme contemporani conté l'afany implícit d'assolir-la sense renunciar a la seva concepció mecànica.

#### 1.4.6.2 La mort del carrer

La calle ha muerto. Ese descubrimiento ha coincidido con los intentos frenéticos de resucitarla<sup>250</sup>.

El carrer, l'àgora i la plaça han patit un procés de transfiguració en el moment en el qual les comunicacions, l'urbanisme i el transport han accelerat les trajectòries; en el moment en què la ciutat s'ha transformat en ciutat dormitori, en el moment en què el carrer és sinònim de perillositat i la ciutat es transforma en una ciutat de portes tancades. La 'mort del carrer' es refereix, doncs, a la decadència del carrer com a escenari públic, com a «text social»<sup>251</sup> per antonomàsia i com a òrgan vital de la ciutat.

El carrer a occident i fins al segle XX, havia estat l'espai públic d'interacció entre subjectes basat en allò visible, fragmentari i superficial; era l'espai compartit i transitat; espai de relacions espontànies, fluïdes i fraccionades. El carrer era, com deia Lefebvre

<sup>248</sup> KOOLHAAS, R. "La ciudad genérica" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 76.

<sup>249</sup> "En primer lugar: que las cosas que son visibles estén en un sitio «natural» de la tierra (acaso con obras humanas, pero que se subordinan a aquél) y no en calles con tiendas y automóviles, esto, no convierte todavía ese sitio en un paisaje. Por naturaleza entendemos la conexión sin fin de las cosas, el ininterrumpido producir y negar de formas, la unidad fluyente del acontecer que se expresa en la continuidad de la existencia temporal y espacial". SIMMEL, G. "Filosofía del paisaje". A: SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p.265-266.

<sup>250</sup> KOOLHAAS, R. "La ciudad genérica" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 76.

<sup>251</sup> LEFEBVRE, H. *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Península, 1973.

a la *La producció de l'espai*<sup>252</sup>, un «espai social»; és a dir, llocs on transcorre la vida social; un espai practicat pels individus, un producte elaborat per una societat que sempre s'està conformant com una «estructura enestructurant-se»<sup>253</sup>. En aquest sentit, el carrer era el marc d'apropiació, producció i reproducció de l'espai per part dels individus.

Ara bé, exemples paradigmàtics com el de Los Àngeles o Brasília i les ciutats dormitori d'arreu plantegen la atomització de la ciutat; la ciutat convertida en petits fragments de privacitat sense un espai públic col·lectiu. Los Àngeles, per exemple, no és una ciutat feta per anar a peu; el carrer és un recorregut per fer amb cotxe i no un espai de trobada. El mateix passa amb Brasília, una ciutat de nova planta que ha eliminat el *carrer-corredor*<sup>254</sup>.

Sigui com sigui, arreu de món, les noves dinàmiques de dispersió de l'urbanisme han creat les noves ciutats dormitori<sup>255</sup> al mateix temps que han proliferat els *malls*, els *shopping* centres i els hipermercats. D'aquesta manera, els centres comercials esdevenen els grans focus de relació entre individus els quals s'han anat desplaçant a la perifèria transfigurats en petites ciutats on s'hi pot trobar de tot, on el consum convertit en oci resulta fàcil i senzill amb serveis de guarderia, activitats infantils, restaurants, cinemes i botigues amb espectacles familiars.

El *mall* ha substituït el carrer pel que fa a l'espai de socialització i contacte amb l'altre. Els joves es troben allà i les famílies passen els caps de setmana. Els grans magatzems ex-cèntrics articulen la vida d'unes ciutats esdevingudes residencials i dormitori, sense comerços propers, i participen de la dispersió alhora que creen entorns d'aglomeració.

La ciutat fragmentada (desconnectada), així doncs, vertebrava la seva vida social a partir del consum; a partir d'espais privats que fan d'espai públic. Trenta anys enrere Lefebvre<sup>256</sup> ja deia que la desaparició del carrer suposava la reducció de la ciutat a un espai residencial, desarticulat i atomitzat: a una ciutat dormitori.

<sup>252</sup> LEFEBVRE, H. *La producción del espacio*. Barcelona: Anthropos, 1984.

<sup>253</sup> DELGADO, M. *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999. p. 12.

<sup>254</sup> El carrer-corredor és el carrer franquejat per les façanes d'edificis contigus.

<sup>255</sup> Als Estats Units les ciutats dormitori es relacionen amb el concepte de Ciutat centrífuga: la dispersió d'habitatge unifamiliar en tot el territori exterior al centre. Llegiu ABU LUGHOD, J.L. *New York, Chicago, Los Angeles. America's Global Cities*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999. A Europa es parla de la 'ciutat difusa', 'urban sprawl', ciutat dispersa, ciutat regió, ciutat il·limitada', etc. Llegiu INDOVINA, F. *La città diffusa*. Venècia: IUAV-Daest, 1990. Un altre cas diferent són les *Edge Cities*: les ciutats nord-americanes en forma de campus universitari on algunes empreses han instal·lat tant les seves oficines com la residència dels seus empleats; són zones edificades en entorns ambientals molt atractius i funcionen autònomament amb espais d'oci i entreteniment, grans magatzems, clubs esportius, etc. Llegiu GARREAU, J. *Edge City. Life on the new frontier*. Nova York: Doubleday, 1991. Giandomenico Amendola presenta dues faccions de la ciutat; per una banda, la ciutat que representa el centre urbà on es desenvolupen tots els jocs de significació: el consum, el somni, la simulació i l'espectacle. La ciutat del desig que produeix i suporta imatges de realitat. D'altra banda la ciutat perifèrica, desangelada, sense identitat, la ciutat dels «no llocs»; la *nociutat*. Llegiu AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000.

<sup>256</sup> LEFEBVRE, H. *La revolución urbana*. Madrid: Alianza, 1972. p. 25.

Tanmateix, i com hem assenyalat abans, fins al segle XX el carrer havia desenvolupat aquest paper d'espai social públic. Així ho descobrirem al proper bloc amb la figura del *flâneur*. «El carrer ha mort» perquè desapareix com a espai d'experiència social i queda reduït a un trànsit circulatori. És el resultat de la concepció racional funcionalista que concep el carrer com un enllaç i com un espai de trànsit. I és a Le Corbusier, precisament, a qui se li atribueix la *mort de la rue* amb el seu urbanisme preocupat per la racionalització de l'espai i per acabar amb el caos i el desordre de la vida del carrer. Les noves ciutats de la modernitat donaven preferència a l'automòbil i amb ell al desplaçament fluid i individual dels seus habitants, provocant la segregació entre les activitats i els espais i fent del carrer un lloc de pas, una autopista o un «no lloc»<sup>257</sup>.

I el «no lloc» és un espai de solitud compartida. Ningú no coneix ningú, tothom és estrany als ulls de l'altre i tampoc tenim el temps ni l'afany de conèixer-lo perquè estem en itinerància. La idea moderna del carrer era una possibilitat d'accés a l'alteritat, a la informació, als símbols i a l'aprenentatge. El carrer era percebut com un desordre viu que informa i que sorprèn: un caos agradable.

En canvi, en la concepció contemporània, el carrer és entès com una possibilitat de perill; una conseqüència de la por i de la inseguretat davant de l'estrany. Jane Jacobs als anys seixanta ja assenyalava el debilitament i decadència dels espais públics urbans i de la inseguretat atribuïda al carrer derivada de la tensió entre la civilització i la barbàrie<sup>258</sup>.

En aquest context de temor, les TIC<sup>259</sup> prenen la força del carrer; malgrat que no són incompatibles l'un amb l'altra, l'individu se sent més segur en una 'socialització' davant de la pantalla on discuteix, s'expressa, s'oculta i es relaciona amb els altres sense les inseguretats de la intempèrie del carrer des d'una xarxa social a Internet.

El nou urbanisme ha de comptar amb aquesta paüra dels habitants de les ciutats occidentals contemporànies. Els nens –com a metàfora de fragilitat- ja no juguen al carrer de les grans ciutats malgrat que, com hem assenyalat abans, excepcions en barris metropolitans no hi falten.

<sup>257</sup> «Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar. La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares». **AUGÉ, M.** Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 83.

<sup>258</sup> **JACOBS, J.** (1961) *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Península, 1973.

<sup>259</sup> Les Tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) definides per la Comissió de les Comunitats Europees com «un terme que s'utilitza actualment per fer referència a una àmplia gamma de serveis, aplicacions i tecnologies, que utilitzen diversos tipus d'equips (hardware) i de programes informàtics (software), i que molt sovint es transmeten a través de xarxes de telecomunicacions (netware). La importància de les TIC no és la tecomolia en si, sinó el fet que aquesta permet l'accés al coneixement, a la informació i a la comunicació». **TUBELLA, I. [et al.]**. Societat del coneixement. Com canvia el món davant dels nostres ulls. Barcelona: UOC, 2005. p. 2.

Per últim, fins a la modernitat el carrer era un lloc de trànsit d'idees. Ara aquest trànsit també s'ha traslladat a la xarxa. El rumor, la informació, la moda, en la ciutat contemporània es copsa, doncs, a través d'una pantalla: en un programa televisiu, una pàgina web especialitzada, un *blog*, una subscripció a un diari digital, una xarxa social, etc. Tanmateix, el nou urbanisme, com es destil·la en les dues cartes d'urbanisme anteriors, pretén integrar les TIC sense perdre els valors del carrer.

Ras i curt, el focus d'actuació i projecció de l'urbanisme contemporani és la recuperació d'un carrer que ha perdut vitalitat. La seva revitalització es fonamenta en dos punts fonamentals: per una banda, la seguretat i, per l'altra, la facilitació de les relacions interpersonals mitjançant l'apropiació i la participació en l'espai públic urbà. Ambdós elements són referents constants en les reflexions i propostes urbanístiques contemporànies tant en els textos del *Congress for the New Urbanism*<sup>260</sup> com de l'*European Council of Town Planners* com del *Council for European Urbanism*.

#### 1.4.6.3 *L'arquitectura contemporània: hiperrealitat, minimalisme i espectacle*

El límite entre realidad e imágenes hoy se torna débil (...). Ciudad vivida, ciudad imaginada y ciudad deseada tienden a fundirse. Se va hacia la desaparición de los límites entre realidad e imaginación, y la prevalencia de la segunda sobre la primera en nombre de un mayor realismo. La ciudad definida como real tiende a asemejarse cada vez más a la imaginada. El criterio de adecuación y de confrontación se convierte en el imaginario que la llamada ciudad real está obligada a perseguir continuamente. La comparación entre los lugares, aunque sean reales, sucede en la realidad onírica. Sueños, modas, mitos, ilusiones, deseos en tanto elementos constitutivos del modelo imaginario se convierten por esto mismo en factores potentes en la definición de la ciudad real que es un intento de actuación de la hiper-realidad<sup>261</sup>.

El progrés tecnològic ha anat modificant la manera de construir i d'utilitzar els materials i el context econòmic, social, cultural i de pensament també han incidit en una transformació de l'arquitectura. No obstant això, exceptuant algunes construccions singulars d'*arquitectes-marca*, les edificacions residencials segueixen, en general, el

<sup>260</sup> Llegim en la carta del *New Urbanism* nord-americà: "*La revitalización de lugares urbanos depende de cuán seguros sean. El diseño de las calles y edificios debería reforzar entornos seguros, pero no a expensas de la accesibilidad y apertura*". (...) "*Las calles y las plazas deberían ser seguras, cómodas e interesantes para el peatón. Correctamente configuradas, fomentan el caminar y permiten a los vecinos conocerse y proteger sus comunidades*". Carta del *New Urbanism: Charter of the New urbanism*. [En línia]. Estats Units: 1996. <[http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta\\_espanol.pdf](http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta_espanol.pdf)> [Consulta: 24 març 2009].

<sup>261</sup> AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 59.

patró racionalista tot i que s'hi van integrant elements organicismes amb l'arquitectura sostenible (ecològica).

L'arquitectura contemporània, doncs, és hereva, per una banda, del model progressista i racionalista que hem exposat en el capítol anterior i, d'altra banda, incorpora elements del model organicismista i naturalista desembocant en el que podríem anomenar l'ecoarquitectura (arquitectura bioclimàtica, arquitectura ecològica, construcció sostenible...).

Tanmateix, per fer un croquis de l'arquitectura contemporània ens centrarem en aquella arquitectura més significativa del nostre temps, aquella que pretén comunicar-se amb el públic, que crea espais d'ambigüitat perceptiva i que il·lustra millor les cosmovisions del nostre temps. L'arquitectura actual va lligada a conceptes peculiars del pensament contemporani: la simulació, l'espectacle, la subjectivitat, l'artifici, la tecnologia o la seducció. L'arquitecte ja no vol educar, reformar o moralitzar com ho feia en etapes passades sinó que vol agradar i seduir. És més aviat un dissenyador que no pas un projectador. Recordem que el disseny va ser una *revolució* en la producció de la mercaderia perquè formava part de la concepció dels productes. El valor estètic esdevenia part inseparable de la seva funció.

D'altra banda, l'arquitecte tampoc ja té el desig de la perdurabilitat de la pedra sinó la perdurabilitat de l'autoria i del renom. L'edifici contemporani ja no anhela la perennitat de les construccions antigues sinó que s'erigeix sota la provisionalitat. A l'Estat espanyol, per exemple, l'arquitecte ha de garantir l'estabilitat i durabilitat de l'estructura en bones condicions durant només cinquanta anys<sup>262</sup>. A partir d'aquests anys ja no n'és responsable. D'aquesta manera, l'edifici icona de la contemporaneïtat és el pavelló de mostres; un gran *estand* d'exposició que serveix per exhibir objectes o idees però que no té cap pretensió de perdurabilitat. És per aquest motiu que parlem d'una temporalitat interina de l'edifici en concordança amb el «temps indigent» en el qual vivim (Heidegger).

A més a més d'aquesta provisionalitat, l'arquitectura contemporània conté també elements diferencials de les etapes anteriors. En destaquem tres per la seva connexió

<sup>262</sup> Segons el *Documento Básico de Seguridad Estructural* una estructura urbana ha d'assegurar la seguretat i la seva funcionalitat 50 anys. Aquest document estableix les regles i procediments per al compliment de les exigències bàsiques de seguretat estructural dels edificis a l'Estat espanyol. Diu exactament en el seu *Documento Básico de Seguridad Estructural*: "Se denomina capacidad portante a la aptitud de un edificio para asegurar, con la fiabilidad requerida, la estabilidad del conjunto y la resistencia necesaria, durante un tiempo determinado, denominado periodo de servicio. La aptitud de asegurar el funcionamiento de la obra, el confort de los usuarios y de mantener el aspecto visual, se denomina aptitud al servicio. A falta de indicaciones específicas, como periodo de servicio se adoptará 50 años". Extret de: *Documento Básico de Seguridad Estructural* (abril de 2009). [En línia]. Secretaria de Estado de Vivienda y Actuaciones Urbanas. Ministerio de Fomento.

<[http://www.mviv.es/es/index.php?option=com\\_content&task=view&id=552&Itemid=226](http://www.mviv.es/es/index.php?option=com_content&task=view&id=552&Itemid=226)> [Consulta: 23 de gener de 2010]

amb la *ciutat hiperrealitzada* i per la seva correlació amb el pensament particular del nostre temps: l'hiperrealisme (tecnologia i virtualitat, simulació), el minimalisme (individu, atomisme) i l'espectacle del parc temàtic (referencialitat, apropiació).

### a) Hiperrealitat

En primer lloc la hiperrealitat (en el sentit de simulació o de la virtualitat construïda per la tecnologia) que es conjuga amb les nocions de transparència, desaparició, fusió i il·lusió. L'arquitecte i dissenyador francès, Jean Nouvel, en un diàleg amb Baudrillard exposa clarament la seva manera d'entendre l'arquitectura que entronca amb aquesta nova visió:

Mis edificios tratan de jugar con los efectos de la virtualidad, de las apariencias; uno se pregunta si la materia está presente o no, uno crea las imágenes que son virtuales, uno crea ambigüedades. Un edificio puede jugar con la transparencia, pero lo hará en relación con otro juego, que es el del reflejo<sup>263</sup>.

L'arquitectura, entesa així, és una manera de superposar la realitat amb la virtualitat. No juga amb les percepcions com feia l'arquitectura clàssica del Partenó atenenc o de la perspectiva barroca, que intentaven corregir les deformacions perceptives per buscar l'equilibri i la perfecció d'un punt de vista determinat. Sinó més aviat, utilitza els jocs de la imatge per cercar la confusió, per situar l'individu en un pla desconcertant esborrant la línia que separa la virtualitat de la il·lusió. L'arquitectura de Nouvel desdibuixa els límits de la realitat i li permet desembarcar en la ironia de les formes:

¿Qué pasa si salgo de estos límites? ¿Si digo que el edificio no se encuentra entre el observador y el horizonte sino que está inscrito en el horizonte? A partir de allí ¿qué pasa si pierde su materia? La desmaterialización es una noción que debe interesarte; la torre sin fin es una de ellas<sup>264</sup>.

<sup>263</sup> BAUDRILLARD, J.; NOUVEL, J. *Los objetos singulares. Arquitectura y filosofía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000. p.95-96. També: "(...) juego con la noción de espacio virtual, en el sentido de la prestidigitación, porque el espacio y la arquitectura son algo de lo que se toma conciencia por el ojo. Por lo tanto, se puede jugar con todo aquello que el ojo puede integrar por la vista y se puede abusar de ello. Además, la misma cultura clásica ha jugado a menudo con este engaño. En un edificio como el de la fundación Cartier –donde mezclo voluntariamente imagen real e imagen virtual-, eso significa que en el mismo plano no sé nunca si veo imagen virtual o la imagen real. Si observo la fachada, como es más grande que el edificio, no sé si veo el reflejo del cielo o el cielo en transparencia".

p.16.

<sup>264</sup> BAUDRILLARD, J.; NOUVEL, J. *Los objetos singulares. Arquitectura y filosofía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000. p. 14-15. Un exemple del que exposem és la Fondation Cartier de París de Jean Nouvel o la Mediateca de Sendai de Toyo Ito.

L'arquitectura hiperrealista posa de manifest la crisi de la realitat i el procés de reemplaçament de la realitat per la simulació (J. Baudrillard). D'aquesta manera, l'arquitectura esdevé la porta d'immersió en la il·lusió, en el joc de miralls<sup>265</sup> i transparències on hi podem reconèixer el tarannà del nostre temps on la *realitat* i la *veritat* han perdut aplom. Un temps en el qual l'arquitectura es projecta a partir d'un procés de virtualització de la ciutat, la qual s'està desmaterialitzant en les funcions que abans feia un edifici: un banc, una escola o una botiga ara han passat a la xarxa Internet.

La tecnologia aporta novetats en les pràctiques constructives i també en l'aplicació de les noves tecnologies als habitatges (la *domòtica*); cases automatitzades, robotitzades i *intel·ligents*. Amb aquestes contribucions *high tech*, les TIC i els electrodomèstics també formen part de la morfologia de les residències urbanes i transformen la llar en un espai d'interacció entre la màquina i l'ésser humà. La casa passa a ser, globalment, un robot al servei nostre.

D'altra banda, la hiperrealitat, com hem assenyalat, posa en qüestió l'experiència de l'espai amb els jocs d'il·lusions, reflexes i transparències il·lustrant una percepció contemporània del món basada en la immersió en el somni i el desig. En aquest sentit, les pantalles i les llums com a elements arquitectònics desemboquen en una *arquitectura líquida* basada en el moviment en lloc de l'estatisme del maó.

### b) Minimalisme

Un segon element de l'arquitectura contemporània és el minimalisme el qual es manifesta tant en la reducció dels elements del llenguatge com en la simplificació de les formes. (Max Bill, Herzog & De Meuron, Jean Nouvel, Toyo Ito en són alguns exponents). Aquest segon ingredient conté connexions amb l'hiperrealisme, en el sentit que també busca també una certa transparència i immaterialitat però amb una alternança creada amb cossos sòlids i estables. És la màxima expressió amb la mínima cosa; l'expressió de la matèria atomitzada (i també de la llum com a matèria) mitjançant el joc amb les lleis de percepció de la Gestalt utilitzades per trobar formes unitàries, simples i coherents basades en percepcions globals i indivisibles.

D'altra banda, el minimalisme aporta canvis d'escala que situen l'objecte en una escala estranya, autorreferent i no relacional, una idea que ens remet a la concepció

<sup>265</sup> Rem Koolhaas es pregunta per la utilització de miralls en l'arquitectura moderna d'una manera molt suggeridora: "¿Existe alguna conexión entre la predominancia del espejo en la Ciudad Genérica –¿es para celebrar la insignificancia mediante su multiplicación, o un esfuerzo desesperado por captar esencias que están a punto de evaporarse?– y los «obsequios» que, durante siglos, se suponía que iban a ser el regalo más popular y eficaz para los salvajes?" KOOLHAAS, R. "La ciudad genérica" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 80.

individualista i al concepte d'autorreferencialitat (que més endavant explicarem en relació a la *ciutat hiperrealitzada*) així com també al concepte de desconexió que ja ens ha aparegut com a problema fonamental de l'urbanisme actual. En l'autorreferència la cosa s'aïlla i es deslliga com ara en la metàfora de l'home modern nietzschian que ha quedat desarrelat de la terra i de la tradició.

Como creaciones autorreferenciales, sin alusiones, antihistóricas, se trata de obras que han apartado la memoria histórica de su posición privilegiada, que ha escarbado una memoria antihistórica<sup>266</sup>.

El minimalisme, teòricament, condueix l'observador a reaccionar de forma pura davant d'un espai, en un instant present, sense ornamentacions ni interpretacions, a percebre fragmentadament, en suspensió, sense història ni context<sup>267</sup>. Fins aleshores la ciutat (i l'edifici) havia estat entesa com el resultat del pòsit de múltiples èpoques anteriors.

### c) L'espectacle

El tercer element de l'arquitectura contemporània és l'espectacle. Les noves planificacions urbanes sovint s'emparenten amb les d'un parc temàtic on el consum i l'espectacle acostumen a ocupar l'espai central tal i com veurem més endavant amb la *Fantasy City* de John Hannigan<sup>268</sup>.

Éxito de parques temáticos que refleja el crecimiento de las diversiones (...) el apetito de evasión y sensaciones, de regreso y renovación incesante de los placeres. El hiperconsumidor es el que espera lo inesperado en ambientes comerciales programados, que busca universos «locos» o maravillosos, experiencias y espectáculos cada vez más alucinantes. (...) Punto de pérdida de referentes y de confusión de lo real con la ilusión: sencillamente en encantamiento que resulta del exceso de espectacularidad y de sobreabundancia de efectos, el pasmo que produce la hipertrofia de artificios, el placer vinculado a un universo concreto que, totalmente «estructurado por lo imaginario, levanta las barreras de lo real mientras dura el consumo»<sup>269</sup>.

<sup>266</sup> MONTANER, J.M. *La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili. p. 200.

<sup>267</sup> Recordem el minimalisme va ser abonat pels membres del CIAM amb el seu propòsit d'eradicar les formes tradicionals d'urbanisme i de donar l'esquena al passat en nom del progrés i la modernitat.

<sup>268</sup> HANNIGAN, J. *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010.

<sup>269</sup> LIPOVETSKY, G. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p. 58.



Ciutats senceres com ara Las Vegas o Abu Dhabi o alguns barris de París, Nova York, Atenes, Madrid o Barcelona són construïts des de l'apropiació d'un imaginari determinat<sup>270</sup>. L'arquitectura ajuda, en aquest sentit, a crear aquest imaginari d'una manera substancial en els parcs temàtics com ara *Disneyland*, *Universal Studios* o *Port Aventura*. Les construccions estan orientades (com veurem en el següent bloc de la investigació) a la recreació d'un imaginari determinat i a la submersió en el somni.

És una arquitectura citacionista i referencial, d'una gran *legibilitat*<sup>271</sup> que ens permet reconèixer amb molta facilitat cadascun dels seus elements instal·lant-nos en la comoditat del plaer de la verificació i de l'allò esperat<sup>272</sup>. Són «bombolles d'immanència»<sup>273</sup>, equivalents fictivals de les cosmologies rebaixades més fàcils de llegir i d'aprendre-les<sup>274</sup>.

L'arquitectura esdevé llavors un espectacle creat per seduir la nostra mirada, per fotografiar les seves formes i admirar tant la força de la còpia com les capacitats *omnipotents* de la tecnologia: la qual és capaç de crear en el no-res del desert una ciutat d'exuberància, una pista d'esquí o un oasi artificial. Dirà Marc Augé que cada cop més el món està pensat per ser visitat i per ser gravat i projectat a una pantalla:

Cada noche se iluminan los lugares importantes del mundo y se nos propone así el espectáculo de lo que nosotros mismos vamos a buscar: imágenes<sup>275</sup>.

<sup>270</sup> La nova gran ciutat d'Abu Dhabi n'és un bon exemple. Han projectat una gran ciutat ecològica (*Masdar city*) i un districte cultural fet d'apropriacions; amb un museu Guggenheim, un Louvre dissenyat per Jean Nouvel, el *Performing arts center* i un museu marítim a més d'un gran circuit construït de motor anomenat *Ferrari world*. Abu Dhabi és una ciutat creada des de l'arquitectura com a configuradora de la seva identitat; una identitat que no està sotmesa a la tradició sinó al consum i al benestar; al luxe i el poder adquisitiu. El mateix podríem dir de Dubai o, en un altre sentit, de l'espectacularitat de Las Vegas la qual, a més a més de participar de l'espectacularitat també participa, com Abu Dhabi d'una apropiació exagerada. Més endavant, quan parlem de la Fantasy City afegirem alguns exemples més.

<sup>271</sup> En el sentit que explica Kevin Lynch; la legibilitat és la facilitat amb la que podem reconèixer i organitzar coherentment les parts d'una ciutat. **LYNCH, K.** *La imagen de la ciudad*. Mèxic: Gustavo Gili, 1984.

<sup>272</sup> Com veurem més endavant quan parlem de la ciutat espectacle i la noció de «riscs sense riscos»: "*In Japan, theme parks with a travel motif are currently in vogue. Without the need to venture abroad, Japanese visitors can experience shish kebabs and belly dancing (Turkish Culture Village), cobblestones and sauerkraut (Glucks Kingdom), sheep chasing (Yamaguchi New Zealand Village) and an antique organ pavilion (Canadian World). These simulated enclaves of ethnicity epitomize riskless risk: the parks do away with perceived travel nuisances such as paperwork, jet lag, crowded flights, foreign languages, and, most of all, crime*". **HANNIGAN, J.** *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 72.

<sup>273</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998.

<sup>274</sup> "(...) esas burbujas están constituidas por una serie de puntos de referencia (plásticos, arquitectónicos, musicales, textuales) que permiten reconocerlas: dibujan y marcan una frontera más allá de la cual las burbujas ya no responden de nada. Son a la vez más materiales y más legibles que las cosmologías, las cuales son visiones simbolizadas del mundo. También es más fácil aprenderlas; pero les falta evidentemente un simbolismo, un modo prescrito de relación con los demás (un modo de relación reducido en su código de buena conducta entre usuarios) y les falta asimismo un sistema de interpretación de los hechos (por más que se empeñen en constituir mundos en miniatura, microcosmos del macrocosmos en el que se proclama la dignidad del consumidor que los frecuente) esas burbujas son en efecto paréntesis que uno puede abrir y cerrar a voluntad con los medios financieros adecuados y el conocimiento de algunos códigos elementales". **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 146-147.

<sup>275</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 145.

L'espectacularitat de la ciutat contemporània, doncs, és diferent a la d'altres èpoques; és més audiovisual i més vinculada al concepte de marca, publicitat, consum i visibilitat: és una espectacularitat mediàtica.

Les ciutats que volen tenir un lloc en el món competeixen entre elles i recorren als mateixos *arquitectes-marca* o *arquitectes-star* (Norman Foster, Ove Arup, Zaha Hadid o Jean Nouvel per exemple) per construir escenaris de visibilitat internacional<sup>276</sup>. L'arquitecte contemporani no només és arquitecte; sinó enginyer, dissenyador, artista, polític, publicitari i pensador.

La ciutat guanya interès i imatge amb les obres d'alguns arquitectes. La fesomia de la ciutat ja no la conforma la seva història sinó la seducció i l'espectacularitat; el disseny i el consum.

La imatge de Las Vegas, com a cas paradigmàtic, està afaiçonada per uns hotels fets parcs temàtics, còpies de Venècia, Roma o Egipte<sup>277</sup>; arquitectura d'exhibició i d'apropiació dels elements característics d'altres ciutats. La identitat de Las Vegas, així doncs, recau en no tenir identitat pròpia. Un fet que ens condueix a considerar Las Vegas com a «ciutat genèrica» (R. Koolhaas), com a ciutat d'espectacle i d'apropiació de diversos imaginaris de ciutat, parquematzada i caricaturitzada: en definitiva *hipersignificada*. Conceptes que vincularem més endavant amb la *ciutat hiperrealitzada*.

L'arquitectura espectacle ha estat construïda des de la referencialitat i l'apropiació, no només cobeja la mirada de l'espectador per lluïment sinó que té la pretensió d'esdevenir experiència d'espectacularitat d'un succés excepcional a través del consum i dels nostres sentits. En aquesta direcció, l'arquitectura es transforma en publicitat i funciona com un *pseudoesdeveniment* perquè fa de l'edifici o infraestructura un esdeveniment<sup>278</sup>.

<sup>276</sup> L'antecedent d'aquesta pràctica són les Exposicions Universals com ara el *Crystal Palace* a Londres (1851) i l'*Exposició Mundial de París* (1889 i 1890) o en aquest darrer segle les Olimpíades.

<sup>277</sup> "La filosofía no es: Os ofrecemos la reproducción para que sintáis deseos de ver el original, sino: Os ofrecemos la reproducción para que no tengas ya necesidad del original. Pero, para que la reproducción sea deseada, el original tiene que ser idolatrado: de ahí la función kitsch de los letreros y de las voces en off que nos recuerdan la grandeza del arte del pasado". **ECO, U.** "Viaje a la hiperrealidad". A: **ECO, U.** *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1999. p. 14.

<sup>278</sup> Pseudoesdeveniment en el sentit de Baudrillard quan fa referència a la publicitat: "La publicidad es (...) el reino del pseudoacontecimiento. En realidad, lo construye como tal sobre la base de la eliminación de sus características objetivas. Lo construye como modelo, como noticia de actualidad espectacular. La publicidad moderna vio la luz cuando un anuncio ya no fue un anuncio espontáneo y se convirtió en una "noticia inventada" (...) Los periodistas y los publicitarios son operadores místicos: ponen en escena, inventan el objeto o el acontecimiento. Lo «entregan» reinterpretado y, en ocasiones, lo construyen deliberadamente". **BAUDRILLARD, J.** (1970) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Siglo Madrid: XXI España editores, 2009. p. 152.

d) *Resum*

A mode de resum, la virtualitat (hiperrealitat) respon a la ciutat entesa com a camp de realització de la imaginació dels desigs imaginats col·lectius (també de les pors)<sup>279</sup> i a la ciutat de la de la simulació que és aquella ciutat que entroncaria amb tot el debat sobre la substitució o no de la realitat pel somni; de la simulació per la realitat. La hiperrealitat enllaça amb el temps de l'efímer (provisionalitat), de la il·lusió i el somni; d'una vida de ficció; d'un món «*realment invertit* on allò veritable és un moment d'allò fals»<sup>280</sup>.

L'arquitectura hiperrealista ens qüestiona l'existència de la realitat i presenta, en la seva ambigüitat, un cert relativisme i subjectivisme: una ciutat de minimalismes oberta als significats que cadascú li posa; una construcció individual de sentit. Una construcció que connecta amb l'esforç de l'individu contemporani per autorrealitzar-se, per construir el seu imaginari, el seu somni propi així com també permet copsar la veritat (*veritas*) d'una manera relativa a cada individu. Hi ha tantes veritats com percepcions d'ella existeixen; una idea estretament lligada al pensament feble que descriu Gianni Vattimo<sup>281</sup>.

En un sentit semblant, G. Amendola dirà que la ciutat contemporània té dificultats per a adquirir una de les qualitats indicades per Freud per a la constitució del somni: la representació. Perquè la representabilitat és la menys òbvia de les qualitats de les grans ciutats. Reconstruir aquesta representabilitat i establir una nova relació amb les persones i amb el seu imaginari és un dels objectius de la ciutat contemporània<sup>282</sup>.

En segon lloc, el minimalisme ens aboca a la fragmentació; a la ruptura dels *metarrelats* (Jean F. Lyotard)<sup>283</sup>, al *patchwork*, al desarrelament i a l'individualisme. Com hem dit abans, el minimalisme cerca portar a l'observador a la reacció pura davant d'un espai, en un instant present, sense ornamentacions ni interpretacions, despenjat de tot context. Una finalitat que enllaça amb el dibuix de l'individu contemporani individualista i pragmàtic que va perdent la memòria. Tanmateix, l'hiperrealisme i el minimalisme tindran la seva correlació, com ja és previsible, amb la *ciutat hiperrealitzada*, la ciutat infovirtual que no té límits.

Per últim, una ciutat espectacle que ens posiciona còmodament davant d'una ciutat feta programa televisiu, plena de referents parquematitzats, còpies de còpies,

<sup>279</sup> AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000.

<sup>280</sup> DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos, 2003. p. 40.

<sup>281</sup> VATTIMO, G. *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*. Barcelona, Gedisa, 1994.

<sup>282</sup> AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000.

p. 39.

<sup>283</sup> LYOTARD, J.F. *La condición posmoderna: informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra, 1994.

clixés i imatges creades per a la verificació sense risc de decepció o imprevist; tota una creació d'espai feta per a l'experiència de l'espectacularitat i per al consum del somni. La ciutat i l'arquitectura posen com models davant de la càmera, la ciutat espectacle a punt per viure-la sense risc, feta d'esdeveniments programats i d'edificis fets esdeveniments. Una idea que reprendrem més endavant amb la teoria de la «*Fantasy City*».

## 1.5 Resumint la *ciutat projectada*

La ciutat, com hem vist, també es construeix i genera a partir del pensament. Una idea és suficient per pensar la ciutat, per projectar-la en un espai i un temps i materialitzar-la en una morfologia i en una traducció jurídica i administrativa concretes. La ciutat és feta de desigs: desig de cobrir les carències, les necessitats i l'apetència (*necessitat*) però també desig de ser feliços, de viure confortablement, de ben-estar, de justícia i llibertat. Pensar la ciutat, doncs, és també somiar-la, planificar-la d'antuvi tenint en compte els requeriments de l'individu tant els físics com els que s'escapen de la biologia: els espirituals, els intel·lectuals, els socials, els culturals... Per això, pensar la ciutat (projectarla) és pensar l'individu.

L'aspecte teleològic i utòpic de l'ésser humà el condueix inevitablement a pensar en allò perfecte, en l'harmonia d'un lloc exempt de les preocupacions humanes: un món bell, sense mort ni dolor, ni envelliment, ni fracàs; un món eurítmic, just, confortable, pacífic, lliure i feliç. Uns desigs que sorgeixen de l'experiència d'absència; com en el cas d'un negatiu fotogràfic, la utopia fa ressaltar tot allò que ens manca i porta en ella mateixa una crítica a la realitat actual que acaba projectant-se cap a un futur desitjat.

Un desig que és narrat des de la utopia com a horitzó. És a dir, des de l'acceptació d'allò irrealitzable però des de la possibilitat de l'esperança. La utopia és el llenguatge de l'esperança, en ella s'amaguen els desigs més profunds del l'ésser humà que s'orienten cap a un futur. El relat de la ciutat ideal, en aquest sentit, no és un conte per a infants sinó que la utopia descriu l'entrellat interior d'una societat, els seus desigs i les seves pors. Per això, si volem estudiar l'ésser humà i la ciutat en el seu dinamisme haurem d'observar els seus «sognis diürns», els seus projectes polítics, socials, tecnològics o mèdics.

En aquest brançal, la tecnologia de la informació ha esdevingut un nou *locus* de les utopies. La tecnologia és suport i utopia en ella mateixa. Mentre hi hagi desig, descontentament i esperança la utopia no ha desaparegut. El que suggerim és que les utopies ja no s'expliquen en fulls de paper sinó en el plasma d'un televisor, amagades en els replecs d'un anunci publicitari, explicada a la xarxa o en qualsevol nova invenció tecnològica.

La utopia, doncs, s'ha disseminat pels mitjans i per les TIC en un terreny tecnològic singular que no té temps ni espai i que coincideix amb la mateixa naturalesa *ou-tòpica* de la utopia; intemporal i desterritorialitzada. Per tant, la base (i sovint el

contingut) de les utopies es troben avui en la tecnologia i són la tecnologia. Tindrà molt de sentit, doncs, que el nou relat de la ciutat ideal s'expliqui des d'un suport tecnològic que és el receptacle perfecte per a reeditar-la. En aquesta direcció cal preguntar-nos si la *ciutat hiperrealitzada* serà o no utòpica; d'això ens n'ocuparem en l'últim bloc de la investigació.

D'altra banda, la ciutat creada, la *urbs*, la que fa ombra, no només és feta d'edificis, carrers, places i mercats... també és feta de pensament. Tot allò que configura la morfologia de la ciutat respon a un esquema mental: a una cosmovisió. En aquesta direcció, la traducció del pensament en temps-espai són les cases, els monuments i el traçat urbà. L'urbanisme projecta la ciutat i la preplanifica tenint en compte o desestimant els elements que el seu context li ofereix. No és, doncs, una projecció desarrelada del seu context sinó una expressió de l'individu i la seva circumstància.

Cap manera d'organitzar i concebre l'espai és neutre perquè està lligada a la política, l'economia, la cultura, la creença o la ideologia. Per això, cada urbanisme conté una concepció de l'individu i del món que podríem agrupar en dues grans corrents: una concepció holística (orgànica) del món i una concepció individualista (mecànica) del món. Aquest esquema correspondria precisament a la dicotomia entre natura-cultura i a la relació entre comunitat i individu que veurem més endavant amb la psicociologia de G. Simmel i amb les nocions de *cosa-real* i *cosa-sentit*: termes que esdevindran la pedra angular de tota la nostra anàlisi posterior sobre la *ciutat hiperrealitzada*.

Sigui com sigui, la ciutat és un producte humà i, per tant, la seva morfologia ha estat generada tant per la praxis del nostre pensament, desig i afectivitat com per la tècnica. I tota tècnica porta implícita la capacitat de transformar la nostra manera de pensar i la nostra manera de viure. En aquest sentit, la ciutat esdevé el producte tècnic i cultural per antonomàsia, el qual determina els dos eixos essencials de l'existència humana: espai i temps.

La correlació entre mentalitat i urbanisme l'hem il·lustrat amb una breu revisió de la història de l'urbanisme on hem descobert que la morfologia de la *urbs* és al una traducció de la nostra mentalitat i alhora un agent que modifica la nostra manera de pensar.

Com a expressió d'una mentalitat, la catedral de l'Edat Mitjana responia a una societat teocèntrica i simbolitzava el poder de l'Església i de Déu a la terra i, al mateix temps, amb les seves escultures i retaules s'orientava a la catequizació dels fidels; influïa en ells. D'altra banda, l'Àgora de l'antiga Grècia corresponia a una societat d'allò públic, de trobada i diàleg amb l'altre i alhora una ciutat orientada als déus a través dels

temples. O, en el cas dels emperadors, els palaus representaven la magnanimitat d'un poder absolut. En cada cas aquests espais físico-simbòlics articulaven la realitat social, cultural, econòmica i política d'una ciutat: d'un món.

Ara bé, l'urbanisme de la ciutat moderna i contemporània expressa en el seu urbanisme un canvi d'orientació. L'espai que articula la vida social són els grans magatzems i les zones comercials. El carrer ha perdut pes i l'arquitectura esdevé més provisional, més singular i més sotmesa al consum i a l'espectacle que o pas en èpoques anteriors.

L'arquitectura hiperreal, minimalista i espectacular són elements d'una nova manera de concebre el món i d'*estar-en-el món*. Des de fa un temps, la sociologia i la filosofia s'han esforçat en comprendre els trets originaris de la modernitat i la contemporaneïtat descobrint que aquests es troben inscrits en les ciutats, com veurem tot seguit en el següent bloc de la investigació.

SEGONA PART:

# Ciutat realitzada

Intents de construcció d'una semàntica de la ciutat

---





## SEGONA PART. LA CIUTAT REALITZADA

### INTENTS DE CONSTRUCCIÓ D'UNA SEMÀNTICA DE LA CIUTAT

#### 2.1. Presentació: què és la ciutat realitzada?

- 2.1.1 Dificultats que presenta l'objecte d'estudi.
- 2.1.2 La teoria com a intent de construcció d'una semàntica de la ciutat.

#### 2.2 Teories de la ciutat realitzada moderna.

- 2.2.1 Teoria de Georg Simmel. L'individu i la interiorització del món urbà.
- 2.2.2 Teoria de l'escola Ecològica de Chicago. La crisi ambiental de l'individu de Robert. E. Park.
- 2.2.3 Teoria de Louis Wirth. L'urbanisme *as a Way of Life*.
- 2.2.4 Teoria social de l'individu a través del *flâneur*.
- 2.2.5 La representació de l'individu a la ciutat moderna.
  - 2.2.5.1 Definició de 'representació'.
  - 2.2.5.2 La presentació de l'individu en la vida quotidiana.
  - 2.2.5.3 El control de la representació veraç.
  - 2.2.5.4 El cos: relació amb el món i amb els altres.
  - 2.2.5.5 El cos com a significat.
  - 2.2.5.6 L'individu com a misteri.
  - 2.2.5.7 La mirada cosificadora.
  - 2.2.5.8 Reconeixement.
  - 2.2.5.9 El nou narcís.
  - 2.2.5.10 L'individu subjectivista.

#### 2.3 Teories de la ciutat realitzada contemporània.

- 2.3.1 Teoria de Manuel Castells i de la «ciutat global».
  - 2.3.1.1 *El mite de la cultura urbana.*
  - 2.3.1.2 *La nova ciutat i les TIC: la «ciutat global».*
  - 2.3.1.3 *La «ciutat global» i el pensament únic.*
  - 2.3.1.4 *La «ciutat global» i l'economia*
- 2.3.2 Teories de la ciutat del consum.
  - 2.3.2.1 *La ciutat com a objecte de consum..*
  - 2.3.2.2 *La ciutat com a escenari de consum.*
  - 2.3.2.3 *La moda i la interiorització del «temps impacient».*
  - 2.3.2.4 *L'imperi de la significació i la retòrica.*
- 2.3.3 Teoria de la «Fantasy City» de John Hannigan
  - 2.3.3.1 *La «ciutat fantasia» s'articula a través de narratives de ficció.*
  - 2.3.3.2 *La «ciutat fantasia» és una marca.*
  - 2.3.3.3 *La «ciutat fantasia» és modular i un aparador.*
  - 2.3.3.4 *La «ciutat fantasia» és oberta 24 hores.*
  - 2.3.3.5 *La «ciutat fantasia» és solipsista i virtual.*
- 2.3.4 L'esvaïment de la ciutat: la fractura entre la *urbs* i la *civitas*.
  - 2.3.4.1 *El context actual de fragmentació i evanescència.*
  - 2.3.4.2 *El divorci entre urbs i civitas i la mort de la ciutat.*

#### 2.4 Resumint la ciutat realitzada

## PART II. La ciutat realitzada

La vida humana se mueve entre dos polos: el movimiento y el asentamiento.

Lewis Mumford<sup>284</sup>

### 2.1 Presentació: què és la ciutat realitzada?

En aquest segon bloc farem referència a la *ciutat realitzada*; '*realitzada*' en dos sentits. En primer lloc, en el sentit de fer-se real com a procés d'acompliment d'una idea de ciutat; d'una *ciutat projectada* des de l'òptica d'aquelles disciplines que projecten i construeixen la ciutat ja sigui material o conceptualment. Utilitzem '*realitzada*' per evitar la paraula 'real' ja que per oposició podríem entendre que tant la *ciutat hiperrealitzada* com la *ciutat projectada* no participen de la realitat.

La *ciutat realitzada*, doncs, és la ciutat en la qual vivim, la que veiem a través de la finestra, la que practiquem i caminem. És *urbs* i *civitas* acomplerta a partir d'unes necessitats, d'uns dissenys, d'unes idees; materialitzada en el temps i en l'espai.

En segon lloc, '*realitzada*' en el sentit *televisiu* del terme pel caràcter de la reflexió de les ciències socials que cavalquen en temps present i proven d'elaborar un discurs amb diversos plans esbiaixats i fragmentats de la ciutat que concorren i s'actualitzen constantment. No es tracta d'un *muntatge*; d'un discurs reposat sobre la ciutat que elaborem un cop ha acabat un rodatge, sinó que la *realització* del discurs de les ciències socials sobre la ciutat exigeix el directe i intenta copsar una realitat complexa i dinàmica articulant acceleradament un anàlisi coherent mentre les coses passen. Les teories i els discursos sociològics i antropològics es construeixen, d'aquesta manera, com en la *realització* d'un programa televisiu en directe: intentant construir un relat de teories connexes amb la realitat a partir d'una ciutat sempre en moviment.

En aquest apartat farem un breu recorregut per les teories que s'han construït per copsar i analitzar la *ciutat realitzada* des de finals del segle XIX i principis del XX coincidint amb el *canvi social* que va suposar la Revolució Industrial i el naixement de la nova ciutat. Tant des d'una perspectiva històrica com des de la sociologia es plantejava el repte de capturar aquesta realitat social efervescent tan rica en detalls.

Malgrat les limitacions metodològiques i teòriques Louis Wirth i Robert Ezra Park dins l'Escola de Chicago i G.H Mead (amb l'interaccionisme simbòlic) als Estats Units,

<sup>284</sup> MUMFORD, L. *La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 11.

Georg Simmel a Alemanya, Michel Certeau, Henry Lefebvre (França) i Manuel Castells entre molts d'altres, han intentat aportar nous enfocaments a l'estudi de la ciutat.

L'interès d'estudiar un objecte de tan profunda complexitat sense caure en el desànim parteix del convenciment de que la ciutat occidental és l'estendard d'una època i d'una societat. La ciutat és l'espai de la «consciència moderna». Els carrers i la seva gent són el mapa de nosaltres mateixos. D'aquí la importància del seu tractament també des de les ciències socials tot i que mai no s'arribi a copsar plenament la totalitat de l'objecte d'estudi. Pensar en la ciutat és pensar en l'individu-en-el-món; una tasca gens fàcil i que es pot fer des de múltiples perspectives.

Cercant un cert caire multidisciplinar, el capítol s'inicia amb una qüestió epistemològica que troba resposta en un breu recorregut per les nocions fonamentals i les teories sociològiques i antropològiques que han influenciat més els estudis de la ciutat moderna i contemporània passant per l'aproximació filosòfica del *flâneur* i del dibuix de la representació de l'individu en la ciutat, i acaba amb el repunt de la teoria d'una ciutat contemporània que desapareix.

### 2.1.1 Dificultats que presenta l'objecte d'estudi

Es ahora el pensamiento un dialéctico fauno que persigue, como a una ninfa fugaz, la esencia del bosque. El pensamiento siente una fruición muy parecida a la amorosa cuando palpa el cuerpo desnudo de una idea. Con haber reconocido en el bosque su naturaleza fugitiva, siempre ausente, siempre oculta -un conjunto de posibilidades-, no tenemos entera la idea del bosque. Si lo profundo y latente ha de existir para nosotros, habrá de presentársenos y al presentársenos ha de ser en tal forma que no pierda su calidad de profundidad y latencia<sup>285</sup>.

L'estudi d'*allò urbà* en les ciutats occidentals contemporànies es presenta en forma d'objecte esmunyedís, *actual*, dinàmic, de múltiples cares i d'una complexitat inabordable. A recer de la denominació '*allò urbà*' s'agrupen múltiples elements interconnectats entre si, amb una especial dificultat en especificar els límits d'un i de l'altre i amb el resultat d'un objecte d'estudi borrós i problemàtic.

La seva gran complexitat no emana de la seva morfologia sinó dels seus habitants. D'aquí l'encertada distinció entre la ciutat i *allò urbà* que hem apuntat en les *Notes Prèvies* d'aquesta investigació. Recordem que, tot allò que quedava fora de la definició demogràfica i estadística de la ciutat té a veure precisament amb *allò urbà*:

<sup>285</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *Obras completas*. Madrid: Alianza, 1993. p. 333-334.

amb la forma de vida dels seus habitants, amb les dinàmiques socials, amb les pràctiques urbanes, amb les relacions entre individus i entre els individus i el medi.

La ciutat moderna, doncs, no és un objecte inalterable, estàtic i hermètic. No ho és perquè la ciutat depèn dels seus actors; diversitat d'individus que actuen segons uns projectes i anhels distints que es relacionen entre ells i que són imprevisibles. La ciutat, doncs, és conformada pels seus ciutadans que viuen en una *urbs*. Per això, copsar la ciutat plenament és, en definitiva, definir una cosa viva, dinàmica i de canvi constant:

(...) la ciutat es troba més enllà de tota perspectiva geogràfica, sociològica o històrica perquè neix de les necessitats d'interacció que tenen els homes, la qual cosa prohibeix tota definició estàtica o descriptiva. Perquè es tracta d'una comunitat viva, posseeix una tal mobilitat que defuig tota permanència<sup>286</sup>.

La ciutat moderna occidental és un objecte de canvi incessant, que es fa i es *re-fa* constantment<sup>287</sup> i que no permet copsar l'instant amb plena nitidesa ni considerar-ne tots els factors i actors que la configuren. Per això, des de el punt de vista sociològic i antropològic, la ciutat ha esdevingut una categoria complexa, de difícil abast intel·lectual i d'una solució epistemològica complexa dins de les ciències socials com a objecte d'estudi<sup>288</sup>.

El caràcter indefinit de la especificació de la ciutat com a objecte d'estudi planteja un problema de fons en la legitimació de totes les disciplines dites 'urbanes'. La ciutat i els seus atributs són un objecte d'estudi que és posat en qüestió. De fet, es posa en dubte que la ciutat pugui ser ell mateix un objecte d'estudi i sense un objecte d'estudi delimitat i propi no té sentit constituir una subdisciplina diferenciada de les altres<sup>289</sup>. En la línia del que deia fa uns anys Manuel Castells, no té pretext catalogar com a 'sociologia urbana' una branca sociològica que no té objecte d'estudi o, en tot cas, que el seu objecte d'estudi és el mite d'una *cultura urbana*<sup>290</sup>.

<sup>286</sup> **BONELLO, Y-H.** *La ville*, París: Presses Universitaires de France, 1998. A: **DUCH, LI.** *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 409.

<sup>287</sup> Manuel Delgado, des de la vessant antropològica resalta el moviment de la societat urbana: "*Lo urbano consiste en una labor, un trabajo de lo social sobre sí: la sociedad «manos a la obra», produciéndose, haciéndose y luego deshaciéndose una y otra vez, empleando para ello materiales siempre perecederos. Lo urbano está constituido por todo lo que se opone a cualquier cristalización estructural, puesto que es fluctuante, aleatorio, fortuito...*". **DELGADO, M.** *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999. (2ª ed.) p. 23.

<sup>288</sup> Vegeu **CASTELLS, M.** *Problemas de investigación en sociología urbana*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, 1971. p. 59-62.

<sup>289</sup> **FLANAGAN, W.** *Contemporary Urban Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

<sup>290</sup> Per a Castells, "*La cultura urbana no es un concepto. Es, hablando con propiedad, un mito, puesto que cuenta - ideológicamente- la historia de la especie humana. La sociología urbana basada en la cultura urbana es una ideología de la modernidad, asimilada -de manera etnocéntrica- a la cristalización de las formas sociales que caracterizan al capitalismo liberal*". **CASTELLS, M.** *Problemas de investigación en sociología urbana*. Madrid: España editores, 1971. p.55. Per a Castells, la 'cultura urbana' no és més que el sistema cultural corresponent a la 'societat de masses', al capitalisme liberal tal i com també afirmen Riesman i Wilensky. Tanmateix, l'estudi d'*allò urbà* (cultura pròpiament urbana) entès com a mite també ens és molt útil. Com a mite no el podem disseccionar ni al·legoritzar ni psicoanalitzar però sí que ens serveix per legitimar un ordre social. Les imatges, les idees, les construccions, l'imaginari col·lectiu

Així doncs, i resumint, la naturalesa canviant de la ciutat i la seva borrositat dificulten la nostra aproximació acadèmica i intel·lectual. Però, malgrat tot, intuïm la ciutat com a *locus* de la *consciència moderna*, icona de la societat contemporània per on passa l'autocomprensió de nosaltres mateixos i de la nostra civilització i, per això, sentim la necessitat d'abordar-la.

### 2.1.2 La teoria com a intent de construcció d'una semàntica de la ciutat

Las teorías son redes que lanzamos para apresar aquello que llamamos «mundo»: para racionalizarlo, explicarlo y dominarlo. Y tratamos de que la malla sea cada vez más fina<sup>291</sup>.

Arran d'aquesta cita de Popper hem titulat aquest segon gran bloc de la investigació: '*Teories d'allò urbà: intents de construcció semàntica de la ciutat realitzada*' ja assenyalant que ens hem de situar en la *theoria* i la *contemplació* per abordar la ciutat des de les ciències socials i la filosofia. Entenent la teoria des de la perspectiva clàssica o com a *conjectures*, hipòtesis especulatives en el sentit popperian de la *ciutat realitzada*; teories ben raonades i ben argumentades però, al cap i a la fi, teories.

D'aquesta manera, partim de la perspectiva epistemològica i metodològica de la teoria; una teoria que no és la científica malgrat que ens valem de les anomenades 'ciències' socials sinó *metafísica* en el sentit de Bunge<sup>292</sup>. La perspectiva que defensem aquí, així doncs, és que no és possible elaborar una *teoria científica d'allò urbà* i que en tot cas hauríem de parlar de *teories metafísiques* o *fàctiques* de la ciutat. La gran ciutat

---

d'aquesta 'cultura urbana' configura la ciutat i *allò urbà* en l'arrel mateixa de la idea *d'allò urbà*. D'altra banda, la sociologia i antropologia 'urbanes' creiem que poden ser enteses com a sociologia i antropologia de la societat moderna occidental en general; sense que això vulgui dir que el terme 'urbà' no porti implícit una ideologia de la producció de formes socials: "*Podríamos, pues, aceptar la apelación "cultura urbana" para designar lo que sucede en las ciudades. Pero, por una parte, como hemos mostrado más arriba, la "confusión" no es tan inocente como parece, ya que comporta implícitamente una ideología de la producción de formas sociales. Y por otra, al no constituir esa cultura urbana objeto teórico, concepto particular, parece claro que la sociología urbana no puede tomarla, en ningún caso, como criterio de especificación*". p.55.

<sup>291</sup> POPPER, K.R. *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos, 1962. p. 57.

<sup>292</sup> BUNGE, M. *Semàntica I. Sentido y referencia*. Barcelona, Gedisa, 2008. En les ciències formals no hi ha diferència entre denotació i designació. (p.72) Les teories que es mouen en la representació on la  $D = \emptyset$  són metafísica? Una teoria o és metafísica o és ciència. Tota teoria científica abans ha estat metafísica; la majoria de les teories sociològiques o antropològiques no han estat provades empíricament i, menys encara la ciutat que és sempre canviant plena d'interaccions. La verificació necessita: referència, representació i proves empíriques. Dins l'univers de la ciutat: els constructes serien –per exemple– algunes premisses com ara '*A la ciutat hi ha una saturació d'estímul*'. D'aquesta frase: els referents són ciutat, saturació, estímul. Ciutat com a *allò urbà* (i no com a emplaçament) seria una paraula que correspondria a la representació, a l'àmbit definitori *d'allò urbà*. La frase que hem esmentat, d'altra banda, es troba en la representació. Aquesta afirmació simmeliana ha de ser provada empíricament. Si no és provada es mou en un terreny metafísic. La qual cosa no vol dir que no pugui ser veritat sinó que no podem afirmar que és científica. D'altra banda, hem de fer referència al blindatge que suposa etiquetar de metafísica tots els discursos de la ciutat en disciplines sociològiques, antropològiques etc. Fins i tot les estadístiques i gràfiques no confirmen sempre la verificació empírica si no és una mostra total (p. 123). Poden haver estudis dins la ciutat que puguin verificar una teoria empíricament; per exemple en la Demografia però totes aquelles teories que fan referència a 'allò urbà', a les interaccions socials a la ciutat, als estils de vida etc. són massa esmunyedisses per fer-ne cap comprovació empírica. Sovint la sociologia i l'antropologia no té 'referència' (treballa sobre les mateixes interaccions i no sobre els subjectes) o proves empíriques (és molt difícil estudiar la ciutat des d'un punt de vista interaccional, social).

-*urbs* i *civitas*- no pot ser sotmesa a la verificació empírica per causa del volum de l'objecte, i el tarannà d'un objecte amorf, dinàmic que es fa i es refà, sempre canviant i en construcció.

Amb la manca d'un referent estàtic i delimitat per una definició, les ciències socials treballen sobre les mateixes interaccions i no sobre els subjectes, l'arquitectura o les dades de la demografia o l'estadística. Tots aquests elements serveixen de fites per confirmar la bona direcció de la teoria, per aproximar-nos racionalment al «món» però sense comprovació empírica. Els seus *constructes*, diria Bunge, no es refereixen a una cosa com a totalitat, sinó més aviat als seus aspectes, *fets de les coses* i *representacions*.

D'aquesta forma, inscrivim les teories que aquí presentem a les dues proposicions metodològiques que formula la sociologia crítica. En primer lloc que l'objecte d'estudi és una construcció, no és un objecte *real* tal i com es presenta a nivell empíric i, en segon lloc, que el que existeixen són delimitacions de l'objecte urbà mitjançant models teòrics que intenten abordar una realitat social complexa.

## 2.2 Teories de la *ciutat realitzada moderna*

En aquest apartat, farem referència a les teories sobre la ciutat configurada per la mentalitat moderna. La Modernitat com pensament influeix en tots els àmbits de la vida humana; en la política, en la filosofia, en l'art i la indústria. Aquesta mentalitat té els seus orígens al Renaixement però arriba al seu punt més àlgid a finals del segle XVIII i principis del XIX amb la Revolució Industrial, la Independència dels Estats Units (1776) i la Revolució Francesa (1789).

La Revolució Industrial (s. XVIII) és possiblement el període historic que té una influència major en la construcció de la ciutat moderna. Amb la Revolució Industrial augmenta la concentració de població urbana i s'abandona progressivament el medi rural. Al mateix temps es dona un progrés continuat de la ciència i de la tècnica en interès de la indústria; Tylor descomposa el treball provocant la racionalització i l'especialització del treball passant d'una ciutat artesana a una ciutat fabril i l'arquitectura té nous materials per edificar d'una manera diferent.

En aquesta etapa la urbanització del territori augmenta proporcionalment a la industrialització<sup>293</sup> i la concentració de població en les ciutats provoca unes noves problemàtiques, una nova configuració social feta de desequilibris econòmics i també motiva canvis urbanístics importants. El boom demogràfic urbà fa enderrocar les muralles i la ciutat s'obre al món; sincronitza el seu rellotge amb el meridià de Greenwich<sup>294</sup> i emprèn el seu compàs interior eludint, d'una forma contundent, els ritmes de la natura gràcies a les innovacions científiques i tècniques com ara la llum elèctrica, l'automòbil, el tramvia, i el ferrocarril, els electrodomèstics, el telègraf, el telèfon, el gramòfon, la fotografia, el cinema.

La caiguda de les muralles, doncs, esdevé la cinta d'inauguració de l'era de la ciutat moderna perquè aquest enderrocament expressa l'al·legoria de l'individu modern que es deslliga de tot allò que l'encorseta. Les muralles eren, d'aquesta manera, l'emblema arquitectònic de control i contenció d'un univers simbòlic, que era concebut com a impediment per a l'expansió del progrés i per a l'emancipació de l'individu<sup>295</sup>. Un individu il·lustrat que destrueix els lligams entre l'estat i la religió, entre l'economia i la

<sup>293</sup> A Anglaterra i Nova Anglaterra més del vuitanta per cent de la població vivia en ciutats de més de 25000 habitants. MUMFORD, L. *La ciudad en la historia*. Buenos Aires: Infinito: 1966. p. 597.

<sup>294</sup> Fins a mitjans del segle XIX cada ciutat i comarca es regia per l'hora solar del lloc.

<sup>295</sup> A la ciutat clàssica els murs de la ciutat es consideraven sagrats; no només complien una funció defensiva sinó ritual, religiosa i política. Entrar a la ciutat significava establir una aliança amb aquells que viuen emparats per ells; acceptar i respectar aquell món delimitat pels seus murs.



moral, que es deslliga de la història i la tradició i que secularitza l'estil de vida sota el mite del progrés i la raó.

L'habitant de la ciutat moderna és autosuficient perquè amb la seva raó ja no necessita ni Déu, ni màgia ni bruixeria per explicar el món. I la ciutat moderna acull aquest nou *món desencantat* (M. Weber), sense mites d'origen ni fundació, impersonal i anònim, font d'alliberament però també font d'angoixa i frustració.

La *ciutat realitzada moderna*, doncs, és la "ciutat il·lustrada", la gènesi originària de la ciutat contemporània occidental que es desenvolupa arran de la Revolució Industrial fins a la segona meitat del segle XX i que va acompanyada de canvis polítics, econòmics i socials importants. Per tant, el que exposem en les planes següents són algunes de les teories que esbossen la ciutat moderna la qual conté, de manera incipient, moltes de les característiques de la ciutat contemporània actual.

Tanmateix, cal que assenyalem, que ens hem centrat fonamentalment en les teories de l'Escola Ecològica de Chicago<sup>296</sup> deixant de banda l'estudi específic d'autors d'importància cabdal per la seva transversalitat en la temàtica urbana com ara Max Weber, Henri Lefebvre o Lewis Mumford els quals aniran apareixent de forma disseminada en el desplegament de l'argumentari de la investigació relacionant-los amb cada subtemàtica inherent de la ciutat.

---

<sup>296</sup> En aquesta investigació hem obviat dedicar un apartat a l'Escola Antropològica de Manchester la qual va tenir força influència en els estudis urbans després de la Segona Guerra Mundial entre els anys 50 i 60. La raó és que la temàtica principal dels seus estudis se centrava sobretot en la immigració d'origen rural a les ciutats i de com els immigrants comptabilitzaven els seus valors i les pràctiques socials amb la vida en la ciutat; de com s'anaven substituint aquestes pràctiques i modificant alhora la seva identitat individual i social. Perquè l'Escola Antropològica de Manchester neix arran de la situació colonial. En aquest sentit, l'escola liderada Max Gluckman, va elaborar diverses etnografies de l'Àfrica central sobre l'èxode rural cap a les ciutats d'algunes tribus africanes.

### 2.2.1 Georg Simmel: l'individu i la interiorització del món urbà

Algunes de les nocions fonamentals del fenomen social urbà ens arriben a través del filòsof i sociòleg alemany Georg Simmel (1858-1918) en la seva aportació teòrica en el terreny de la relació entre l'individu i la gran ciutat a partir d'un estil fragmentat, de «pintor expressionista», de *bricoleur* de la atmosfera i la quotidianitat urbana amb la mirada particularitzadora del *flâneur* tan apropiada per tractar la ciutat contemporània occidental.

La ciutat pot ser abordada des de múltiples perspectives i focalitzada en diversos aspectes. Un dels aspectes és l'individu, l'urbanita, l'habitant de la ciutat. I Simmel s'aproxima a la ciutat des d'ell i no des de categories polítiques, econòmiques o territorials com havien fet Weber o Marx. L'ànima i l'essència de la ciutat no està en un paisatge sinó en la manera de viure-la, de practicar-la, en els individus que la componen, en les seves interaccions. I Simmel es centra en els significats dels petits fets quotidians de la ciutat, en fragments de l'experiència urbana; en imatges d'un món extern que tenen la seva traducció en l'interioritat de l'individu. La ciutat és espai i temps on s'esdevé la percepció i l'experiència dels individus. D'aquesta manera, les interaccions urbanes són la resposta de l'individu a la interiorització del món urbà.

En aquesta direcció, Simmel situa l'individu en el centre del seu discurs com a font essencial d'allò social atribuint-li una entitat sociològica important. La seva hipòtesi sobre la relació individu amb la metròpoli occidental es basa en la teoria que afirma que la història de la cultura occidental coincideix amb el procés de progressiva afirmació i emancipació de l'individu. Una idea que reprendrem més endavant amb la figura del *flâneur* i l'individualisme.

D'altra banda, l'autor formula algunes hipòtesis sobre les conseqüències de la transformació de les formes solidàries de la comunitat tradicional en les noves formes de la gran ciutat i també sobre la relació cultural del diner i el seu intercanvi amb la personalitat i conducta de l'individu que habita en la ciutat occidental. La relació que s'estableix entre l'economia i la cultura urbana és caracteritzada, segons l'autor, per la difusió del valor de canvi i les formes d'interacció individuals. L'interès de Simmel se centra, així doncs, en explicar l'intercanvi social que es dona a les grans ciutats i les noves conductes d'organització i relacions socials que marcaran la vida a les grans ciutats.

Com dèiem, resulta interessant per a la nostra investigació la relació que fa Simmel entre l'individu i el medi. Segons l'autor, el desenvolupament de la naturalesa humana és modificada per la intervenció de la societat: entitat superior a l'individu i

necessàriament coartadora i modificadora de la percepció i comportament humans. El tema central de la ciutat és la resistència de l'individu a la uniformització<sup>297</sup>. Una perspectiva que entronca amb la que hem exposat en la *ciutat projectada* sota l'epígraf de la mentalitat racionalista-individualista.

D'aquí el que exposàvem en el capítol anterior amb la recíproca influència entre l'urbanisme i l'individu. L'individu modifica l'entorn amb l'urbanisme i al mateix temps l'individu és modificat per l'entorn urbanístic que ha creat. En el mateix sentit podríem dir que la ciutat fa *allò urbà* i *allò urbà* fa la ciutat perquè; ¿és la ciutat qui configura l'estil de vida, les actituds, la personalitat dels habitants? ¿O és l'individu qui, en definitiva, imagina la ciutat, la crea, la transforma i la viu d'una manera determinada com hem vist en el capítol anterior? Com a resposta inicial direm que és l'individu qui crea la ciutat, al mateix temps que és transformat per ella. Estaríem parlant, doncs, d'un esquema circular d'influència recíproca.

En el primer capítol exposàvem la *ciutat projectada* la qual inspira la materialització del somni o la idea; sovint d'una manera parcial o imperfecta, però manifesta en la ciutat física, arquitectònica i administrativa. La ciutat és creada per l'ésser humà i, al mateix temps, la ciutat creada influeix la vida humana d'una manera determinant.

En aquesta direcció, dins de l'anàlisi simmeliana, s'evidencia una certa tensió entre l'individu i l'ambient que l'envolta. L'individu lluita per conservar la seva autonomia i singularitat en una *societat-massa* que ofega la personalitat de l'individu amb una *cultura objectiva* aclaparadora<sup>298</sup>. És la tensió, en definitiva, entre el món intern de l'individu i el món extern a ell: la ciutat. Un conflicte que recollirà després l'Escola de Chicago en la seva teoria ecològica de la ciutat la qual explicarem més endavant.

Des d'una perspectiva psicosocial, Simmel tracta de retratar la personalitat metropolitana partint de la premissa antropològica que l'ésser humà és discriminant i

<sup>297</sup> "Los más profundos problemas de la vida moderna manan de la pretensión del individuo de conservar la autonomía y peculiaridad de su existencia frente a la prepotencia de la sociedad, de lo históricamente heredado, de la cultura externa y de la técnica de la vida". SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 375.

<sup>298</sup> "(...) las grandes ciudades son los auténticos escenarios de esta cultura que crece por encima de todo lo personal. Aquí se ofrece, en construcciones y en centros docentes, en las maravillas y comodidades de las técnicas que vencen al espacio, en las formaciones de la vida comunitaria y en las instituciones visibles del Estado, una abundancia tan avasalladora de espíritu cristalizado, que se ha tornado impersonal, que la personalidad, por así decirlo, no puede sostenerse frente a ello". Tot i que la *cultura objectiva* també té aspectes positius: "Por una parte, la vida se le hace infinitamente más fácil, en tanto que se le ofrecen desde todos los lados estímulos, intereses, rellenos de tiempo y conciencia que le portan como en una corriente en la que apenas necesita de movimientos natatorios propios". Pero por otra parte, la vida se compone cada vez más y más de estos contenidos y ofrecimientos impersonales, los cuales quieren eliminar las coloraciones e incomparabilidades auténticamente personales; de modo que para que esto más personal se salve, se debe movilizar un máximo de especificidad y peculiaridad, se debe exagerar esto para ser también por sí misma, aunque sólo sea mínimamente". SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 395. i p. 396.

selectiu<sup>299</sup>; és a dir, davant d'una allau o intensificació d'estímuls, l'individu fa una selecció perquè és incapaç d'aprehendre la totalitat. D'aquesta manera Simmel formula un dels fonaments psicològics característics de la vida anímica de la gran ciutat: l'acreixement de la vida nerviosa (*Nervenleben*)<sup>300</sup>.

La selecció que acompleix l'individu sempre serà idèntica en contextos tradicionals però no en la *gran urbe*. Ara bé, en el context modern, on la ciutat és considerada l'espai idoni per a la llibertat<sup>301</sup> i la intensificació d'estímuls nerviosos, l'elecció i selecció d'estímuls rebuts estaran sempre sotmeses a canvis constants. Aquesta sobrestimulació, dirà l'autor, lluny de col·lapsar o crear una psicosis o malaltia mental, condueix a l'individu a l'autodefensa; a adaptar-se a la realitat captant exclusivament aquella capa més epidèrmica, conscient i racional de la realitat.

D'aquesta manera, els estímuls i les impressions noves i successives típiques de la ciutat, promouen el raciocini (el cap) més que no pas l'emotivitat (el cor) la qual tindrà preferència en ambients d'hàbit i costum. El predomini de la racionalitat per sobre del sentiment és concebut, d'aquesta manera, com una forma de defensa davant la violència de la gran ciutat, la sobreexcitació i la vulgarització de l'individu<sup>302</sup>.

En aquest sentit, l'autor diferencia dos tipus de *forces internes*. Per una banda, les *forces profundes* integrades pels sentiments i les relacions afectives i, d'altra banda les *forces superficials* integrades pels dominis de la raó. En aquest mateix patró, Simmel recupera la dicotomia de Tönnies entre comunitat i associació i afegeix nous elements de la seva teoria sobre la vida psíquica:

<sup>299</sup> "El hombre es un ser de diferencias, esto es, su conciencia es estimulada por la diferencia entre la impresión del momento y la impresión precedente. Las impresiones persistentes, la insignificancia de sus diferencias, las regularidades habituales de su transcurso y de sus oposiciones, consumen, por así decirlo, menos conciencia que la rápida aglomeración de imágenes cambiantes, menos que el brusco distanciamiento en cuyo interior lo que se abarca con la mirada es la imprevisibilidad de impresiones que se imponer". SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 376.

<sup>300</sup> "El fundamento psicológico sobre el que se alza el tipo de individualidades urbanitas es el acrecentamiento de la vida nerviosa, que tiene su origen en el rápido e ininterrumpido intercambio de impresiones internas y externas". SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 376.

<sup>301</sup> Estem fent referència a la concepció de la ciutat com espai de llibertat, als «aires de llibertat» que ja Marx assenyalava a *El Capital* i que Simmel reemprèn a *El individuo y la libertad*. La ciutat moderna proporciona més llibertat que les ciutats antigues. Som mes lliures però ens sentim més sols.

<sup>302</sup> "Esta racionalidad, reconocida de este modo como un preservativo de la vida subjetiva frente a la violencia de la gran ciudad, se ramifica en y con múltiples fenómenos particulares (...) De este modo, el tipo del urbanita (que, naturalmente, se ve afectado por cientos de modificaciones individuales) se crea un órgano de defensa frente al desarraigo con el que le amenazan las corrientes y discrepancias de su medio ambiente externo: en lugar de con el sentimiento, reacciona frente a éstas en lo esencial con el entendimiento, para el cual, el acrecentamiento de la conciencia, al igual que produjo la misma causa, procura la prerrogativa anímica. Con esto, la reacción frente a aquellos fenómenos se traslada al órgano psíquico menos perceptible, distante al máximo de la profundidad de la personalidad". SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 377

Comunitat rural i petita ciutat	Metròpoli
<p>Vida psíquica: costum, ritme lent, uniformitat de sensacions, insistència sobre l'emotivitat i el sentiment.</p>	<p>Vida psíquica: mutació constant, ritme frenètic de sensacions, coneixement racional com a:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Element que determina de forma essencial la personalitat.</li> <li>2.- Forma de defensa davant la hiperestimulació.</li> </ol>

Les dues formes d'organització social, doncs, corresponen a dues vides psíquiques ben diferenciades on l'actitud intel·lectualista de l'individu de la metròpoli estarà relacionada amb l'economia dominant de la ciutat. És a dir, a més a més de la bandada d'estímuls que modifiquen el comportament de l'habitant metropolità, els comportaments socials dins la metròpoli es configuren des de la racionalitat econòmica.

En la seva obra *La filosofia del diner* (1900), l'autor dirà que el valor de canvi és més important que el valor d'ús i que el diner es converteix en el centre de les relacions interindividuals a més de desenvolupar una funció cultural important. La base de la vida quotidiana esdevé, així, l'economia monetària i la naturalesa calculable de la moneda<sup>303</sup>:

El rasgo psicológico de la época, aquí analizado, que se muestra en oposición tan manifiesta frente a las esencias impulsivas, totalizadoras o sentimentales de épocas pretéritas, parece encontrarse en una relación causal estrecha con la economía monetaria. Esta justifica, en función de su propia esencia, la necesidad continua de operaciones matemáticas en circulación económica cotidiana. Las vidas de muchos seres humanos están caracterizadas por esta posibilidad de determinar, equilibrar, calcular y reducir valores cualitativos a otros cuantitativos<sup>304</sup>.

El diner, doncs, és el paràmetre de les relacions socials racionalitzades en funció de l'adquisició de béns. En aquesta direcció, la relació entre individus ja no és una relació entre individualitats sinó que és un contacte basat en un rendiment objectiu mesurable; és a dir, que les relacions humanes passen a mesurar-se i calcular-se en termes econòmics; com a valor de canvi.

<sup>303</sup> També M. Weber deu anys més tard dirà que és el mercat qui racionalitza les funcions socials. **WEBER, M.** *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de cultura económica, 1993.

"(...) dentro de la comunidad de mercado, la acción de cambio, a veces la acción de cambio de dinero, no se orienta aisladamente por la acción de otra parte, sino que, cuanto más racionalmente se sopesa, tanto más se orienta por el actuar de todos los partícipes potenciales en el cambio. La comunidad de mercado, en cuanto tal, es la relación práctica de vida más impersonal en la que los hombres pueden entrar. No porque el mercado suponga una lucha entre los partícipes. Toda relación humana, incluso la más íntima, hasta la entrega personal más incondicionada, es, en algún sentido, de un carácter relativo, quizá para salvación de su alma. Sino porque es específicamente objetivo, orientado exclusivamente por el interés de los bienes de cambio". p. 494.

<sup>304</sup> **SIMMEL, G.** *Filosofía del dinero*. Madrid : Centro de Estudios Constitucionales, 1977. p. 558.

Todas las relaciones anímicas entre personas se fundamentan en su individualidad, mientras que las relaciones conforme al entendimiento calculan con los hombres como con los números, como con los elementos en sí indiferentes que sólo tienen interés por su prestación objetivamente sopesable; al igual que el urbanita calcula con sus proveedores y sus clientes, sus sirvientes y bastante a menudo con las personas de su círculo social, en contraposición del círculo más pequeño, en el que el inevitable conocimiento de las individualidades produce (...) un más allá de sopesar objetivo de prestación y contraposición<sup>305</sup>.

En aquest context, s'erigeix la cosificació de l'altre en el si de les relacions socials perquè el diner transforma les mentalitats dels habitants de la ciutat<sup>306</sup>. Aquest tipus de relació social basat en la racionalitat econòmica augmenta dins la metròpoli en detriment de les relacions emotives les quals es desvaloritzen enormement. En aquest context, dins la metròpoli s'anul·la i es reté la irracionalitat perquè la irracionalitat no encaixa en la lògica de canvi de la moneda.

Així doncs, l'actitud psíquica del l'habitant de la gran ciutat queda definida per la multitud d'estímuls nerviosos continus i variats, àdhuc, contraposats que conformen una actitud psíquica de l'habitant que anomenarem *blasé*.

La esencia de la actitud *blasé* reside en la insensibilidad hacia toda distinción, pero esto no significa, como en el caso de la insuficiencia mental, que los objetos no se perciban, más bien que el significado y diverso valor de las cosas, y por consiguiente las cosas mismas, se perciben como no esenciales. El individuo *blasé* se apoya en un plano uniforme y de una tonalidad opaca; ningún objeto merece preferencia con respecto al otro: este estado de ánimo es el fiel reflejo subjetivo de una completa interiorización de la economía del dinero<sup>307</sup>.

L'actitud *blasé* és una actitud exempta d'emotivitat, indiferent i apàtica davant de les novetats, la diversitat i el canvi constant. Aquesta abstèmia sensible desemboca en el caràcter impersonal de la vida social. L'altre és un objecte a la vegada que jo sóc un objecte per a l'altre. La distància entre mi i l'altre és la distància determinada per l'interès econòmic adquisitiu.

<sup>305</sup> **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 2001. p. 379.

<sup>306</sup> "Las grandes ciudades han sido desde tiempos inmemoriales la sede de la economía monetaria, puesto que la multiplicidad y aglomeración del intercambio económico proporciona al medio de cambio una importancia a la que no hubiera llegado en la escasez del trueque campesino. Pero economía monetaria y dominio del entendimiento están en la más profunda conexión. (...) El hombre puramente racional es indiferente frente a todo lo auténticamente individual, pues a partir de esto resultan relaciones y reacciones que no se agotan con el entendimiento lógico (...). Pues el dinero sólo pregunta por aquello que les es común a todos, por el valor de cambio que nivela toda cualidad y toda peculiaridad sobre la base de la pregunta por el mero cuánto. Todas las relaciones anímicas entre personas se fundamentan en su individualidad, mientras que las relaciones conforme al entendimiento calculan con los hombres como con números, como con elementos en sí indiferentes que sólo tienen interés por su prestación objetivamente sopesable". **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura.* Barcelona: Península, 2001. p. 378

<sup>307</sup> Cita de Simmel extreta de: **GIORI, D.** *Metropoli e personalità*, 1968 p. 451 cita extreta de **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad.* Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 66.

El individuo es simplemente uno entre cien mil; un ser solitario entre una multitud de seres solitarios, semejantes a él en esta indiferencia; una unidad en una masa amorfa de individuos idénticamente apáticos, incapaces de cualquier sentimiento que no responda a las reglas de una sociedad fundada sobre el valor de cambio.

El sujeto mantiene su identidad gracias a un papel económicamente predeterminado en el ámbito de un sistema donde el espacio para la expresión de una racionalidad no económica es muy reducido<sup>308</sup>.

L'habitant de la gran ciutat, doncs, es dibuixa com un ésser solitari malgrat tot; fred i racional, reservat, desinteressat i desconfiat davant l'altre, sense un espai on donar veu a l'emotivitat i al sentiment. Tot i això, a l'home de la ciutat encara li queda el seu espai privat, la seva casa, la família, el cercle d'amics... L'*akèdia* de l'habitant de la ciutat que assenyala Simmel pot ser, efectivament, el resultat d'una sobreexposició d'estímul però això no significa necessàriament que sigui asocial i solitari; significa, al nostre entendre, que la possibilitat de relació i elecció són limitades i, per tant, no tots els contactes fortuïts i quotidians amb l'altre acabaran desembocant en relacions interpersonals i expressions emotives. En aquest sentit, més endavant L. Wirth també en farà aquesta mateixa objecció.

El que en definitiva fa Simmel amb la seva teoria de l'individu i la ciutat moderna és situar el discurs de la ciutat en un altre pla; en un pla basat en les interaccions socials quotidianes; en els detalls diaris de la vida en la ciutat i en la vida interior de l'individu. I no només això, sinó que amb *La Filosofía del diner*, supera el materialisme històric quan exposa que l'ordre econòmic és el resultat de condicions psicològiques; de la interioritat de l'individu. El món extern i intern entren en interrelació: l'individu internalitza el ritme accelerat de la ciutat, el fa seu modificant l'experiència temporal i espacial de l'individu, com dirà Frisby<sup>309</sup>. El temps es torna transitori i l'espai efímer, fortuït i arbitrari. Unes concepcions que encaixen perfectament amb l'experiència de la modernitat: d'un temps present immediat, discontinu i fragmentat que té les seves conseqüències en tots els àmbits humans; també en la manera d'interaccionar amb els altres individus<sup>310</sup>.

Els anàlisis de Simmel els reprendrem en d'altres moments de la investigació sempre estretament vinculats a la interiorització de la ciutat per part de l'individu: la

<sup>308</sup> **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 66-67.

<sup>309</sup> Vegeu **FRISBY, D.** *Fragmentos de modernidad: teorías de la modernidad en la obra de Simmel, Kracauer y Benjamin* Madrid: Visor, 1992. D'altra banda, Frisby assenyala Simmel com el sociòleg més convincent de la cultura metropolitana.

<sup>310</sup> Sobre l'actitud *blasé* diu Rosario Palacios: "*El estado de indiferencia de los habitantes de las grandes ciudades descrito por Simmel se suma a la internalización del ritmo acelerado de las metrópolis y a la sustitución del mundo interno del individuo con el mundo externo. El drama para Simmel es que el sujeto pierde su capacidad de asombro y reacción al no diferenciar su individualidad de su entorno*". **PALACIOS, R.** "La metrópolis como cultura material". A *bifurcaciones* [en línia]. núm. 4, 2005. <[www.bifurcaciones.cl/004/Simmel.htm](http://www.bifurcaciones.cl/004/Simmel.htm)>. [Consulta: 25 d'abril de 2007].

moda, el consum i les relacions socials entre individus; unes relacions determinades per la lògica de la moneda, la sobreestimulació nerviosa i la divisió del treball.

### **2.2.2 Teoria de l'Escola de Chicago. La crisi ambiental de l'individu de Robert E. Park**

Chicago, a finals del segle XIX, era una de les ciutats nord-americanes que creixien més ràpidament fruit de l'apogeu industrial en el qual estava immersa. És per això, que la ciutat atreia immigrants d'arreu del món que arribaven amb la intenció de trobar una feina. A més a més, l'escola arquitectònica més important del s. XIX es va formar a Chicago el darrer terç de segle aprofitant la destrucció de la ciutat per un incendi l'any 1871 i la reformulació urbanística de planta quasi nova arran del desastre.

La motivació dels estudis dels ecòlegs urbans dels anys vint seran motivats, doncs, per aquest gran creixement de la ciutat i pel nou panorama que se'n derivava (atur, falta d'habitatge, crim, confusió, 'desorganització social'...). Davant d'això emergia una nova direcció sociològica orientada en l'estudi de la ciutat i que acabaria cristal·litzant en el que es coneix com l'Escola Ecològica de Chicago la qual, a més d'elaborar estudis empírics que ara han perdut vigència, tracen les directrius de l'estudi *de i en* la ciutat i aporten paràmetres i conceptes encara vigents avui perquè l'Escola de Chicago és la primera en tematitzar la ciutat com a tal i la precursora en tractar temàtiques derivades de la urbanització com ara la immigració o l'exclusió social.

L'Escola de Chicago neix en el departament de sociologia de la Universitat de Chicago fundat per Albion Small l'any 1892. A partir de l'any 1915, un grup d'investigadors animats per William Isaac Thomas i més endavant per Robert Ezra Park creen un projecte per estudiar la nova ciutat. El projecte queda resumit en l'assaig «*The City: Suggestions for the Investigation of Human in the Urban Environment*» publicat per primer cop a la revista *American Journal of sociology* l'any 1916; una publicació que anirà fent quallar, amb el temps, la sociologia de l'Escola de Chicago.

La sociologia propugnada per l'Escola ecològica té la pretensió d'esdevenir una ciència empírica que analitzi la ciutat biòticament; és a dir, abordant la ciutat com un espai on els seus elements competeixen entre sí per tal d'apropiar-se dels recursos disponibles. D'aquí la denominació d'*ecologia urbana*, la qual parteix d'una concepció del món organitzat al voltant d'alguns conceptes actualitzats del darwinisme social. S'abandona la idea de l'evolució conjunta i de la selecció de l'espècie però es ressalta



el principi de la lluita per l'existència i la solidaritat entre espècies d'un mateix grup humà<sup>311</sup>.

La lluita de la qual parla Robert. E. Park no és una lluita entre individus o entre espècies sinó una lluita de cada espècie amb el seu entorn. En aquest context, sorgeix la cooperació entre els individus d'una mateixa espècie i hàbitat. Així doncs, Park, inspirat per Darwin, entendrà la ciutat com l'entorn en el qual es combat per la supervivència i com a hàbitat per una comunitat humana que es troba en un estat de crisi ambiental constant<sup>312</sup>.

Una crisi, tanmateix, causada essencialment per una forta pressió demogràfica i uns recursos limitats. És per això, que, segons l'autor, les lleis de densitat de població influeixen en l'organització social de la ciutat.

L'ambient urbà és un producte mecànic d'una gran densitat física de la que se'n deriva la lluita per la supervivència. I aquesta lluita condicionarà les relacions de l'individu amb el seu entorn i les relacions entre individus. Davant d'un entorn urbà crític, a voltes desordenat, l'ordre ecològic de la ciutat (la seva organització social) sorgeix com a resultat de diferents tipus d'interacció de la població amb el territori: de la competició, del conflicte, de l'adaptació i de l'assimilació<sup>313</sup>.

Amb tot, la ciutat no s'erigeix només sobre les dinàmiques de competició i de crisi sinó també sobre la comunicació entre els seus habitants i sobre les formes de control social<sup>314</sup>. Park dirà que la interacció i comunicació entre individus es dona en l'àmbit de l'instint i el sentiment; en aquell terreny en el què Simmel l'atribuïa més aviat a la zona rural o ciutat petita. L'individu que perfila de Park no és, doncs, un àtom incomunicat sinó un ésser social que necessita dels altres. Per això, un element important de la sociologia dels membres de l'Escola de Chicago serà la comunitat.

La «comunitat»<sup>315</sup> per als ecòlegs és un terme central perquè la societat està conformada per comunitats d'individus que comparteixen ideals, coneixements i creences. Més encara, Roderick D. McKenzie, un altre dels exponents de l'escola ecològica, addueixen arguments biològics a la formació de les comunitats humanes comparant-les amb el món animal i vegetal:

<sup>311</sup> **PARK, R.E.** *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Sebal, 1999. p. 127.

<sup>312</sup> **PARK, R.E.** *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Sebal, 1999. p. 49

<sup>313</sup> a) *Competició*: lluita per l'existència. D'aquesta interacció també en sorgeix l'organització professional de la ciutat que està fonamentada en la divisió del treball. b) *Conflicte*: La competició a nivell social assumeix la forma de conflicte. c) *Assimilació*. Vegeu. **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 77-79. Llegiu també **PARK, R.E.** *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Sebal, 1999. p. 89-108. i p. 143-148.

<sup>314</sup> Segons Robert E. Park per analitzar la ciutat occidental ens són imprescindibles estudiar dos conceptes; d'una banda, el comportament col·lectiu i d'altra banda, el control social. El sociòleg parteix de les teories de Durkheim considerant que l'ésser humà neix amb les passions, l'apetit i els instints incontrolats i indisciplinats. La ciutat inhibirà i controlarà aquests instints amb noves formes control social: la moda ocuparà el lloc del costum i l'opinió pública (premsa, publicitat, etc) serà la força dominant del control social.

<sup>315</sup> Les característiques d'una comunitat són -seguint Betin- a) una població territorialment organitzada, b) més o menys arrelada al lloc que ocupa c) les unitats particulars viuen en relació de dependència mútua (simbiosis).

La unidad de estudio de la ecología es el organismo comunitario (...) constituido, al mismo tiempo, por una agregación de individuos un hábitat geográfico y cultural y una unidad biosocial interrelacionada e independiente. La comunidad así concebida tiene muchas cosas en común con la comunidad vegetal y animal. Sus unidades componentes se sostienen conjuntamente por la interdependencia que nace de la especialización y de la división del trabajo<sup>316</sup>.

L'Escola de Chicago, a diferència de Georg Simmel, s'interessa més per la col·lectivitat que per l'individu. La cohesió social i el sosteniment de la societat es fonamenta en la divisió del treball; en la necessitat de l'altre per viure d'una manera material<sup>317</sup>. L'especialització i la divisió del treball ens obliga a viure junts, a comunicar-nos ni que sigui, com en el cas de Simmel, amb la mentalitat de la moneda.

Així doncs, per als ecòlegs socials, l'entorn econòmic, cultural, polític i físic condiona totalment l'individu i les dinàmiques socials. Coincidint amb Simmel, les teories ecològiques manifesten una correspondència d'influència entre la ciutat (entorn) i l'individu. Els ecòlegs, però, donen preeminència a unes hipòtesis legitimades per un ordre *natural*.

Mentre Simmel que situava l'economia i la psicologia dels individus en el centre del seu discurs, l'Escola de Chicago analitza la ciutat i les seves dinàmiques com a 'reflex natural' d'una de les moltes solucions possibles de relació entre l'ésser humà i el seu entorn<sup>318</sup>. En aquest sentit, la ciutat és una *àrea natural* perquè neix, existeix i es desenvolupa sense planificació i perquè persegueix una funció<sup>319</sup>. L'àrea urbana, doncs, és *natural* perquè té una història vinculada amb la naturalesa; ella mateixa és un element biològic sotmès a les lleis de la natura. És el producte de qui ha viscut i continua vivint allí; una manera de recrear el món i a ell mateix a partir de la ciutat; una ciutat que esdevé «laboratori social»:

<sup>316</sup> **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 95.

<sup>317</sup> Aquesta idea ja la trobem implícita a *La República* de Plató. Vegeu *La República* 370 a-e: "Pues bien -comencé yo-, la ciudad nace, en mi opinión, por darse la circunstancia de que ninguno de nosotros se basta a sí mismo, sino que necesita de muchas cosas. ¿O crees otra la razón por la cual se fundan las ciudades? -Ninguna otra -contestó. -Así, pues, cada uno va tomando consigo a tal hombre para satisfacer esta necesidad y a tal otro para aquella; de este modo, al necesitar todos de muchas cosas, vamos reuniendo en una sola vivienda a multitud de personas en calidad de asociados y auxiliares y a esta cohabitación le damos el nombre de ciudad".

<sup>318</sup> Resseguint el fil de l'argumentació, per a Park la cultura urbana es distingeix de la rural perquè a la ciutat hi ha unes necessitats diferents que s'han d'afrontar. Sobre la qüestió d'una possible 'cultura urbana', Manuel Castells postularà que la 'cultura urbana' és més aviat un mite que un objecte real com veurem més endavant.

<sup>319</sup> Park definirà la ciutat industrial moderna com un «laboratori social» compost per un mosaic d'agregats socials no-planificats. Així mateix, Park defineix la ciutat sota la influència de Durkheim: la ciutat es una societat en fase d'efervescència social prolongada: "La ciudad, tal y como la describe Park, evoca raramente la idea de una comunidad orgánica; más a menudo la ciudad se caracteriza como «estructura institucional basada en las costumbres y en las tradiciones» erigidas sobre la «comunidad biótica», una estructura que resiste la transformación desde el exterior y que favorece la mutación desde el interior, según una línea de razonamiento que puede asimilarse casi demasiado fácilmente con la de Durkheim cuando expone su concepto de «conciencia colectiva»". **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 80.

La ciudad y el entorno urbano representan para el hombre la tentativa más coherente y, en general, la más satisfactoria de recrear el mundo en que vive de acuerdo a su propio deseo. Pero si la ciudad es el mundo que el hombre ha creado, también constituye el mundo donde está condenado a vivir en lo sucesivo. Así pues, indirectamente y sin tener plena conciencia de la naturaleza de su obra, al crear la ciudad, el hombre se recrea a sí mismo. En este sentido y en este aspecto podemos concebir la ciudad como un laboratorio social<sup>320</sup>.

La ciutat, llavors, no es pot entendre com un producte merament artificial sinó que també es concep com a organisme natural. D'aquesta manera, la mateixa organització espacial, els valors i comportaments de l'individu són els efectes *naturals* del procés tecnològic i d'industrialització de la ciutat.

La ciudad (...) es algo más que una aglomeración de individuos y de servicios colectivos: calles, edificios, alumbrado eléctrico, tranvías, teléfonos, etc.; también es algo más que una simple constelación de instituciones y de aparatos administrativos: tribunales, hospitales, escuelas, comisarías y funcionarios civiles de todo tipo. La ciudad es sobre todo un estado de ánimo, un conjunto de costumbres y tradiciones, de actitudes organizadas y sentimientos inherentes a esas costumbres, que se transmiten mediante dicha tradición. En otras palabras, la ciudad no es simplemente un mecanismo físico y una construcción artificial: está implicada en los procesos vitales de las gentes que la forman; es un producto de la naturaleza y, en particular, de la naturaleza humana<sup>321</sup>.

Aquest discurs sobre allò 'natural' de la ciutat, però, és força qüestionable. Desplegant una mica més l'argumentació ecològica, la ciutat es construiria mitjançant processos naturals sobre unes bases biològico-socials en lloc constituir-se a partir de processos socioeconòmics, polítics, de convenció o de decisions humanes. Des d'aquesta perspectiva, l'ésser humà seria un espectador dels esdeveniments, un individu programat biològicament per ser com és i per fer el que fa i les dinàmiques socials serien *actes reflexes* d'una suposada *lleï natural*.

En aquesta direcció, es podria justificar qualsevol ordre social urbà autolegitimant-se per la lleï natural, relegant la crítica social de tot debat sobre la ciutat; una idea

<sup>320</sup> PARK, R.E. *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Sebal, 1999. p. 115.

<sup>321</sup> PARK, R.E. *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Sebal, 1999. p. 48. Llegiu BETIN, G. *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 75. Dins de les motivacions per viure a la ciutat podrien esmentar també les que W.J. Thomas apunta en la seva teoria segons la qual l'ésser humà té necessitat de saciar els següents desigs: desig de noves experiències, desig de seguretat, desig de resposta, desig de reconeixement.

### 2.2.3 Teoria de Louis Wirth: l'urbanisme as a *Way of Life*

En aquest apartat, farem referència sobretot a l'assaig que escriu Louis Wirth (1897-1952) l'any 1938 titulat *Urbanism as a Way of Life*. La ciutat de Wirth, recull algunes de les aportacions anteriors de Park, Weber, Simmel i Durkheim i les articula en un discurs propi<sup>322</sup>.

Wirth estudiarà l'estil de vida urbà com el resultat de tres factors determinants: les dimensions de les aglomeracions urbanes, la densitat de la població i, per últim l'heterogeneïtat. Amb aquests elements formula la seva definició de ciutat.

Para efectos sociológicos puede definirse una ciudad como un asentamiento relativamente grande, denso y permanente, de individuos socialmente heterogéneos<sup>323</sup>.

Les hipòtesis de Wirth sobre l'estil de vida urbà es relacionen, per una banda, amb factors quantitius, com ara el número i la densitat dels habitants. I, d'altra banda, amb un factor qualitatiu com és l'heterogeneïtat dels habitants que la formen.

Pel que fa al nombre d'habitants, la premissa de Wirth assenyala que quant més elevat sigui el nombre d'habitants en un assentament més gran serà la varietat individual que l'habita. En segon lloc, quan més individus interactuen a la ciutat més gran és la diferència potencial entre ells i, en tercer lloc, quant major sigui el nombre d'habitants major serà l'heterogeneïtat social<sup>324</sup>.

A la ciutat teoritzada de Wirth, l'augment del nombre d'habitants impossibilita un coneixement profund de tothom i produeix una segmentació de les relacions humanes<sup>325</sup> el que ens condueix directament a l'individu apàtic que dibuixava Simmel,

<sup>322</sup> Louis Wirth agafarà algunes categories fonamentals de Weber i Manheim per analitzar la ciutat. A l'assaig *Urbanism as a Way of Life* l'autor estudiarà la ciutat com a entitat social anant més enllà del que havien dit Weber i Park però sense ignorar les seves teories i els postulats de l'Escola de Chicago. Les reflexions de Wirth fan conèixer simultàniament les idees de Durkheim (la anomia, la institucionalització...), l'estudi demogràfic amb la psicociologia de Simmel. Segons Bettin, l'autor concentra els seus esforços d'anàlisi en la ciutat moderna deixant de banda el tractament metahistòric de la ciutat. "Su «definición minimal» de la ciudad es, de hecho, una transformación de las orientaciones teóricas parkianas. (...) Intenta fundir en un marco sincrético la ecología urbana con las teorías sociológicas de Weber, Simmel y Durkheim. El resultado es válido, sobre todo porque Wirth organiza coherentemente una serie de propuestas sociológicas relativas a los efectos sociales generales, partiendo de tres conceptos en la definición de la ciudad: número, densidad y heterogeneidad cultural de los habitantes" **BETTIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p.15.

<sup>323</sup> **WIRTH, L.** "Urbanism as a way of life", *American Journal of Sociology* XLIV, University of Chicago: 1938. A: **FERNÁNDEZ-MARTORELL, M.** *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988. p. 35

<sup>324</sup> L'heterogeneïtat social és, doncs, una variable que depèn de la dimensió quantitativa malgrat que és en ella mateixa una variable qualitativa. A l'igual que Park, l'heterogeneïtat neix la segregació espacial i la divisió de l'ambient urbà en àrees naturals. L'heterogeneïtat que també havia anunciat Park donaran pas a la noció de *ciutat heterogenètica*: una ciutat que sustenta la supervivència per la diferència i l'especialització.

<sup>325</sup> Dirà Bettin parlant de L. Wirth i recordant G. Simmel: "El habitante de la ciudad está condenado, como un nuevo Tántalo, a encontrarse con muchos, pero a permanecer siempre solo, precisamente porque la relación con los demás, esencial para aquella parte de la personalidad que tiene una naturaleza social, se racionaliza y se hace cada vez menos emotiva, transformándose en una dirección utilitarista. El contacto social en el ambiente urbano es superficial, anónimo y rápido; nace así la personalidad típica del habitante de la ciudad que se manifiesta externamente en la actitud blasé, y en la tendencia a transformar incluso los vínculos de amistad en un instrumento para su realización con finalidades egoístas". p.12.

indiferent davant de l'altre, cosificador, de tracte interessat, calculador i superficial. Les relacions a la ciutat són anònimes, fortuïtes i ràpides. Són tan precipitades que la identificació visual pren rellevància simbòlica en el món urbà:

El mundo urbano fomenta la identificación visual. Vemos el uniforme que revela el papel de los funcionarios y pasamos por alto las excentricidades personales que se ocultan tras el uniforme<sup>326</sup>.

El caràcter segmentari de les relacions interpersonals també es manifesten en el terreny laboral en la divisió del treball. Tanmateix, Wirth no afirma que l'habitant de la ciutat conegui menys individus que l'habitant del medi rural, sinó que en relació al número de persones amb qui diàriament es topa, la proporció de coneguts és menor. Aquest augment en el nombre d'habitants no només dificulta un coneixement directe i profund de l'altre sinó que també l'obliga a comunicar-se amb mitjans indirectes, un aspecte del que en parlarem més endavant<sup>327</sup>.

La superficialitat, l'anonimat i el caràcter fugisser de les relacions urbanes, dirà Wirth, fan que el refinament i la racionalitat siguin termes que atribuïm als urbanites així com també la llibertat i la independència. Uns elements que Wirth recull de Simmel i que apareixen en les teories sobre la ciutat encara ara. A més a més, l'individu perd el sentit de participació de la totalitat social un fet que podem lligar per contrast amb la idea de *polis* i *ciudadania* i que més endavant emparentarem amb les nocions d'individualisme i narcisisme:

En consecuencia, el individuo gana, por una parte, un cierto grado de emancipación o libertad respecto a los controles emotivos y personales de grupos íntimos, y pierde, por otra la autoexpresión espontánea, la moralidad y el sentido de participación que aporta el vivir en una ciudad integrada. Esto es lo que constituye básicamente el estado de anomia o el vacío social al que alude Durkheim<sup>328</sup>.

Pel que fa a l'heterogeneïtat, i com també apuntava Robert E. Park, Wirth assenyala que amb la diversitat dels habitants augmenta també la segregació

<sup>326</sup> WIRTH, L. "Urbanism as a way of life", American Journal of Sociology XLIV, University of Chicago: 1938. p. 43. A: FERNÁNDEZ-MARTORELL, M. *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988.

<sup>327</sup> El protagonisme de les TIC tant a la *Ciutat Realitzada* i, sobretot, en la *Ciutat Hiperrealitzada* com a articulació de la societat urbana i de les seves mediacions és un aspecte clau que reprendrem més endavant en el sentit que ho diu Horkheimer anys després de Wirth: "*Las maquinarias, el fonógrafo, la radio, la televisión, que hacen superflua la conversación humana cuando se está en compañía, aparecieron en el momento justo. Crean modelos para la actuación y la ilusión de que algo se dice en medio de la mudez. A pesar de la rapidez del pensamiento, el ciudadano se va desacostumbrando de la expresión personal*". HORKHEIMER, M. *Sobre el concepto del hombre y otros ensayos*. Buenos Aires: Sur, 1970. p. 27.

<sup>328</sup> WIRTH, L. "Urbanism as a way of life", American Journal of Sociology XLIV, University of Chicago: 1938. A: FERNÁNDEZ-MARTORELL, M. *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988. p. 41

espacial<sup>329</sup> i es complica l'estructura de classe. En un magma d'individus heterogenis i desconeguts els processos de *representació* i *delegació* constitueixen un element important de la vida urbana perquè en ells està la defensa dels interessos dels habitants. L'individu no té força per defensar-se sol. Així doncs, alguns habitants de la ciutat deleguen la seva representació a comunitats que supleixen la incapacitat de l'individu de percebre el seu lloc dins d'una societat urbana desbordada d'individualitats múltiples i heterogènies.

La veu de l'individu és tan dèbil dins la multitud urbana que s'adhereix a una comunitat que el representa per tal de fer presents els seus interessos. L'individu de Wirth, doncs, no es pot separar del grup; n'és dependent. L'individu aconseguix la seva llibertat i es realitza com a ésser lliure només a través de la pertinença a un grup. Per això la cohesió social és fruit de la relació que uneix els individus a un ambient determinat (la ciutat) i d'aquí neix la comunitat en el sentit ecològic del terme.

Tanmateix, l'individu pot pertànyer a una multiplicitat de grups sense guardar cap tipus de fidelitat ni exclusivitat amb cap d'ells. L'adhesió a un o altre grup, diu l'autor, depèn d'uns ítems oscil·lants que tenen més a veure amb el lloc de residència, raça, idioma, ingressos o *status* que amb l'atracció o l'avinença amb individus semblants. La mobilitat de l'habitant en un o altre grup fa que l'individu no tingui una visió de conjunt de la ciutat sinó més aviat una visió fragmentada.

D'altra banda, la ciutat segons Wirth (i recollint el que deia Simmel) també exerceix una influència anivelladora en el conjunt d'individus heterogenis perquè «sempre que s'agrupa un gran nombre d'individus diversament constituïts, es produeix també un procés de despersonalització»<sup>330</sup> fruit en part de la producció industrial que dissol el *jo* en una cadena productiva en sèrie dins la divisió del treball.

Aquest procés d'anivellament de la multitud heterogènia ens remet també a les teories culturals de l'*home massa* i dels mitjans de comunicació com a homogeneïtzadors dels individus dins les societats com veurem més endavant amb la crítica feta per tota la branca marxista de les ciències socials i, en concret per Edgar Morin en el concepte de *sincretisme*<sup>331</sup> aplicat a la cultura.

<sup>329</sup> El tema de la segregació espacial (voluntària o forçosa) i de l'urbanisme són temes centrals en els estudis de Louis Wirth. L'autor centra la seva atenció en la història del *ghetto* com a institució social perquè li atribueix, a més d'una entitat física una manera de pensar. Vegeu **BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 102.

<sup>330</sup> *El concepte de impersonalització que Wirth agafa de Simmel.* **WIRTH, L.** "Urbanism as a way of life", *American Journal of Sociology* XLIV, University of Chicago: 1938. A: **FERNÁNDEZ-MARTORELL, M.** *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988. p. 45.

<sup>331</sup> Morin descriu el sincretisme com "*La tendencia a homogeneizar toda una diversidad de contenidos bajo un denominador común (...) El sincretismo tiende a unificar en una cierta medida los dos sectores de la cultura industrial: el sector de la información y el sector de lo imaginario y fabuloso*". **MORIN, E.** *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 46-47.

Per tal de cohesionar, d'integrar els individus i allunyar-los de l'*anomia*, els mitjans de comunicació i les *institucions estructurants* (en termes de Pierre Bourdieu)<sup>332</sup> s'encarreguen de fer participar l'individu dins la vida social, política i econòmica de la ciutat:

Cuando grandes cantidades de personas deben hacer uso común de servicios o instituciones, hay que establecer un orden por el que instituciones y servicios se adapten más a las necesidades del medio antes que a las de los individuos particulares. Los servicios de las instituciones públicas, de los organismos de recreo, educativos y culturales, han de adaptarse a los requerimientos de la población en general. Así mismo, las instituciones culturales, como las universidades, los cines, la radio y los periódicos, dada su clientela masiva, tienen que actuar inevitablemente como influencias niveladoras. (...) Para que el individuo participe de algún modo en la vida social, política y económica de la ciudad, ha de subordinar parte de su individualidad a las exigencias de la comunidad más amplia, y en esa medida sumergirse en los movimientos de masas<sup>333</sup>.

Pel que fa a la densitat d'habitants, Wirth pren el model durkhemian per parlar de l'especialització del treball. Segons Durkheim quanta més densitat demogràfica més diferenciació i especialització hi ha<sup>334</sup>. Tanmateix, la densitat dels habitants, a més de provocar l'especialització del treball, converteix l'espai en un patrimoni. La valoració de l'espai (el preu del sòl i l'habitatge) condiona, fins i tot, la distribució dels habitants per zones i configura l'organització social i espacial de la ciutat. En aquest sentit, la ciutat és com un mosaic de zones organitzades per *mons socials*, amb transicions abruptes d'una zona a una altra tal i com Engels ja havia percebut en les primeres ciutats industrials<sup>335</sup>.

Pel que fa a la relació entre individus, la falta d'espai (densitat) provoca més interacció i alhora més friccions i tensions entre individus. Estem físicament molt junts però socialment molt distanciat i això provoca una certa sensació de solitud:

El contacto físico frecuente, unido a la gran distancia social, agudiza la actitud de reserva en individuos que no tienen vínculos entre sí, y, si no se compensa con otras oportunidades de reacción, engendra soledad. El movimiento necesario y frecuente de gran número de individuos en un hábitat congestionado propicia fricciones y enfados. Las

<sup>332</sup> BOURDIEU, P. *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama, 1997. p. 41.

<sup>333</sup> WIRTH, L. "Urbanism as a way of life", *American Journal of Sociology* XLIV, University of Chicago: 1938. p. 45. A: FERNÁNDEZ-MARTORELL, M. *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988.

<sup>334</sup> Diu Wirth: "(...) Un aumento de número cuando el área es constante (es decir un aumento de densidad) tiende a producir diferenciación y especialización, porque sólo así puede el área sostener ese aumento de número. La densidad refuerza así el efecto del número diversificando aún más a los hombres y sus actividades y hace más compleja la estructura social". WIRTH, L. "Urbanism as a way of life", *American Journal of Sociology* XLIV, University of Chicago: 1938. p. 42. A: FERNÁNDEZ-MARTORELL, M. *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988.

<sup>335</sup> Vegeu ENGELS. *Situación de la clase obrera en Inglaterra*. Buenos Aires: Futuro, 1965.

tensiones nerviosas derivadas de estas frustraciones personales se hallan acentuadas por el ritmo rápido y por la complicada tecnología que la vida en áreas densas impone<sup>336</sup>.

A mode d'apunt final direm que malgrat que les tesis de Wirth han estat sotmeses a certes crítiques des de la sociologia són d'un gruix intel·lectual considerable. La majoria d'objeccions com ara la de C. Fischer o H. Hans<sup>337</sup> estan relacionades amb la pretensió empírica de l'estudi de la ciutat. Certament no podem afirmar com a *teoria científica* que la població urbana només es relaciona de manera utilitarista, superficial i transitòria. Podem mesurar la freqüència però no la qualitat de les relacions humanes i podem suggerir o apuntar que és així des d'una certa provisionalitat o entenent l'afirmació de Wirth dins el concepte de «tipus ideal» de Max Weber<sup>338</sup>.

En segon lloc, la solitud de l'habitant i la desaparició de vincles afectius propiciat per la manera de viure urbana segons alguns autors són més aviat un «mite» que una realitat. Els vincles amistosos existeixen també entre veïns i no són necessàriament vincles utilitaristes. També en les relacions de família extensa es creen vincles d'ajuda i d'assistència com és manifest en la nostra societat catalana. De fet, la sociologia contemporània demostra que la família, els grups primaris, la *solidaritat mecànica*<sup>339</sup>, la comunitat (*gemeinschaft*) també existeixen en el context urbà.

Sigui com sigui, malgrat que el discurs de Louis Wirth no sigui irrefutable i tingui algunes flaqueses provocades per la pretensió d'estudiar empíricament la ciutat, introdueix tres elements essencials (no únics) que estampen el caràcter de l'individu urbà: heterogeneïtat, densitat i la dimensió. Wirth no assenta la seva teoria sociològica de la ciutat exclusivament sobre criteris econòmics, administratius o geogràfics sinó en els individus i en les seves relacions entre ells i entre ells i l'entorn. En aquest sentit ens és molt útil la seva aportació en el terreny de la ciutat i l'allò urbà per la importància que dona al vincle entre el medi i l'individu i a la ciutat entesa a partir de les relacions entre els individus.

<sup>336</sup> WIRTH, L. "Urbanism as a way of life", American Journal of Sociology XLIV, University of Chicago: 1938. p. 44. A: FERNÁNDEZ-MARTORELL, M. *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988.

<sup>337</sup> BETIN, G. *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. p. 124.

<sup>338</sup> WEBER, M. *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires: Amorrortu, 1973. A grans trets, «el tipus ideal» són idealitzacions d'un fenomen de la realitat social que s'expressen en la forma de constructes mentals en la forma d'un model.

<sup>339</sup> Fem referència als arxiconeguts conceptes del sociòleg i antropòleg francès Émile Durkheim: 'solidaritat mecànica' i 'solidaritat orgànica'. Són els tipus de solidaritat que uneixen l'individu al grup. Per una banda, la *solidaritat mecànica* (que vincularíem a la cosmovisió *holística-orgànica* o a la vida rural) parteix d'un patró de societat en el qual estructuralment o morfològicament els elements que la componen són iguals entre si, el nombre de representacions col·lectives que formen la *consciència col·lectiva* no és molt alt, hi ha, per tant, més consens. A més a més, l'impacte emocional és més alt i predominen les normes penals. D'altra banda, la *solidaritat orgànica*, parteix d'una societat complexa, de la divisió del treball, d'una *consciència col·lectiva* laica i d'un nombre de representacions col·lectives més heterogènies i no necessàriament compartides per tots els individus i, per tant, hi ha un consens més baix. Són societats estables, amb Estat i el dret és cooperatiu.



## 2.2.4 Teoria social de l'individu a través del *flâneur*

Les ciutats es poden reconèixer per la manera de caminar, com la gent<sup>340</sup>.

Després de l'anterior bloc de teories sociològiques de la ciutat encetem ara un capítol que ens aproxima a la ciutat des de la perspectiva peculiar del *flâneur*. En la seva mirada trobarem una metodologia poc ortodoxa que encaixarà perfectament amb la teoria social i la reflexió filosòfica<sup>341</sup> sobre la ciutat moderna i contemporània. El *flâneur* és un passejant que desxifra petits fragments de la ciutat; una ciutat difícil de forma global com ja hem assenyalat anteriorment.

La mirada del *flâneur* ens permet una aproximació a la ciutat des d'una perspectiva micro; és a dir, des de la «vista des d'abaix», com dirà Michel de Certeau<sup>342</sup>, permetent-nos complementar la mirada panoràmica de l'urbanisme amb un recorregut epistemològic pels carrers i les cantonades de la ciutat<sup>343</sup>.

Així doncs, en primer lloc, cal fer esment a l'art i la ciutat. No pas a l'art que es produeix en la ciutat o la ciutat com a objecte artístic sinó la ciutat com a referent artístic; com a mecanisme de generació de sentit de l'artista<sup>344</sup>. Per tant, no fem esment aquí a l'anàlisi de les representacions de la ciutat per part de la pintura, el cinema, l'escultura o la música sinó al canvi del referent de l'art.

L'objecte referent de l'art occidental havia estat fins al s.XIX la representació continua d'espai i de temps; és a dir, un intent d'aprehensió de la Natura. Però l'objecte artístic de la Modernitat ja no és la natura sinó la ciutat. De fet, la substitució de la representació artística de la ciutat per la Natura ha anat acompanyada de la negació de la naturalesa i ens ha conduït, precisament, a les essències de la modernitat<sup>345</sup>.

El rebuig de la natura com a objecte artístic i l'adveniment de la modernitat, doncs, donen lloc a la narració del paisatge urbà com a finalitat artística en si mateixa amb el resultat del pas d'una sensibilitat *organicista-holista* a una sensibilitat

<sup>340</sup> MUSIL, R. *L'home sense qualitats*. Barcelona: edicions 62, 1993. p. 13-14.

<sup>341</sup> "Para los filósofos y para la filosofía la Ciudad no fue una simple condición objetiva, un contexto sociológico, un dato exterior. Los filósofos han "pensado" la Ciudad; han llevado al lenguaje y al concepto la vida urbana". LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1978. (4a ed). p. 46.

<sup>342</sup> DOSSE, F. *Michel de Certeau: el caminante herido*. Mèxic: Universal Ibero Americana, 2003. p. 491 i ss.

<sup>343</sup> La mirada del *flâneur* com a aproximació a la ciutat enriqueix enormement l'estudi de la ciutat realitzada. En aquest sentit E.W. Soja assenyala que: "Una táctica prim ria en el foment de estas frecuentes críticas reduccionistas de teorías de macronivel ha sido una especie de privilegios epistemológicos de la experiencia del fl neur, el agente libre vagabundo de la vida cotidiana, el definitivo progenitor de la vista desde abajo. Sin lugar a dudas, hay que avanzar mucho desde esta vista de la ciudad a nivel del suelo, y de hecho, muchos de los que se centran en más perspectivas macroespaciales pasan por alto muy a menudo los lados oscuros de la vida diaria y de las opresiones menos visibles, tales como raza, género, clase y sexualidad". SOJA, E.W. "Seis discursos sobre la postmetr polis" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 93.

<sup>344</sup> Diu Nicolás Casullo en la Introducció a 'Art i Modernitat' de Charles Baudelaire que: "La metr polis es una segunda naturaleza que sepult  de manera artificial a aquella primera naturaleza originaria, de la cual se había embebido gran parte de la historia del arte y sobre todo el Romanticismo". BAUDELAIRE, Ch. *Arte y modernidad*. Buenos Aires: Prometeo, 2009. p. 16.

<sup>345</sup> AZÚA, F. *Baudelaire y el artista de la vida moderna*. Barcelona: Anagrama, 1999. p. 136.

*individualista-mecanicista* del món. A més a més, amb l'aparició de les noves tecnologies (com ara la fotografia)<sup>346</sup> ja no té sentit representar el món per *mimesis* sinó que l'art ha de buscar el sentit en ell mateix, agafar porcions de vida quotidiana i transformar-les en una pintura, una simfonia o una escultura.

L'impressionisme i les avantguardes introdueixen les formes fragmentades de la realitat, deconstrueixen les imatges en línies i en punts, en escales cromàtiques sense cap pretensió de *realitat*. L'expressió de la ciutat en l'art modern i contemporani sorgeix del fragment i de la deconstrucció, de l'acontextualitat, del concepte o d'un referent mòbil, transitori i efímer com és la ciutat a diferència de l'estatisme i la continuïtat atribuïdes a la naturalesa.

En aquest pretext, el poeta Charles Baudelaire (1821-1867) és un dels referents inevitables perquè copsa la ciutat moderna a petits fragments, a voltes sense context, de la mà del *flâneur*<sup>347</sup>: un caminant sense rumb, espia de la multitud<sup>348</sup>, apassionat pel viatge, enemic de l'estabilitat, entusiasmat per la màscara i la disfressa, *pintor de la vida moderna* i observador perspicax. Descobrim en el caminar del *flâneur* un individu que va a la deriva, sense projectes, ni objectius concrets, tastant ara aquí i ara allà lliscant per la realitat urbana.

El *flâneur* és el detectiu modern, un periodista, un observador quasi invisible que aplica una lògica ordenada a tot allò caòtic i casual dels escenaris de la ciutat quasi bé com faria un etnògraf o un artista de la modernitat. El *flâneur* intenta copsar, així doncs, les coses al vol fent-ne una producció literària, informativa i il·lustrativa. Crea, doncs, texts a partir d'una lectura de la ciutat entesa com una realitat viva i efervescent.

No les es dado a todos tomar un baño de multitud: gozar de la muchedumbre es un arte; y ello sólo puede hacerlo, a expensas del género humano, en una francachela de vitalidad, aquel a quien el hada ha insuflado en su cuna el gusto del disfraz y de la máscara, el odio al domicilio y la pasión del viaje<sup>349</sup>.

<sup>346</sup> Félix d'Azúa diu que fins a la modernitat l'individu havia pogut interpretar i representar la ciutat. Fins i tot a principis de l'era industrial la narració de Dostoievski, Galdós, Dickens, Balzac, Zola, encara copsaven l'activitat anímica de la metròpoli. Més endavant la ciutat, amb l'esfondrament de les muralles, es desboca i la paraula ja no és suficient per representar la ciutat. Apareix llavors la fotografia i el cinema. **AZÚA, F.** "No ciudad". Revista Sleno. Madrid: Abada, 2003. núm. 14-15.

<sup>347</sup> Baudelaire no fa una descripció de París a nivell topogràfic o morfològic sinó que copsa l'«ànima de la ciutat», la modernitat d'allò urbà. Hem escollit Baudelaire per ser un precursor, però són molts d'altres els que han copsat la ciutat moderna com ara Marcel Proust (1871-1922) passejant amb carruatge pel *Bois de Boulogne* de París, Robert Musil (1880-1942) amb la ciutat de Viena, o James Joyce (1882-1941) caminant pels carrers de Trieste.

<sup>348</sup> "La multitud es su dominio, como el aire es el pájaro, como el agua es el del pez. Su pasión y su profesión es enlazarse a la multitud. Para el perfecto paseante, para el observador apasionado, es un inmenso goce elegir domicilio en el número, en lo ondulante, en el movimiento, en lo fugitivo y lo infinito. Estar fuera de la propia casa, y sin embargo sentirse en casa en todas partes; ver el mundo, estar en el centro del mundo y quedar oculto al mundo: tales son algunos de los placeres menores de esos espíritus independientes, apasionados, imparciales, que la lengua no puede definir sino con torpeza". **BAUDELAIRE, Ch.** *Arte y modernidad*. Buenos Aires: Prometeo, 2009. p. 36.

<sup>349</sup> **BAUDELAIRE, Ch.** *El Spleen de París*. Mèxic: Fondo de Cultura Económico, 2000. p. 47.

Baudelaire construeix un relat a partir dels indicis que troba en l'observació dels altres, a partir de detalls que observa fent de la mirada una professió: «Amb quantes extravagàncies es troba hom en una gran ciutat quan sap passejar i mirar»<sup>350</sup>. La *flânerie* és una activitat que inclou l'escolta, la observació, la lectura; és una forma de mirar que dóna significats al seu entorn, descodifica els *versets* del text urbà, aplicant una mirada inquieta, tot passejant pels carrers de la ciutat; en una cantonada, un passatge o una avinguda.

La mirada recorre las páginas como páginas escritas: la ciudad dice todo lo que debes pensar, te hace repetir su discurso, y mientras crees que visitas Tamara, no haces sino registrar los nombres con los cuales se define a sí misma y a todas sus partes.<sup>351</sup>

El *flâneur* copsa el carrer, no es dirigeix a cap lloc en concret; senzillament camina sense nord, s'atura i observa. Ja hem exposat la complexitat de retenir un instant a la ciutat. La ciutat està sempre en moviment, és dinàmica i quan més gran més aclaparadora. En un instant passen milions de coses; milions d'interaccions i milions d'estímuls. És l'efecte resultant de l'heterogeneïtat i la densitat característiques de la definició de ciutat de Wirth, d'una ciutat sobredimensionada que satura la vida nerviosa de l'individu (Simmel). Davant d'això només podem copsar fragments.

Per aquest motiu trobem en la mirada del *flâneur* una aproximació a la realitat urbana que completa i il·lumina la pràctica sociològica i com a discurs i mètode ens aproxima la gran realitat urbana d'una manera eloqüent. Així doncs, la *flânerie* és una forma d'aproximar-nos a la ciutat que hauria de tenir-se en compte en les teories socials urbanes tal i com assenyala Frisby<sup>352</sup>; tant per la seva idiosincràsia poc metodològica a to amb la ciutat complexa com per la seva multidisciplinarietat que combina diverses facetes i disciplines per enfrontar la realitat urbana; és a dir, explora *la massa* com un fisiòleg però també com un periodista o com un novel·lista sensacionalista, realista i, de vegades, com un investigador social.

La mirada del *flâneur*, doncs, concorda –a un altre nivell- amb la nostra proposta multidisciplinària de la investigació, al nostre *itinerari de renúncies* quan es tracta de copsar la ciutat i a la sempre inevitable referència a l'individu i a la seva existència dins de la ciutat.

<sup>350</sup> BAUDELAIRE, Ch. *El Spleen de París*. Mèxic: Fondo de Cultura Económico, 2000. p. 162.

<sup>351</sup> CALVINO, I. *Las ciudades invisibles*. Madrid: Ediciones Siruela, 1998 (6ª ed). p. 29.

<sup>352</sup> "Una exploración del flâneur en el marco de la teoría social debería, por lo tanto, volverse hacia el estudio de las contribuciones de quienes no fueron reconocidos en absoluto como sociólogos, como Benjamin, o de aquellos cuya obra suele ser incorporada a la caricatura negativa de la sociología formal, como Simmel, o de quienes fueron instalados en el candelero de la sociología de 'camisa arremangada', como Robert Park, o de aquellos cuya contribución a la sociología rara vez fue reconocida en el discurso angloamericano, como Siegfried Kracauer". FRISBY, D. *Paisajes urbanos de la modernidad. Exploraciones críticas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes. Prometeo Libros, 2007. p. 44.

Copsem l'individu en la ciutat com un actor en un escenari. El París que descriu el *flâneur* de Baudelaire és percebut com un espectacle. La ciutat és un teatre on l'habitant és al mateix temps espectador i actor. Mentre que a la ciutat-teatre barroca els llocs i els moments de la representació estaven ben definits, a la ciutat moderna es comencen a desdibuixar els confins entre l'escenari i la platea. La *ciutat realitzada* és un espectacle on tothom és espectador i actor alhora i on tot està confeccionat per fer-nos experimentar el desig i el somni. La llibertat de la ciutat ens presenta la possibilitat de construir identitats, d'autoprojectar-nos, d'autorealitzar-nos, d'elaborar-nos una disfressa i de construir el nostre somni particular: una dea en la qual aprofundirem posteriorment amb les teories de Goffman, de la descripció de la «Fantasy City» i amb l'emergència de la *ciutat hiperrealitzada*.

D'altra banda, l'espai urbà que esbossa el poeta és un entorn ple de temptatives, d'encontres amb l'altre que acaben esdevenint frustració. Com deia Wirth, l'altre és a tocar però passem intactes pel seu costat. La ciutat és un escenari inexacte, genèric i borrós on els personatges ressalten enmig de la gentada que conflueix pels carrers. L'únic contacte freqüent que es produeix amb l'altre és amb la mirada:

Un llamp... ¡després la nit! –Fugitiva beutat  
que em retorna a la vida tot d'una mirada,  
¿mai més no et podré veure sinó en l'eternitat?

¿On? ¡Molt lluny!, ¿massa tard!, o *mai més* tal vegada!  
Car jo ignoro allà on fuges, tu d'on vaig no en saps res,  
oh tu que hauria amat, ¡oh tu que ho vas saber!<sup>353</sup>

De la mirada de la *dona que passa* no en quedarà res. La trobada ha estat atzar i segurament no es tornarà a repetir. A la ciutat el transeünt no és només aquell que passeja pel nostre costat sinó aquell que mai més no tornarà a passar. La ciutat occidental esdevé així una ciutat preeminentment visual on mirem i som mirats i on no hi ha temps per a res més que ullades i llambregades<sup>354</sup>. La mirada del *flâneur* no és de conjunt, sinó específica i concreta: individualista. El *flâneur* és qui mira l'altre, qui l'objectivitza i qui el posa en relleu per sobre del fons borrós de la multitud. La mirada no és còmplice, divaga i navega pels rostres del carrer, ara aquí i ara allà, fins que

<sup>353</sup> BAUDELAIRE, CH. *Les flors del mal*. Barcelona: Edhasa, 1990. p. 11.

<sup>354</sup> "En Cloe, gran ciudad, las personas que pasan por las calles no se conocen. Al verse imaginan mil cosas las unas de las otras, los encuentros que podrían ocurrir entre ellas, las conversaciones, las sorpresas, las caricias, los mordiscos. Pero nadie saluda a nadie, las miradas se cruzan un segundo y después huyen, buscan otras miradas, no se detienen". CALVINO, I. *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela, 1998. p. 65.

troba algú on reposar-hi l'observació. És, en termes de Balzac, un afeccionat a la «gastronomia de l'ull».

No hi ha complicitat en l'esguard del *flâneur*; ni necessàriament comunicació. El *flâneur* és, en alguns sentits, semblant al telespectador que veu sense ser vist<sup>355</sup>, que observa des de l'anonimat i la distància, estranyat de l'altre i de l'entorn descobrint així un espectacle vivaç.

Ver sin ser visto representa, así, la mejor estrategia para disfrutar de a superpoblación de la metrópolis cuyo tamaño desmesurado permite hasta la repetición exacta de los individuos más singulares y estrambóticos. La gran ciudad revela, entonces, la mejor de sus virtualidades: la de ser espectáculo, la de poder ofrecer el más amplio y variado muestrario de caracteres humanos que ningún poeta pudo nunca imaginar<sup>356</sup>.

La importància d'allò visual en la ciutat contemporània serà, més endavant, un element configurador de la ciutat contemporània tant a nivell morfològic com a nivell d'interacció entre els seus individus.

L'espai públic de les grans ciutats contemporànies estarà definida per la *visibilitat* tant els espais d'interacció entre individus com en la imatge mateixa de la ciutat<sup>357</sup>. Un exemple: la ciutat definida pel consum construïda per un paisatge configurat pels edificis i les estructures, per les pantalles, pels cartells de la publicitat la qual custodia el llenguatge comú dels habitants i participa de la creació d'un text de la ciutat, d'una imatge i d'una marca de ciutat.

Paral·lelament a la imatge, la mirada del *flâneur* està determinada per la velocitat. Lligada a la ciutat visual i plena d'artèries per on passa la gentada el *flâneur* hi reconeix un temps accelerat. La distància entre un punt i un altre aniran esdevenint un inconvenient, mai un avantatge. Mentre que en la modernitat els llocs seran encara un element bàsic de la construcció social en la contemporaneïtat la major part del l'espai no l'ocupen els llocs sinó les trajectòries (els «no llocs»). O, dit d'una altra manera, l'espai esdevé un recorregut i això provoca l'acceleració de la ciutat.

La ciutat mai no és dos cops igual i tot succeeix ràpidament: «*panta rei*»; tot flueix... però precipitadament<sup>358</sup>. El *flâneur* sent el vertigen d'aquest temps accelerat; el temps comprimit de l'efímer. L'individu se sent enmig d'una centrifugadora, del brunzit de les coses i persones que no paren de passar. Com escriurà Baudelaire:

<sup>355</sup> "El observador es un príncipe que disfruta en todos lados de su incógnito". BAUDELAIRE, Ch. *Arte y modernidad*. Buenos Aires: Prometeo, 2009. p. 36.

<sup>356</sup> LÓPEZ CASTELLÓN, E. *Simbolismo y bohemia: La Francia de Baudelaire*. Madrid: Akal, 1999. p. 67.

<sup>357</sup> Sobre la imatge i la ciutat llegiu Kevin Lynch *La imagen de la ciudad* llibre on s'exposen els ítems de la llegibilitat de la ciutat des d'una perspectiva de la psicologia de la percepció. LYNCH, K. *La Imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1984.

<sup>358</sup> Caricaturitzant la idea d'Heràclit pel que fa al *logos*, la ciutat flueix acceleradament: es precipita.

(...) ha fecundat tot d'una ma memòria madura,  
 en ser que travessava el *Carrousel* flamant.  
 El vell París ja no és (una urbana estructura  
 més que el cor d'un mortal pot anar canviant)<sup>359</sup>

L'acceleració que adquireix el procés social, científic i tecnològic en la modernitat, destrueix fins i tot la perennitat que representava la pedra<sup>360</sup>. Per primer cop en la història un poeta percep que l'entorn material es transforma més ràpid, fins i tot, que els seus sentiments. El canvi és intrínsec a la modernitat; la flexibilitat, l'adaptació i el dinamisme.

El mateix Marx al *Manifest Comunista* en el capítol titulat 'Burgesos i Proletaris<sup>361</sup>', descriu el ritme frenètic que el capitalisme imparteix en tots els àmbits de la vida moderna<sup>362</sup>, societat sempre canviant, que s'esvaeix, mòbil, que es desplaça constantment. La mateixa història (materialisme dialèctic) serà moviment que tocarà accelerar (¿I que és una revolució sinó molts canvis accelerats que es donen alhora?). Per a Marx tot allò que construeix la burgesia (roba, ciutat, tallers, cases etc.) ha estat fets per a ser destruïts<sup>363</sup>. Marx ja experimenta la modernitat en les dinàmiques de consum del seu temps; en la mercaderia. Un context ple de contradiccions on «s'evapora tot el que tenia solidesa i continuïtat»<sup>364</sup>.

El *flâneur* passejarà per aquesta ciutat movedissa il·lustrant les instantànies dels carrers i desvetllant allò que no sabem, allò inconscient dels seus habitants, els somnis presents en la vida de la ciutat i, sobretot, la cara oculta del consum. El *flâneur* és empès al carrer pel desig i per la curiositat, pels objectes i les mercaderies: pel moviment i el consum. «El comerç i el trànsit són els components del carrer»<sup>365</sup>, dirà W. Benjamin<sup>366</sup>.

Més endavant, el *flâneur* ja no només acabarà passejant pels passatges, per les galeries, i pels grans magatzems sinó que el *flâneur* contemporani ja no observarà ni llegirà el text fluid i improvisat de la realitat urbana, sinó el text teledirigit del parc temàtic on el *flâneur* ja no mira allò que vol mirar sinó allò que està exposat per ser mirat: fotografia allà on distingeix la icona d'una càmera (on s'entén que s'ha de fer una

<sup>359</sup> BAUDELAIRE, Ch. *Les flors del mal*. Barcelona: Edhasa, 1990. p. 269. (Traducció: Xavier Benguerel Llobet).

<sup>360</sup> LÓPEZ CASTELLÓN, E. *Simbolismo y bohemia: La Francia de Baudelaire*. Madrid: Akal, 1999. p. 63.

<sup>361</sup> MARX, K.; ENGELS, F. *Manifest Comunista*. Barcelona: LUB, 1997. (p. 9-23).

<sup>362</sup> BERMAN, M. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: s.XXI, 1991. p. 86.

<sup>363</sup> BERMAN, M. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: s.XXI, 1991. p. 95.

<sup>364</sup> MARX, K.; ENGELS, F. *Manifest Comunista*. Barcelona: LUB, 1997. p. 13.

<sup>365</sup> BENJAMIN, W. *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2009. p. 871.

<sup>366</sup> Walter Benjamin i Siegfried Krakauer són deixebles de Simmel. Per això la mirada de Benjamin sobre la ciutat no és socio-històrica com la de Weber sinó més aviat fenomenològica dels individus a l'estil de Simmel.

fotografia), allà on troba el distintiu de 'panoràmica', allí on hi ha un rètol publicitari de lluminositat estrident inevitable d'esquivar amb la mirada.

El nou *flâneur* captarà de la ciutat allò que encaixa amb el tòpic i amb la preconcepció que s'ha fet d'ella; la imatge de l'agència de viatge, del reportatge televisiu o de la pel·lícula que ha vist. La mirada no descobrirà res nou, sinó que confirmarà la imatge d'allò que ja havia vist abans: verificarà.

A mode d'apunt final i resumint, en aquest apartat hem volgut reconèixer en el *flâneur* tant algunes de les característiques de l'individu modern com una metodologia lícita i adient per a l'aproximació a la ciutat. Per una banda, en el *flâneur* es fa palès el procés d'individuació que va ser encetat al Renaixement i que és vigent fins als nostres dies. L'individu modern és individu; és 'un' davant dels altres. El *flâneur* com a metàfora de l'individu modern no coneix un 'estar' comunitari sinó el tint gris de l'*home massa*; s'hi troba reconfortat en el seu interior però alhora s'ho mira des de fora sense reconèixer-s'hi totalment; la massa són els altres<sup>367</sup>.

Per això, el *flâneur* observa la gernació allunyant-s'hi per moments, abrigant el seu anonimats en ella però reduint l'altre, com veurem en el següent capítol, amb la mirada a un objecte. La mirada del *flâneur* és racional, analítica i cosificadora, hereva de la il·lustració i tocada per la fredor de la *lògica de la moneda*. No és la mirada romàntica de l'altre. En darrer terme aplica la raó per enfrontar-se a una ciutat a voltes caòtica que l'arrossega. L'intent d'aprehensió de la realitat mitjançant la raó és un tret també característic de l'individu modern a més del cert entusiasme i interès per tot allò creat per ella.

El *flâneur*, al capdavant, és seduït per les mercaderies, per l'envolcall arquitectònic i humà dels *passatges* parisencs; per la *cultura objectiva* (Simmel) i per tot allò d'exòtic de la «botànica urbana».

D'altra banda, el *flâneur* viu el pols frenètic de la ciutat, experimenta el vertigen davant l'abisme (com descriuen Kierkegaard o Heidegger), la precipitació d'un «temps impacient» (Simmel). L'individu modern viu en la cresta d'una onada que mai no arriba a la platja. La sensació de canvi constant, a voltes el fa indiferent i apàtic. L'actitud *blasé* de Simmel o l'*spleen* de Baudelaire il·lustren un individu indiferent davant de les novetats, melancòlic, exempt d'emotivitat i aïllat.

Per acabar, hem volgut ressaltar l'aproximació a la ciutat des de la mirada del *flâneur* com una forma d'aprehensió d'una realitat complexa, a tenir molt en compte en el terreny de les ciències socials. El discurs modern ja no és totalitzant o global sinó

<sup>367</sup> MANUCCI, C. *La sociedad de masas*. Buenos Aires: Corregidor, 1972. p.189.

que el sociòleg, el periodista i el científic –a l'igual que el *flâneur*– són estudiosos del fragment.

## 2.2.5 La representació de l'individu a la ciutat moderna

Solemos concebir las ciudades desde un punto de vista urbanístico y arquitectónico, como un conjunto de casas, edificios, fachadas, paseos, parques, calles y plazas que tienen sus puertas, caminos y vías de salida mediante las cuales se comunican e interconectan con los campos, las ciudades y pueblos vecinos. Este modo de ver y vivir los ámbitos urbanos es válido pero no es el único. También podemos pensar en una ciudad como un conjunto de acciones e interacciones entre personas, que tienen lugar en determinados escenarios (...) Si hacemos abstracción de los materiales con los cuales se construyen dichos escenarios, lo importante son las intervenciones de los actores sociales y los efectos que producen<sup>368</sup>.

Com hem vist en el capítol anterior, la ciutat moderna esdevé un nou escenari per a l'individu; és la *ciutat il·lustrada*, de la raó, del progrés, secular i industrial, sense muralles... un context diferent dels anteriors que modifica tots els àmbits de la vida humana tant a nivell individual com a nivell col·lectiu.

Jean-Jacques Rousseau<sup>369</sup>, Marx i Engels (1848)<sup>370</sup>, Émile Durkheim (1893)<sup>371</sup>, Ferdinand Tönnies (1887)<sup>372</sup>, les aproximacions a la ciutat fetes per Georg Simmel i per l'Escola de Chicago i la literatura flâneuriana de Baudelaire, Balzac, Poe, Dostoievski, Dickens o Kafka s'atansen a una ciutat nova, marcada per la inestabilitat social, una nova economia del capital, de canvi permanent; un context molt dinàmic i variat, atapeït de mercaderies i d'estímuls.

La vida en la nova ciutat comporta, d'aquesta manera, un canvi de percepció de la realitat social i individual i alhora un canvi en les relacions entre els individus. La ciutat esdevé un espai compartit per individus heterogenis, desconeguts entre sí, anònims, sota la lògica de la moneda, la raó instrumental, la indiferència, l'actitud *blasé*, la fragmentació i el consum.

Aquest panorama urbà de la modernitat enceta el recorregut de l'*home massa* el qual es troba emancipat de la tradició i de la història, de la religió i dels seus valors, dissolt en una massa uniforme i uniformitzadora, amb dificultats per construir la seva

<sup>368</sup> ECHEVERRIA, J. *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Madrid: Destino, 1999. p. 156.

<sup>369</sup> 'Discurs sobre les ciències i les arts', 'Discurs sobre els orígens i fonaments de la desigualtat entre els homes', 'Contracte social', 'Carta a d'Alembert' i 'Carta a Ch. de Beaumont'. Dins de ROSSEAU, J.J. *Escritos de combate*. Madrid: Alfaguara, 1979.

<sup>370</sup> MARX, K.; ENGELS, F. *Manifest Comunista*. Barcelona: LUB, 1997.

<sup>371</sup> DURKHEIM, E. *La división del trabajo social*. Madrid: Akal, 1982.

<sup>372</sup> TÖNNIES, F. *Comunitat i associació*. Barcelona: Edicions 62, 1984.



identitat. Amb la desfeta de les ideologies, l'individu es veurà perdut en ell mateix: lliure però sense saber per a què<sup>373</sup>.

Acceptant el pressupòsit axiomàtic i ecològic que postula que el context (en aquest cas urbà) determina les relacions entre individus d'una forma concreta i que la ciutat és l'hàbitat de l'individu modern i contemporani farem una aproximació a les noves dinàmiques d'interactivitat i d'interacció dels individus que viuen en la ciutat així com també dels elements característics de l'individu com a *ésser-obert-al-món* (Max Scheler) i en relació amb els altres.

Per últim, volem assenyalar que la descripció dels trets distintius de l'individu contemporani no s'han d'entendre específicament per a cada individu amb la seva circumstància sinó més aviat com una imatge genèrica, com un «tipus ideal» (M. Weber) o dibuix global d'una nova realitat humana que emergeix en un determinat lloc –Europa i Nord Amèrica- en un determinat moment de la història (del s. XVIII al XXI).

#### 2.2.5.1 Definició de 'representació'

En primer lloc, cal especificar en quin sentit emprarem la paraula 'representació' donat que aquest mot té un itinerari semàntic divers i complex. Des d'Aristòtil, els estoics i l'escolàstica fins a Descartes, Spinoza, Leibniz, Kant o Shopenhauer, els seus matisos són múltiples.

Tanmateix, dins el que anomenem ciències socials, la matemàtica, la política o la psicologia també podem fer palesa la seva polisèmia. Lluny de fer un exercici semàntic d'aquesta paraula, en aquesta investigació ens referirem a la *representació* sobretot en dues de les seves múltiples accepcions:

a) La *representació mental* (interna)<sup>374</sup>; aquesta accepció està relacionada amb els processos cognitius, psicològics i intrasubjectius de l'individu, amb la expressió del pensament mitjançant les paraules, els signes, els símbols o les icones. Aquesta accepció defineix la *representació* com la aprehensió de la realitat d'un objecte a través de la significació.

<sup>373</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002.

<sup>374</sup> Des de la psicologia tradicional, la representació ha estat entesa de diverses maneres. Per un cantó, com a aprehensió d'un objecte present equiparant-la, llavors, amb la percepció i les seves formes (representació/percepció). En segon lloc, la representació entesa com la consciència de percepcions passades; és a dir: com a record (representació/record). En tercer lloc, la representació com a anticipació i construcció d'esdeveniments passats i futurs a la que relacionem directament amb el concepte d'imaginació (representació/imaginació). I, com a darrera accepció, la representació com a unió conscient de diverses percepcions no actuals (ni del passat ni del present) que relacionem, així mateix, amb la imaginació o l'al·lucinació (representació/al·lucinació).

b) La *representació pública* (externa) entesa com a l'execució en públic d'unes activitats, una obra dramàtica, etc.; és a dir, de presentar-se a l'altre d'una manera re-creativa<sup>375</sup>.

Tanmateix, hi hauria una tercera accepció –pel seu matís– entre aquestes dues proposada per l'antropòleg nord-americà Jack Goody que emprarem en algun moment de la investigació i en relació a l'art però no pas ara<sup>376</sup>. En aquest capítol tractarem essencialment la segona accepció (b) donat que el tema fonamental aquí és l'àmbit extern de la representació entre individus, és a dir; la vida social urbana.

### 2.2.5.2 La presentació de l'individu en la vida quotidiana

Yo soy exactamente lo que ves -dice la máscara- y todo lo que temas detrás<sup>377</sup>.

La sociologia d'Ervin Goffman s'interessa per la manera com els individus intenten representar una imatge d'ells mateixos conscient o inconscientment i com la conducta humana es divideix en dues esferes: una davant de l'escenari i una altra darrera l'escenari. Resseguirem, doncs, els postulats d'aquest autor per la seva idoneïtat tant en el terreny de la ciutat com en l'àmbit de la representació de l'individu combinant-los amb d'altres conceptes vinculats, fonamentalment, a l'*interaccionisme simbòlic*<sup>378</sup> de Georg Herbert Mead<sup>379</sup>.

En el seu llibre *La presentació de la persona en la vida quotidiana* (1959), Goffman reflexiona sobre la manera com l'individu es presenta i s'exposa davant dels altres. L'autor interpreta la vida social en funció de les impressions emeses i les impressions rebudes. Es tracta, doncs, d'una sociologia de la interacció, inspirada en la

<sup>375</sup> L'antropòleg Ulf Hannerz defineix la *Representació* en aquesta línia resseguint el sociòleg Ervin Goffman: "La suma total de actividades de un individuo durante un período de presencia continua ante algún conjunto de otros y con cierto tipo de efecto sobre ellos se describe como "representación", y el equipo de expresión estándar que utiliza para llevar a cabo constituye su «frente»". **HANNERZ, U.** *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993. p. 233. Aquesta definició entroncaria amb la que segona accepció que hem escollit i que ens serà útil més endavant quan farem referència a la sociologia de la interacció d'Ervin Goffman.

<sup>376</sup> Jack Goody defineix la representació com: "Empleo el término en el sentido latino de representar, literariamente «traer hacia el presente algo previamente ausente» y no, simplemente, «la encarnación de una abstracción de un objeto», sino la representación diferente de un objeto, como ocurre con el cuadro de un perro. Tiene casi siempre, un aspecto visual dado que esto es una característica del mundo, pero incluye la representación de la abstracción como el valor al que aludimos anteriormente; de hecho, el concepto mismo de valor es la representación de alguna otra cosa". **GOODY, J.** *Representaciones y contradicciones. La ambivalencia hacia las imágenes, el teatro, la ficción, las reliquias y la sexualidad*. Barcelona: Paidós, 1999. p. 47.

<sup>377</sup> **CANETTI, E.** *Masa y poder*. Barcelona: Muchnik, 1994. p. 394. Citat a **DELGADO, M.** *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999. p. 16.

<sup>378</sup> L'*interaccionisme* simbòlic neix a l'Escola de Chicago (1927) de les teories de Georg Herbert Mead (1863-1931) i d'Herbert Blumer (1900-1987) i centra la seva atenció en la realitat social entesa des de la perspectiva de les accions i interaccions entre individus les quals sempre es mouen en un pla simbòlic i de significació.

<sup>379</sup> L'obra de referència del sociòleg nord-americà Georg Herbert Mead és '*Mind, Self and Society*' (1932) amb traducció en castellà **MEAD, G. H.** *Espíritu, persona y sociedad. Des del punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, 1993.

societat americana del seu temps, que analitza què passa quan dos individus es troben en un mateix moment i lloc.

El punt de partida és el pressupòsit que quan un individu es troba davant la presència dels altres, els altres tracten de saber alguna cosa d'ell o posar en joc el que ja saben per tal de formar-se una imatge de l'altre. La relació amb l'altre serà un procés on es dóna una informació a l'espera de la reacció de l'altre (una interacció): un individu projecta una definició de la situació davant dels altres i els altres projecten una definició de la situació com a resposta. La imatge creada, doncs, és sempre una construcció de sentit, bidireccional i recíproca.

En una relació entre dos individus, la informació ajuda a definir les situacions i permet fer una previsió sobre el que l'individu espera dels altres i els altres d'ell. En aquest joc, s'hi maneguen, per tant, múltiples conjectures i prejudicis; elements que queden fora o dins de la mateixa acció comunicativa.

En aquest sentit, l'obra de Goffman tracta de les maneres com els individus desconeguts entre sí gestionen les qüestions personals intercanviant senyals durant els encontres copresencials<sup>380</sup>. Per això en la base de la sociologia de Goffman hi detectem la idea d'unes relacions entre individus fonamentades en un intercanvi de significacions determinades pel context, per les impressions rebudes i emeses i pel *feedback*.

Per a Goffman, la ciutat és com un teatre amb actors i públic. Cada individu és percebut com un personatge que porta una màscara, que té un *rol*<sup>381</sup>: un guió que ha de reproduir amb coherència. El *rol* té lloc dins de l'escenari (la façana) que determina i defineix la situació on s'executaran els *papers* dels personatges. Aquesta façana és de dos tipus: una façana social (l'escenari pròpiament) i una façana personal (l'aparença de l'actor).

*Des d'una perspectiva fenomenològica, Jozsef Tischner ha posat en relleu que l'ésser humà, d'una manera decididament intersubjectiva, és un ésser dramàtic. Això vol dir que, en la seva vida quotidiana, homes i dones es presenten i es representen sobre diversos escenaris del «gran teatre del món» mitjançant relacions de proximitat, d'oposició, de rebuig o d'indiferència amb tots els altres homes i dones (...) Podria dir-se que la representació, la teatralitat, és consecutiva al fet que l'ésser humà es veu constret a emprar llenguatges simbòlics que «diuen, però sobretot volen dir».*<sup>382</sup>

<sup>380</sup> HANNERZ, U. *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993. p. 246.

<sup>381</sup> Entenent per *rol* per aquella figuració dramàtica executada pels *actors socials* en un espai públic mitjançant unes actituds que corresponen a unes expectatives, normatives i situacions socials concretes. Pel que fa a *rols* en la ciutat vegeu: SENNETT, R. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978. p. 53-58.

<sup>382</sup> DUCH, LI.; MÉLICH, J.C. *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 2003. (Cita de E. Bloch). p. 297.

En aquesta ciutat feta teatre, cada acció pública humana és una representació; una *performance*<sup>383</sup>. L'individu esdevé un actor que ha d'inscriure's en un *rol* social i executar-lo d'una manera veraç<sup>384</sup>. La interrelació es dona entre el Jo (el '*I*' en terminologia anglesa de G.H. Mead) i el concepte o significacions que els altres tenen de mi (el '*me*' o «altre generalitzat»)<sup>385</sup>.

En el que s'ha anomenat *interaccionisme simbòlic*, l'individu esdevé un actor social (actor social que du a terme una acció social conscient o inconscientment i que normalment és intencional) que reacciona davant dels altres i desenvolupa un '*jo*' quan assumeix el *rol* dels demés i es comporta activament davant del medi (la ciutat) al mateix temps que aquest medi influeix en ell. De fet, en l'*interaccionisme simbòlic*, el '*jo*' no existeix sense una construcció social sinó que només pot existir en la interacció amb els altres. La representació del '*jo*', doncs, es construeix sempre en relació amb els altres.

D'aquesta manera, l'individu com a actor social, es distingeix pel seu caràcter comunicatiu i reflexiu. Cada individu pot considerar-se ell mateix objecte de coneixement i representació i, tanmateix, el coneixement d'un mateix ve donat per l'alteritat perquè el '*jo*' és un reflex del «ser» dels altres. El '*jo*' és, doncs, coneixement propi però el contingut real d'aquest coneixement és el reflex de com ens veuen els altres.

### 2.2.5.3 El control de la representació veraç

En este baile de máscaras, en donde bailan millones de figuras abigarradas, tú me dices: acerquémonos a la verdad. ¿Dónde está la verdad? ¿Quién es ese enmascarado que pasa por delante de nosotros? ¿Qué esconde debajo de su capa gris? ¿Es un rey o un mendigo? ¿Es un joven admirablemente formado o un viejo enclenque y lleno de úlceras? La verdad es una brújula loca que no funciona en este caos de cosas desconocidas<sup>386</sup>.

Segons Goffman hi ha un objectiu clau de les interrelacions humanes: mantenir creïble el *rol* de la representació de l'individu. Quan algú fa un paper determinat sol·licita implícitament als seus observadors que el prenguin seriosament. D'altra manera l'engany premeditat pertoca al context de l'art dramàtic. Si en algun moment

<sup>383</sup> *Performance* és un concepte que és emprat per Goffman però que ja utilitzava en el mateix sentit l'Escola de Chicago amb els estudis de Frederic M. Thraser l'any 1927.

<sup>384</sup> SENNETT, R. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978. p. 137.

<sup>385</sup> MEAD, G. H. *Espíritu, persona y sociedad. Des del punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, 1993. p. 201-212.

<sup>386</sup> BAROJA, P. *El árbol de la ciencia*. Madrid: Alianza, 1993. p. 139.

alguna de les representacions flaqueja i es mostra un individu que no respon a la imatge que ell mateix havia donat la interacció i representació s'esfondra<sup>387</sup>.

Les relacions interpersonals, doncs, porten implícites el desig de veracitat i d'autenticitat. A la ciutat de les màscares l'autenticitat i la sinceritat són considerades un valor social. Ni les disfresses cridaneres ni els discursos escènics són més valorats que la imatge d'aquell individu que s'expressa lliurement des del tancament d'un mateix, des del *self-control*.

Nosaltres bastim les nostres resolucions més importants sobre un sistema complicat de representacions, la majoria de les quals pressuposa la confiança en el fet que nosaltres no som enganyats. Per això en les relacions modernes, la mentida és quelcom molt més devastador, quelcom que posa molt més en qüestió els fonaments de la vida, que allò que constituïa anteriorment<sup>388</sup>.

Donar una impressió satisfactòria s'aconsegueix, segons Goffman, seguint tres pràctiques que la garanteixen: fidelitat dramàtica (l'actor ha de ser coherent amb el seu paper), disciplina dramàtica (ha de saber bé el paper i seguir-lo) i la circumspècció dramàtica (l'actor ha de saber quan està dins o fora de l'escenari). D'aquesta manera l'individu pot controlar estratègicament la seva projecció i representació per esdevenir veraç. La gestió de la imatge, d'allò que es mostra i d'allò que s'oculta, de la bambolina i l'escenari, són mecanismes per controlar les impressions que volem donar als altres. I malgrat tot, aquesta informació que emetem a l'altre pot ser interpretada en una altra direcció contrària a la nostra voluntat de representació.

Goffman considera la interacció entre individus com un ritual (en el sentit de Durkheim). El fet que hi hagi uns rituals en la interacció entre individus ens condueix a la creació d'uns símbols socials comuns. L'encontre entre dos individus desconeguts inclou una activitat simbòlica en la qual es manifesta l'interès en major o menor grau. És a dir, davant d'un estrany emprem dos tipus de rituals. O bé un ritual d'evasió en el qual no inferim en el terreny de l'esfera privada i respectem el seu secret, el seu *backstage* o bé un ritual de presentació en el qual expressem reconeixement, salutem, ens obrim amb preguntes personals etc.

<sup>387</sup> "(...) dentro de la interacción quizá tengan lugar hechos que contradigan, desacrediten o arrojen dudas sobre esta proyección. Cuando ocurren estos sucesos disruptivos, la interacción en sí puede llegar a detenerse en un punto de confusión y desconcierto. (...) En tales momentos el individuo cuya presentación ha sido desacreditada puede sentirse avergonzado, mientras los demás se muestran hostiles, y es posible que todos lleguen a encontrarse incómodos, perplejos, desconcertados, experimentando el tipo de anomia que se genera cuando el pequeño sistema social de la interacción cara a cara se derrumba". **GOFFMAN, E.** *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1997. p. 24.

<sup>388</sup> **SIMMEL, G.** *Sociología II*. Barcelona: Edicions 62, 1988. p. 12.

El seguiment d'un d'aquests dos rituals respondrà al nostre sentiment de vulnerabilitat. Tal i com assenyala Manuel Delgado, la majoria dels urbanites protagonistes de la vida pública passen una gran part del temps escamotejant-se i oferint senyals parcials o falses sobre la seva identitat, mantenint les distàncies i protegint els seus sentiments per tal de resguardar-se dels altres<sup>389</sup>. La ciutat sembla ser el terror de l'*homo homini lupus* on l'altre és considerat un perill. En els següents apartats veurem el per què.

Sigui com sigui, Goffman assenyala que aquest resguard mai no és infal·lible. En les relacions interpersonals cara a cara no hi ha disfressa que no tingui fissures. El control de la nostra imatge i representació el podem exercir fins a un cert punt. La representació se'ns pot escapar del nostre control per esclatxes inconscients entrant en un *espai de risc*<sup>390</sup> on l'alteritat pot interpel·lar-nos i descobrir-nos. Mentre que, per exemple, el conjunt d'expressivitats de l'individu vinculats amb els enunciats verbals són relativament fàcils de manipular i controlar, l'expressivitat corporal no ho és tant<sup>391</sup>. A més a més, les informacions emeses no sempre són interpretades en la direcció que pretenem. Del rostre, com a vehicle expressiu per antonomàsia de l'individu emanen informacions no controlades que tenen un efecte commovedor i revelador en el receptor<sup>392</sup>. En aquest sentit, s'adrecen les investigacions de la *kinèsica* de R.L. Birdwhistell a partir de petits gests (*kine*) que són gairebé imperceptibles en la interacció però que d'alguna manera captem inconscientment<sup>393</sup>.

D'aquesta forma, en la interacció cara a cara sempre queda obert un punt d'accés; una finestra cap al descobriment d'una part oculta de l'altre. En aquest sentit, els trets definitoris de l'individu es donaran sovint fora del context immediat de la situació. Allò important de l'individu, segons Goffman, no es troba dins de l'instant comunicatiu sinó fora d'ell, en un altre lloc<sup>394</sup>.

<sup>389</sup> DELGADO, M. *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999. p.14.

<sup>390</sup> Vegeu TRESSERRAS, M. "La televisió: un espai virtual enfront de l'espai de risc". Barcelona: Trípodos 2, 1996. p. 7-20. O també TRESSERRAS, M. *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Trípodos, 2005. pp- 157-184.

<sup>391</sup> "Al saber que es probable que el individuo se presente des de un ángulo que lo favorezca, los otros pueden dividir lo que presencian en dos partes: una parte que al individuo le es relativamente fácil de manejar a voluntad, principalmente sus aseveraciones verbales, y otra sobre la cual parece tener poco interés o control, derivada sobre todo de las expresiones que él emite". GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997. p. 19.

<sup>392</sup> "La expresividad del individuo (y por lo tanto, su capacidad para producir impresiones) parece involucrar dos tipos radicalmente de actividad significativa: la expresión que da y la expresión que emana de él. El primero incluye los símbolos verbales —o sustitutos de estos— que confiesa usar y usa con el único propósito de transmitir la información que él y otros atribuyen a estos símbolos. (...) El segundo comprende un amplio rango de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor, considerando probable que hayan sido realizadas por razones ajenas a la información transmitida en esta forma". GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997. p. 14.

<sup>393</sup> DAVIS, F. *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza, 1996.

<sup>394</sup> "Muchos hechos decisivos se encuentran más allá del tiempo y el lugar de la interacción o yacen ocultos en ella. Por ejemplo, las actitudes, creencias y emociones «verdaderas» o «reales» del individuo pueden ser descubiertas solo de manera indirecta, a través de sus confesiones o de lo que parece ser conducta expresiva involuntaria". GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1997. p. 15.

L'individu que analitza Goffman està tan interessat en ocultar com en mostrar; és complex, borrós, difícil de conèixer sobretot quan està a la defensiva, quan topa amb desconeguts d'una manera ràpida i fortuïta. La màscara l'encobreix, li permet ocultar les informacions que condueixen al *backstage*. D'aquesta manera, l'individu es construeix la seva representació com una imatge que amaga la seva naturalesa profunda.

L'individu, a més de presentar-se com un feix de relacions i interaccions amb els altres també se'ns apareix com un dipòsit d'experiències i vivències, d'il·lusions i decepcions, de sentiments, desigs i secrets. Un tot complex i enigmàtic... Encara més, i com veurem més endavant, un misteri insondable.

#### 2.2.5.4 *El cos: relació amb el món i amb els altres*

Falta comprender qué es el cuerpo para mí, pues, precisamente por ser incaptable, no pertenece a los objetos del mundo, o sea a esos objetos que conozco y utilizo; empero, por otra parte, puesto que no puedo ser nada sin ser conciencia de lo que soy, es menester que el cuerpo se dé de algún modo a mi conciencia<sup>395</sup>.

Goffman situa el seu estudi de la representació en el cara a cara, en el pla de la co-presència, d'un sistema de referències espacio-temporals compartit i no pas en l'àmbit de les relacions *mediàtiques*, *quasi-interaccions mediàtiques*<sup>396</sup> o virtuals proveïdes per les tecnologies de la comunicació i informació (TIC). Tanmateix, d'aquesta darrera forma de relació ja en parlarem en el següent bloc dedicat a la *ciutat hiperrealitzada* en la qual aquest tipus de relacions entre individus són característiques.

Per tant, deixem de banda ara les *relacions indirectes* per centrar-nos en un àmbit de relació presidit per la simultaneïtat de les corporeïtats a partir de la noció de cos. El cos (com a presència) ens permet viure en la cultura i en la història, relacionar-nos amb els altres: *ser-hi*. Alhora el mateix cos és espai i temps. El cos no està en el temps ni en l'espai sinó que instaura el seu propi espai i el seu propi temps perquè temps i espai, seguint Kant, són propietats de les coses.

D'altra banda, el cos és la porta de la nostra interioritat; és allò que llinda amb el món exterior (entenen el cos com a límit). Deia Ortega y Gasset que «vivim definitivament en l'acte de percepció»<sup>397</sup>; la ment i el cos són els nostres instruments

<sup>395</sup> SARTRE, J. P. *El ser y la nada*. Buenos Aires: Losada, 1976. (4a. ed.) p. 416.

<sup>396</sup> THOMPSON, J.B. *Los Media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>397</sup> ORTEGA Y GASSET, J. "Artículos 1902-1913" A: ORTEGA Y GASSET, J. *Obras completas*. Madrid: Alianza, 1993. p. 248.

d'aprehensió de la realitat; d'obertura al món. Tanmateix, el cos no pot ser definit exclusivament com un instrument; com un objecte sinó també com un subjecte.

Reblant la darrera idea expressada, adoptem la perspectiva introduïda per Maurice Merleau-Ponty (1908-1961): «som cos»<sup>398</sup>; és a dir, l'ésser humà és el propi cos (cos subjecte) i alhora té cos (cos objecte). Ment i cos s'uneixen en la percepció i per això Merleau-Ponty dirà que el *locus* de la nostra existència es troba en l'experiència de la percepció.

El cos no es pot dominar sempre, és nostre i som ell però sempre estem en la disjuntiva de sentir-nos corporis i, alhora, sentir que som propietaris del nostre cos com si fos quelcom del que disposem, com una cosa objectivada. Lluís Duch també apunta en aquesta direcció quan assenyala que:

A través del cos, l'ésser humà articula les metes socials, religioses i polítiques que es proposa i configura simbòlicament els anhels que nien en les pregoneses del seu cor. L'ésser humà no només té un cos sinó que, pròpiament, és cos. Un cos que no és simplement un artefacte objectivat i objectivable, sinó una forma de presència que, per bé i per mal, afecta radicalment tots els moments i totes les situacions de la seva existència<sup>399</sup>.

D'aquesta manera, l'individu presencial, des d'una òptica integral del l'ésser humà, no es pot desfer del seu cos ni agafar distància perquè el cos és ell mateix. D'aquí la seva indivisibilitat. Ni són els meus dits els qui escriuen aquestes línies ni són els meus ulls els que miren aquell paisatge sinó que sóc jo qui mira i sóc jo qui escriu i, al mateix temps, són ells els qui exerceixen aquesta funció per mi.

En aquest sentit, visc i existeixo en el meu cos instrument (biològic), en el meu cos presència (temps, espai, subjecte), en el meu cos social (llenguatge, expressió i reconeixement) sense poder allunyar-me d'ell ni distanciar-me. Com dirà Jean Paul Sartre (1905-1980), el cos esdevé el nostre punt de vista sobre el món però alhora no

<sup>398</sup> "Hay dos sentidos, y solamente dos, del vocablo existir: se existe como cosa o se existe como consciencia. La experiencia del propio cuerpo nos revela, por el contrario, un modo de existencia más ambiguo. Si trato de pensarlo como un haz de procesos en tercera persona -«visión», «motricidad», «sexualidad» advierto que estas «funciones» no pueden estar vinculadas entre sí y con el mundo exterior por unas relaciones de causalidad, están todas confusamente recogidas e implicadas en un drama único. El cuerpo no es, pues, un objeto. Por la misma razón, la consciencia que del mismo tengo no es un pensamiento, eso es, no puedo descomponerlo y recomponerlo para formarme al respecto una idea clara. Su unidad es siempre implícita y confusa. Es siempre algo diferente de lo que es, es siempre sexualidad a la par que libertad, enraizado en la naturaleza en el mismo instante en que se transforma por la cultura, nunca cerrado en sí y nunca rebasado, superado. Ya se trate del cuerpo del otro o del mío propio no dispongo de ningún otro medio de conocer el cuerpo humano más que el de vivirlo, eso es, recogerlo por mi cuenta como el drama que lo atraviesa y confundirme con él. Así, pues, soy mi cuerpo, por lo menos en toda la medida en que tengo un capital de experiencia y, recíprocamente, mi cuerpo es como un sujeto natural, como un bosquejo provisional de mi ser total". **MERLEAU-PONTY, M.** *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Península, 1975. p. 215.

<sup>399</sup> **DUCH, LI.; MÈLICH, J.C.** *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana, 2.1*. Barcelona: Abadia de Montserrat. p. 15, 19.



podem tenir cap punt de vista sobre el propi cos<sup>400</sup>. El cos humà, així doncs, implica una unitat interna-externa contrària a la concepció dualista platònica.

La ciutat moderna, essencialment densa (L. Wirth) concentra la corporeïtat dels individus en espais poc dilatats. L'encontre freqüent entre cossos subjecte-objecte serà, doncs, una característica de la ciutat i de les relacions entre individus; el punt de partida bàsic de la interacció simbòlica i de l'existència.

### 2.2.5.5 *El cos com a significat*

Las representaciones del cuerpo y los saberes acerca del cuerpo son tributarios de un estado social, de una visión del mundo y, dentro de esta última, de una definición de la persona. El cuerpo es una realidad simbólica, no una realidad en sí mismo<sup>401</sup>.

El cos és una manifestació expressiva de l'individu dins d'un entorn simbòlic com ho és la ciutat (la societat)<sup>402</sup>. Les mateixes distàncies corporals entre individus, l'expressió del rostre o dels gests corporals, el sexe, l'edat, així com el vestuari i l'ornament formen part d'un llenguatge no verbal que es pot desenvolupar, fins i tot, per sota de la nostra consciència.

El cos expressa en un llenguatge propi: un posat corporal, una expressió, un moviment de mans, la distribució dels trets facials o la forma del cos poden transportar un missatge. Segons els estudis de Ray L. Birdwhistell als anys quaranta, no més del 35 per cent del significat social de qualsevol conversa correspon a la oralitat<sup>403</sup>. Per tant, la composició del significat per part de l'individu que rep les impressions es basa, en gran part, en elements subtils i inconscients fora del llenguatge però manifestes en la corporalitat.

L'individu expressa amb el cos alhora que interpreta l'expressió i el cos de l'altre. La dimensió social del cos ve donada, doncs, per la seva propietat de comunicació: el cos és el lloc de la comunicació, l'origen de la instrumentalitat, mitjà i sèu del reconeixement i del llenguatge però també missatge en ell mateix.

<sup>400</sup> **SARTRE, J. P.** *El ser y la nada*. Buenos Aires: Losada, 1976. (4a. ed.) p. 416-417. Tanmateix Maurice Merleau-Ponty també concep el cos com un punt de vista si bé la seva filosofia es desmarca de la de Sartre amb qui va coincidir durant un temps i va fundar la revista *Les Temps Modernes* (1945) però que més endavant, per desavinences polítiques –Merleau-Ponty va deixar de militar al Partit Comunista francès– trenca la seva relació. Merleau-Ponty critica la visió de Sartre que per a ell conté implícit el dualisme en les nocions de «en-si» i «per-a-si» que considera que correspon al dualisme cartesià de la «res extensa» i la «res cogitans».

<sup>401</sup> **LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 13.

<sup>402</sup> «Per a Merleau-Ponty, l'«espai corporal» no es una entitat neutra, sinó que sempre i arreu, apareix carregat amb diversos «valors» o significacions que el cos, en les successives situacions en les quals es troba implicat, tracta de transparentar i d'expressar. Per això pot afirmar que «el cos es eminentment un espai expressiu», que dona origen a tots els altres espais a través dels quals es configura la presència humana en el món». **DUCH, LI.; MÉLICH, J.C.** *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana, 2.1*. Barcelona: Abadia de Montserrat. p. 170.

<sup>403</sup> **DAVIS, F.** *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza, 1996. p. 42.

En aquest sentit, l'individu com a expressió coincideix amb l'individu com a representació perquè tota representació es substancialment una expressió i tota expressió s'*accidentalitza* en una representació<sup>404</sup>.

El cos, en tant que significa i aporta valors és un símbol. I com a símbol participa de les seves funcions (expressió, comunicació, coneixement i control). 'Expressió i comunicació', com hem dit, com a evocadora de significacions i instrument de comunicació. 'Control' per una banda, i com hem esmentat anteriorment, des de l'òptica de l'emascament que l'individu efectua darrera la seva representació. Una representació que pot basar-se en l'engany, en la reproducció de gests convencionals per expressar una significació concreta des de la teatralitat. Però també control des de l'autodomini i l'adaptació a un sistema de significacions simbòlic prescrit per la societat i la cultura. El llenguatge del cos és cultural, après per imitació.

El cos, com a significació, està subjugat al seu context cultural i social i la seva representació es deu a un sistema social d'interpretació (Berger i Luckmann)<sup>405</sup>. D'aquesta forma, l'expressió corporal –sigui autèntica o fal-laç- pot esdevenir polisèmica o confusa. Si no existeix, dirà Edmund Leach, un simbolisme universal<sup>406</sup>, tampoc existeix una representació simbòlica del cos unívoca. No hi ha una gestualitat mundial sinó que les significacions depenen, com diu R. L. Birdwhistell<sup>407</sup>, de la cultura on es desenvolupa i, per tant, la *proxèmica*<sup>408</sup> i la *kinèsica* són relatives al seu context social i cultural.

Per últim, concebre el cos com a símbol és acceptar que com a símbol pot ser concebut com una expressió d'una realitat directament inaccessible al llenguatge o al pensament conceptual (com defensen algunes filosofies o antropologies religioses i determinades teories psicològiques i estètiques).

En aquesta direcció, el símbol, per aquesta capacitat evocadora més que no pas explícita i loquaç de la paraula, és capaç de portar-nos al *backstage*, a la perifèria de

<sup>404</sup> Per a més vegeu **COLLI, G.** *Filosofía de la expresión*. Madrid: Siruela, 1996.

<sup>405</sup> Berger i Luckmann fan una teoria de la construcció social de la realitat. Per a aquests autors, tota realitat és una construcció arbitrària. La relació amb l'entorn és sempre una interpretació i els símbols són una forma específica de la representació. En aquest marc teòric podria emmarcar-se la ciutat hiperrealitzada. L'ordre social es va construint i la societat és una obra permanent on els universos simbòlics són una realitat interconnectada. L'estructura social, com dirà Sperber, no seria la base del simbolisme sinó que ella mateixa és simbolisme. En aquesta mateixa direcció, Mary Douglas des del simbolisme sòcio-estructural, parla de les concordances existents entre els models simbòlics i l'experiència social. **BERGER, P.; LUCKMANN, T.** *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1984.

<sup>406</sup> **LEACH, E.** *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI, 1978.

<sup>407</sup> **DAVIS, F.** *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza, 1996. p. 43. D. Efron **EFRON, D.** (1941) *Gesto, raza y cultura*. Buenos Aires: Nueva visión, 1970.

<sup>408</sup> Fem referència a l'estudi proxèmic d'Edward Hall que tracta de la significació de les distàncies en la comunicació humana. **HALL, E.T.** *The Hidden dimension*. New York: Anchor book, 1969. *Distància íntima* (fase propera: fins a 15 cm, fase llunyana: 15-45. *Distància personal* (fase propera: 45-75 cm; fase llunyana 75-120cm) *Distància social* (fase propera 1,20-2,00 m, fase llunyana 2-3,5 m) *Distància pública* (fase propera 3,5-7,5m; fase llunyana 7,5-...m).

l'èsser heideggerià o, fins i tot, a la transcendència del Misteri com si es tractés talment d'una *hierofania* (Mircea Eliade)<sup>409</sup>.

La nostra perspectiva, en aquesta darrera consideració, remarca el gran valor epistemològic que conté el símbol, tant com a construcció social i cultural de sentit com entesa com a porta d'accés al *misteri*. El símbol pot esdevenir també un camí de revelació de l'altre i la corporeïtat com a presència se'ns pot manifestar com a misteri.

#### 2.2.5.6 L'individu com a misteri

Lo que llamamos rostro es precisamente esa presentación excepcional, presentación de sí por sí mismo, sin medida común con la presentación de realidades simplemente dadas, siempre sospechosas de alguna superchería, siempre posiblemente soñadas<sup>410</sup>.

La ciutat moderna és la ciutat de les masses, les multituds, l'indeferentisme i la impersonalització. Simmel presentava la resistència de l'individu a ser anivellat i consumit en el gran mecanisme tècnic-social. Per a aquest autor un dels problemes de la vida moderna era la pretensió de l'individu de conservar l'autonomia i les seves peculiaritats davant del poder social, de la *cultura objectiva* i de la tècnica<sup>411</sup>. D'aquesta manera, una de les principals formes de socialització de l'individu en la gran ciutat era la lluita per la singularitat, la dissociació i el distanciament davant dels altres dins una ciutat on la dinàmica general és la dissolució de la *ipseïtat* de l'individu<sup>412</sup>.

En un context urbà regit per la massa uniforme, el rostre, diu Le Breton, és la part més singular de la persona, la més individualitzada<sup>413</sup>. En aquest mateix sentit Simmel ja havia assenyalat que el rostre ens condueix a allò que hi ha en l'individu de durador i que en el seu rostre «està traçat, com en una secció feta en uns estrats geològics, tant la història de la seva vida com allò que existeix en ella com el dot intemporal de la seva naturalesa»<sup>414</sup>.

La nostra fesomia, així doncs, ens fa reconeixibles enmig de la multitud, idiosincràtics i diferents. En aquest sentit, sembla molt oportú emplaçar el pensament d'Emmanuel Lévinas (1906-1995) i l'«epifania del rostre»<sup>415</sup> en la qual l'altre se'ns

<sup>409</sup> ELÍADE, M. *Tratado de Historia de las religiones*. Madrid: Cristiandad, 2000.

<sup>410</sup> LEVINAS, E. (1961) *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987. p. 216.

<sup>411</sup> SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 375.

<sup>412</sup> *Ipseïtat*: Principi d'individuació o conjunt de propietats que caracteritzen un ésser en la seva individualitat única.

<sup>413</sup> LE BRETON, D. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995.

<sup>414</sup> SIMMEL, G. *Sociología. Investigaciones sobre las formas de la socialización*. Barcelona: Edicions 62, 1988. vol. II. p. 289. Simmel també dirà que «En la forma del rostre s'expressa l'ànima de la manera més clara». SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 283.

<sup>415</sup> LEVINAS, E. (1961) *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987.

manifesta com a experiència fonamental d'alteritat en la seva faç: «Allò absolutament Altre, és l'Altre»<sup>416</sup>.

El rostre, dirà el filòsof francès, és la fenomenologització de l'ésser que se'ns apareix però continua absent<sup>417</sup>. D'aquesta manera se'ns obre l'alteritat com una experiència epifànica; és a dir, ni com a objecte, ni com a concepte, ni com a representació (Husserl) sinó com a experiència.

Mentre que desvetllar les coses que ens envolten depèn de la iniciativa de l'individu i de les preguntes que ell mateix es fa, la irrupció de l'altre en la nostra existència s'imposa per ella mateixa amb una innegable certesa. Ens trobem l'altre davant nostre sense haver-ho escollit.

L'altre, per E. Lévinas, és un ésser que no ha creat la meva raó. L'altre no existeix perquè l'hagi pensat abans, no és fruit de la meva imaginació (solipsisme) o d'una idea (idealisme), sinó que l'altre irromp en la meva existència sense demanar permís, passant per sobre la meva llibertat i la meva voluntat.

En aquest sentit, la relació amb l'altre és desigual. L'altre surt al nostre encontre perquè penetra en la nostra existència sense poder-lo explicar; com a misteri insoldable i com a presència incomprehensible. És l'Altre, i com a tal no el puc sotmetre a la meva mirada ni significació. L'altre té poder sobre mi i em transforma: «Sobre ell no puc poder»<sup>418</sup> diu Lévinas.

En aquesta direcció, el reconeixement objectiu de l'altre i del seu rostre no és una cosa banal sinó que aquesta faç simbolitza tota la humanitat sencera i la seva condició humana indigent. Per aquest motiu, l'altre és la peça angular de la filosofia de l'autor; especialment de l'ètica. La primacia de l'altre és, en definitiva, l'element constitutiu de la seva antropologia. L'altre no només existeix com a veritat fonamental sinó que l'altre mereix un reconeixement objectiu (no només subjectiu).

D'altres filòsofs també han reflexionat sobre l'experiència de trobada amb l'altre en el terreny del «ser» i en l'existir (som *mitsein*, ésser-amb, segons Heidegger). Els humanismes del segle passat, amb un rerafons transcendental, expressaven una *metafísica* del subjecte. Gabriel Marcel (1889-1973), per exemple, centrava el seu discurs filosòfic i les seves obres teatrals en el «misteri del ser»<sup>419</sup>. Martin Buber (1878-1965), d'altra banda, postulava que la relació amb la Natura i amb l'altre ens

<sup>416</sup> "Lo absolutamente Otro, es el Otro". LEVINAS, E. (1961) *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987. p. 63.

<sup>417</sup> "El fenómeno es el ser que aparece, aunque sigue estando ausente. No apariencia, sino realidad que carece de realidad, aún infinitamente alejado de su ser". LEVINAS, E. (1961) *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987. p. 198.

<sup>418</sup> "Sobre él no puedo poder". LEVINAS, E. (1961) *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987. p. 63.

<sup>419</sup> MARCEL, G. *El misterio del ser*. Barcelona: Edhasa, 1971.

encaminen a un «Tu etern» que és el «misteri original»<sup>420</sup>. També el filòsof francès Merleau-Ponty (1908-1961) entendrà la corporeïtat de l'altre com a objecte d'una revelació. I Martin Heidegger reaccionava contra aquell humanisme que, segons ell, havia afavorit «l'oblit de l'ésser».

Malgrat les diferències que hi ha entre els uns i els altres, allò fonamental que cal subratllar és, per una banda, la confluència d'alguns filòsofs en copsar l'individu com un misteri i, d'altra banda, la propensió transcendental en anhelar l'alteritat malgrat la seva incommensurabilitat i, fins i tot (com dirà Lévinas) a fer passar la realització del 'jo' i el sentit de l'existència a través de l'altre i del nostre desig d'alteritat<sup>421</sup>.

Tota l'aventura humana no és res més que la recerca, sempre començada de nou, del rostre de l'altre a través de les mil màscares de l'altre i de nosaltres mateixos. (...) I la nostra «terra promesa» és el rostre de l'altre, el qual, *per a nosaltres*, tan sols pot existir com a promesa, com a «acompliment sempre incomplet», com a esperança, com a resposta que cal refer un dia i un altre dia<sup>422</sup>.

### 2.2.5.7 La mirada cosificadora

Ella ha sido siempre una imagen. Dominique ha velado para que lo fuera, fascinada en su infancia por las imágenes tan diferentes de su vida, resuelta toda ella (...) a saltar el cerco. (No sabes lo que es tener las suelas rotas y sentir a través de las medias que se ha pisado un gargajo. No sabes lo que significa ser mirada con desdén por las compañeras que tienen pelo limpio y se dan codazos. No, no saldrás con esa mancha en la falda, ve a cambiarte)<sup>423</sup>.

La mirada és, com Simmel ho havia pressentit, la figura hegemònica de la vida social urbana<sup>424</sup>. Els imperatius de l'arquitectura de la ciutat i les relacions humanes

<sup>420</sup> BUBER, M. (1922) *Jo i tu*. Barcelona: Claret, 1994. p. 106-107.

<sup>421</sup> «Ningún viaje, ningún cambio de clima y de ambiente podrían satisfacer el deseo que aspira hacia él. Lo otro metafísicamente deseado no es «otro» como el pan que como, o como el país que habito, com el paisaje que contemplo, como a veces, yo mismo a mí mismo, este «yo», este «otro». De estas realidades, puedo «nutrirme» y, en gran medida, satisfacerme, como si me hubiesen simplemente faltado. Por ello mismo, su alteridad se reabsorbe en mi identidad de pensante o de poseedor». LEVINAS, E. (1961) *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987. p. 57.

<sup>422</sup> DUCH, LI.; MÉLICH, J.C. *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 2003. p. 299.

<sup>423</sup> BEAUVOIR, S. *Las bellas imágenes*. Barcelona: Edhasa, 1991. p. 24.

<sup>424</sup> «Precisament la multiplicitat d'allò que pot manifestar el rostre el fa sovint enigmàtic; en general, allò que nosaltres veiem d'una persona és interpretat per allò que nosaltres sentim per l'oïda, mentre que el contrari s'esdevé molt poques vegades. Per això aquell qui veu sense sentir es troba en una situació molt més confusa, molt més desconcertada, molt més intranquil·la, que aquell qui sent sense veure. En això hi ha d'haver un factor important per a la sociologia de la gran ciutat. El tracte que existeix en ella, comparat amb el tracte que existeix en la ciutat petita, manifesta una preponderància enorme de l'acte de veure sobre l'acte de sentir l'altre, i en concret no solament perquè els encontres produïts en els carrers de la ciutat petita es refereixen a una quota relativament gran de coneguts amb els quals hom intercanvia una paraula o la visió dels quals ens reproduïx tota llur personalitat, no pas solament la personalitat visible, sinó sobretot a causa dels mitjans públics de comunicació». SIMMEL, G. *Sociologia. Investigacions sobre les formes de la socialització*. Barcelona: Edicions 62, 1988. vol. II. p. 288.

privilegien la visibilitat per sobre dels altres sentits. I la vista és, en la modernitat, el sentit protagonista de la relació de l'individu amb l'entorn i amb els altres<sup>425</sup>.

«Mai no mirem només una cosa; sempre mirem la relació entre les coses i nosaltres mateixos»<sup>426</sup>. D'aquesta manera, la mirada es converteix en la forma de relació de la ciutat transformant l'entorn en imatge i l'individu en mirada. El medi urbà és ple d'individus que estan de pas. No tenim temps per deturar-nos, per esbrinar qui tenim al davant, per aprofundir en cap rostre de la multitud grisa. Les relacions amb els altres són abundants però precàries; distants, en tercera persona i funcionals; allò més profund de la identitat de l'individu es troba sempre en la seva epidermis<sup>427</sup>.

En aquest context, la mirada vaga per la gentada a voltes amb indolència intermitent. La mirada de l'altre, resseguint J.P Sartre ens converteix en un «ésser-mirat»<sup>428</sup>. D'aquí que el filòsof francès parli de la reducció de l'altre en un objecte mitjançant la seva mirada; una mirada que cosifica, que esdevé un escull per a la llibertat de l'individu. Ja no sóc jo l'amo de la situació sinó que l'altre em modifica i em redueix a una cosa. En aquest sentit, la mirada de l'altre és coartadora; la representació és en mans de la col·lectivitat i esdevé un element de pressió sobre l'existència de l'individu que deriva en la cèlebre cita: «L'infern són els altres»<sup>429</sup>.

En aquest procés de cosificació de l'altre, tant la racionalització com la lògica del diner hi juguen un paper molt important. La raó i el càlcul, que ja havíem exposat amb G. Simmel<sup>430</sup>, impregnen les relacions humanes de la gran ciutat. Deia Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770-1831) que «qui miri el món d'una manera racional, el món el mirarà d'una manera racional»<sup>431</sup>. A la ciutat la racionalitat esdevé la protecció de la *vida subjectiva* davant de la violència simbòlica de la gran metròpoli<sup>432</sup>.

Així mateix, l'intercanvi i calculabilitat esdevenen els mitjans de la lògica tecnològica per pautar les interaccions entre subjectes i sobreviure psicològicament en l'entorn urbà<sup>433</sup>. La sobresaturació i la vida nerviosa també determinaran les relacions interpersonals urbanes.

<sup>425</sup> "(...) la experiencia sensorial del hombre de la ciudad se reduce esencialmente, a lo visual. La mirada, sentido de la distancia, de la representación, incluso de la vigilancia, es el vector esencial de la apropiación que el hombre realiza de su medio ambiente". **LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 105.

<sup>426</sup> **BERGER, J.** *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000. p. 14.

<sup>427</sup> **JOSEPH, I.** *El transeúnte y el espacio urbano*. Barcelona, Gedisa, 1988. p. 48.

<sup>428</sup> **SARTRE, J. P.** *El ser y la nada*. Buenos Aires: Losada, 1976. (4a. ed.).

<sup>429</sup> Frase cèlebre de l'obra de teatre de **SARTRE, J. P.** *Huis clos. Pièce en un acte*. París, Gallimard, 1945. traduïda al castellà: **SARTRE, J. P.** *A puerta cerrada*. Madrid: Alianza, 1989.

<sup>430</sup> **SIMMEL, G.** "Las grandes urbes y la vida del espíritu". A: **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 375-410.

<sup>431</sup> **FÖLDÉNYI, L.** *Dostoyevski lee a Hegel en Siberia y rompe a llorar*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2003. p. 13.

<sup>432</sup> **SIMMEL, G.** "Las grandes urbes y la vida del espíritu". A: **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 377.

<sup>433</sup> "(...) el dinero conlleva una objetivación corriente de la circulación, una exclusión de todo colorido y orientaciones personales, al tiempo que la cantidad de relaciones basadas en él aumenta de continuo y la importancia del hombre para el hombre cada vez se reduce más a intereses de tipo monetario. De este modo, como se ha dicho, surge una

D'aquesta manera, la racionalització de les relacions interpersonals i la reducció de l'altre a objecte topen amb la concepció de l'individu com a misteri, n'aprimen el seu valor i configuren unes relacions interpersonals calcades a les del consum i el mercadeig.

En aquest context d'insubstancialització de l'individu, l'antropòleg suec Ulf Hannerz introdueix el terme de *no-persona* per designar l'individu que ha estat cosificat gràcies a les característiques particulars de l'entorn urbà. Tot i això, malgrat la sobreabundància d'estímul, la lògica del diner, la racionalitat i la indiferència d'un entorn urbà hostil (Simmel) la trobada amb l'altre encara és possible tot i que és percebuda com un perill:

Los individuos desconocidos dentro del campo, con los que uno no se centra en una interacción, casi acaban transformándose en no-personas. Pero cuando el individuo interpreta algo fuera de lo ordinario en su medio, lo registra conscientemente. (...) sabemos que las no-personas que vemos o no vemos se pueden convertir repentinamente en personas, y como tales pueden interferir en nuestros asuntos y nuestra vida. Son una amenaza posible, y por tanto nuestra vigilancia del entorno, sea o no consciente, es un componente importante en nuestro manejo del peligro<sup>434</sup>.

El perill i el risc, com hem anunciat abans, rau en la potencialitat transformadora de l'encontre amb l'altre. Aquell individu impersonal (*no-persona*), anònim, cosificat per la nostra mirada frívola i indiferent pot esdevenir persona; és a dir, pot esdevenir un Tu en termes buberians<sup>435</sup> que no ens deixa impassibles i ens sotraga.

D'aquesta manera, la ciutat moderna esdevé un espai de conflicte entre el desig de reconeixement de l'individu -que lluita per ser reconegut com a tal dins la multitud- i el menyspreu, la indiferència i el tracte cosificador característic de la vida urbana sovint capitanejats per la mirada.

---

*limitación interna entre los seres humanos que, por otro lado, es la única que hace posible la forma contemporánea de vida; puesto que, sin aquel distanciamiento psicológico, resultaría sencillamente insoportable la promiscuidad y la mezcla variada de la circulación en las grandes ciudades". SIMMEL, G. Filosofía del dinero. Madrid: Instituto de estudios políticos, 1977. p. 602.*

<sup>434</sup> HANNERZ, U. *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993. p. 248.

<sup>435</sup> El Tu, en l'antropologia filosòfica de Martin Buber, va lligat sempre a un Jo; per això parla de la parella Jo-Tu remarcant la constitució relacional de l'individu amb l'alteritat; el encontre immediat amb l'altre sense conceptualitzacions i concep en la relació subjecte-subjecte, la relació per excel·lència (el *primum cogitum*) i el fet primari de tota antropologia i filosofia. BUBER, M. (1922) *Jo i tu*. Barcelona: Claret, 1994.

### 2.2.5.8 Reconeixement

Sí, digué la guineu. Per ara tu només ets per a mi un noi semblant a altres cent mil nois. I jo no tinc necessitat de tu. I tu tampoc tens necessitat de mi. Jo no sóc per a tu sinó una guineu semblant a cent mil d'altres. Però, si em domestiques, tindrem necessitat l'un de l'altre. Tu seràs per a mi únic al món. Jo seré per a tu única al món<sup>436</sup>.

Queda palès fins ara que la ciutat és un espai de relació entre individus. L'espai urbà és una realitat social que teòrics com ara Weber, Durkheim, Parsons o Mead – d'entre d'altres- entenen des del significat que els individus donen a les seves accions o conductes socials en relació amb els altres. En aquest sentit, el reconeixement de l'altre és una condició *sine qua non* de tota acció social.

M. Weber, per exemple, identifica les accions dels individus com a socials si compleixen tres requisits, el primer dels quals és reconèixer el comportament, la presència i l'existència dels altres<sup>437</sup>.

L'interaccionisme simbòlic de G.H. Mead i la teoria d'E. Goffman també es basen fonamentalment a partir d'una realitat social basada en el reconeixement; a partir de les accions i interaccions entre els individus que la conformen i on els altres esdevenen la font de coneixement de nosaltres mateixos.

Des d'una altra punt de vista, Robert. E. Park (des de l'Escola de Chicago) i continuant la teoria de W.J. Thomas indica el desig de reconeixement com un dels quatre desigs que l'individu espera satisfer en la ciutat<sup>438</sup>.

Des de la filosofia l'individu també es considera com un ésser relacional; no només un ésser «per-a-si» sinó un ésser «per-a-l'altre» -com dirà Sartre-; construït a través de l'altre. Des d'aquesta perspectiva, dirà el filòsof francès que: «En el 'cogito', hom no es descobreix a si mateix, sinó als altres. Per aquest 'jo penso', contràriament a la filosofia de Descartes, contràriament a la filosofia de Kant, ens aconseguim nosaltres mateixos de cara a l'altre, i l'altre és tan cert per a nosaltres, com nosaltres mateixos. Així l'home que s'abasta directament a través del 'cogito' descobreix també tots els altres i els descobreix com a condició de la pròpia existència. S'adona que no pot ser res (...) si els altres no el reconeixen com a tal»<sup>439</sup>.

<sup>436</sup> SAINT-EXUPÉRY, A. *El Petit Príncep*. Barcelona: Estela, 1967. p. 68.

<sup>437</sup> En segon lloc, les accions socials tenen significació; l'acció de l'individu ha de tenir valor de signe o símbol per als altres i viceversa. I en tercer lloc les accions socials estan influenciades per la percepció de les accions dels altres i d'un mateix. ROCHER, G. *Introducción a la sociología general*. Barcelona: Herder, 1979. p. 22-25.

<sup>438</sup> "En cualquier sociedad, pensaba Park, el individuo lucha por preservar su respeto de sí mismo y su punto de vista, pero sólo puede lograrlo ganándose el reconocimiento de otros. Esto es lo que convierte al individuo en una persona. Pero en la ciudad este orden moral de relaciones está sembrando dificultades especiales. El dinero, más que el civismo, se convierte en el medio de intercambio. La gente apenas se conoce entre sí". HANNERZ, U. *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993. p. 36.

<sup>439</sup> SARTRE, J.P. "L'existencialisme és un humanisme". A: *Fenomenologia i existencialisme*. Barcelona: Laia, 1982. p. 64.



D'altra banda, amb Goffman se'ns presentava un individu a voltes ocult i a voltes visible; és la metàfora de l'home invisible de H. G. Wells<sup>440</sup>; el qual, després d'aconseguir ser invisible s'embena la cara i es posa les ulleres de sol i els guants per esdevenir imatge del que és l'home públic actualment: un individu que reclama una invisibilitat relativa que consisteix en ser i no ser vist, ser tingut en compte sense deixar d'ocultar el veritable rostre<sup>441</sup>. L'itinerari de la representació que hem fet fins ara dibuixa aquest individu que es mostra i s'amaga, temorós de ser descobert però delerós d'alteritat.

Volem mirar i ser mirats però també ignorar i ser ignorats; sense deixar de ser subjectes, individus o persones en una ciutat feta d'indiferència i apatia. Reconèixer l'altre és fer-lo, precisament «altre», reconèixer l'alteritat, un subjecte diferent de nosaltres o, en paraules de Sartre, acceptar l'existència d'un «jo que no sóc jo». Però la mirada de l'altre enmig d'una vida nerviosa saturada d'estímuls, de mercaderies i símbols amb la preponderància de la racionalitat i la lògica de la moneda converteixen l'altre en un objecte més del paisatge urbà: en un resultat més de la *reificació*.

La 'reificació' és un concepte que Axel Honneth manlleva de l'ús que n'havia fet G. Lukács (1885-191) a *Historia y conciencia de clase* (1925)<sup>442</sup>. Vinculat al concepte d'alienació, la reificació és el procés de cosificació de l'individu en el sí d'un sistema productiu de mercaderies com ho és la ciutat.

Per a Honneth el fonament de la societat no s'ha de buscar en l'individu sinó en la relació entre dos individus (en l'estructura *intersubjectiva*) i, per tant, en el seu reconeixement, el qual sempre està marcat pel conflicte perquè la manca de reconeixement repercuteix en la manera de veure's un mateix, en la seva identitat i en la seva autonomia. En aquesta direcció, la consciència de l'individu (com també passa en l'interaccionisme) s'assoleix des de la intersubjectivitat.

Les formes de reconeixement<sup>443</sup> seran, per a aquest filòsof i sociòleg alemany, el pal de paller de les transformacions socials i de les lluites i conflictes. Les dreceres per ser reconegut a la ciutat, sobretot en la valoració social i l'autoestima, passen per l'embut de la visibilitat. Visibilitat i representació, construcció d'imatges, d'identitats i de significacions; la ciutat és un gran aparador d'individus presentats com a mercaderies; com objectes de consum que ressegueixen les pautes del producte: un bon disseny,

<sup>440</sup> Fem referència a la novel·la de ciència ficció titulada 'The invisible Man' (1897).

<sup>441</sup> DELGADO, M. *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999 (2ª ed.). p. 17.

<sup>442</sup> HONNETH, A. *Reificación. Un estudio de la teoría del reconocimiento*. Buenos Aires: Katz, 2007.

<sup>443</sup> Axel Honneth exposa tres formes de reconeixement: a) l'amor i les relacions primàries vinculades a l'afectivitat, b) el dret i la responsabilitat moral de les persones, deslligat del sentiment i vinculat a la raó –drets a la llibertat, vida, propietat, polítics, socials i de benestar- i c) la valoració social i l'autoestima per a l'autorealització de l'individu. HONNETH, A. *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Grijalbo, 1997.

atractiu i seductor com a imperatius categòrics, a més de la utilitat i els valors adjacents al seu consum immediat.

El desig de reconeixement, en aquest sentit, no està tan lligat al dret social que en part sembla adquirit en la democràcia de les societats occidentals sinó en sentir-se algú en un context ple de 'ningús'; en sentir-se part d'un grup no per convicció ni participació activa sinó per fer front a la solitud. I l'individu per tal de ser reconegut en la ciutat adopta l'estratègia del marketing i la publicitat, convertint l'individu en una imatge i un producte. L'individu-massa que apareix justament amb l'aparició dels primers grans magatzems<sup>444</sup> esdevé un producte més del gran centre comercial que ha esdevingut la ciutat i busca la seva visibilitat i relleu enmig de la multitud d'anuncis i productes.

### 2.2.5.9 El nou Narcís

És tan sols un reflex de la teva imatge, aquesta ombra;  
res de propi no té: ha arribat amb tu i amb tu es queda;  
se n'aniria amb tu si tu poguessis anar-te'n<sup>445</sup>.

La ciutat és un gran aparador d'objectes i mercaderies. Alguns carrers esdevenen passarel·les on es llueixen vestits i ornaments, en algunes platges es exhibeixen cossos treballats, modèlics, esculpits per la voluntat o el bisturí. La ciutat esdevé la màxima expressió de la *cultura objectiva*, del poder del símbol i del joc de convencions. La mirada i la imatge penetra per tot: l'ull habita el món.

Volem mirar però, sobretot, ser mirats. «Tu no surts de casa per veure sinó perquè et vegin» diu Sòcrates a la seva esposa Jantipa<sup>446</sup>. La seducció esdevé el principi d'organització col·lectiva de la vida moderna<sup>447</sup>. L'arquitecte, com hem vist, ja no vol educar, reformar o moralitzar sinó agradar. Els productes també han de seduir amb el seu disseny i l'individu –convertit en un objecte més– s'incorpora en aquesta dinàmica visual de seducció i en la construcció de la seva imatge com a representació<sup>448</sup>.

<sup>444</sup> **BENJAMIN, W.** *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2009. p. 77.

<sup>445</sup> **OVIDI.** *Les metamorfosis. Llibre III*. Barcelona: Quaderns Crema, 1996. p. 84.

<sup>446</sup> Citat a **KÖNIG, R.** *La moda en el proceso de la civilización*. València: Engloba, 2002. p. 32.

<sup>447</sup> "Lejos de circunscribirse a las relaciones interpersonales, la seducción se ha convertido en el proceso general que tiende a regular el consumo, las organizaciones, la información, la educación, las costumbres. La vida de las sociedades contemporáneas está dirigida desde ahora por una nueva estrategia que desbanca la primacía de las relaciones de producción en beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción". **LIPOVETSKY, G.** *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. (7a ed). p. 17.

<sup>448</sup> El fet d'agradar a l'altre té dues vessants. Per un cantó l'altruisme de ser 'agradable' a l'altre, però també està la voluntat de poder per distingir-se, per ser reconegut: "(...) precisament mitjançant aquest acte d'agradar hom vol distingir-se dels altres, fins al punt de ser envejat. L'acte d'agradar es converteix aquí en un mitjà de la voluntat de poder; pel que fa això, en algunes ànimes es manifesta la contradicció sorprenent que elles necessiten precisament aquelles persones sobre les quals elles s'enlairan amb llur ésser i llur actuació per bastir llur sentiment de pròpia estimació sobre la consciència d'aquestes persones referent al fet que estan subordinades". **SIMMEL, G.** *Sociología. Investigacions sobre les formes de la socialització*. Barcelona: Edicions 62, 1988. (vol. 2). p. 32.

En una ciutat construïda per flaixos visuals només hi ha temps per captar el *look* dels individus. Allò constitutiu de les relacions en la ciutat, com ja havíem apuntat, són les primeres impressions visuals. L'aparença és el més important en una *mise-en-scène* plena de maniquins i de contactes fortuïts. D'aquesta forma, la moda i el culte al cos prenen una volada significativa. Es tracta de vendre'ns amb el millor envoltori possible.

En aquest sentit, l'individu basa la seva representació, fonamentalment, en la seva imatge, la qual esdevé la única tarja de presentació amb els altres. En aquest sentit, la moda serà –com veurem més endavant– una forma de relació social; un llenguatge. La moda, a més de proporcionar com diu Georg Simmel<sup>449</sup> una pertinença social i un reconeixement, serveix per omplir buits d'identitat i per vehicular la *personalitat*.

D'aquesta manera, la forma de relació entre individus parteix d'una preocupació constant per la construcció de l'autoimatge. Una idea que ens remet directament a la figura del Narcís. En aquest sentit, Gilles Lipovetsky situarà l'individu modern i -sobretot- contemporani com a un nou narcís nascut en el marc de la lògica individualista, de la caiguda dels antics valors i el sorgiment dels valors hedonistes, del culte al cos i a l'alliberament, el psicologisme, l'expressió lliure, al viure 'aquí i ara' en plena era del consum<sup>450</sup>.

El nou narcís continua enamorat de la seva imatge entesa com la seva subjectivitat i la seva individualitat. Centrat en el seu cos, la seva felicitat i l'èxit es mira constantment i es pregunta a tota hora com està; viu de cara a la galeria; necessita dels altres i del seu reconeixement i busca deliberadament la seva mirada.

El nou narcisisme, diran els sociòlegs nord-americans Jean M. Twenge i W. Keith Campbell<sup>451</sup>, es presenta com una virtut disfressada d'autoestima, de preocupació excessiva per la gestió de la seva imatge.

<sup>449</sup> SIMMEL, G. *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona: Península, 1988. p. 28.

<sup>450</sup> Lipovetsky descriu la situació social contemporània com una forma de disseminació social allunyada dels conflictes de classe i de les confrontacions polítiques que havien caracteritzat la modernitat. Ara el que predominen són els interessos individuals i dels petits grups en detriment d'allò públic i a favor de l'esfera privada tal i com ja hem anunciat anteriorment abordant la figura del *flâneur*.

Això no significarà l'aïllament de l'individu. Segons Lipovetsky, el narcisisme contemporani és inseparable de l'entusiasme per relacionar-nos amb d'altres individus, per inscriure'ns en petits grups i xarxes d'assistència i ajuda, d'afinitats existencials: "La última figura del individualismo no reside en una independencia soberana asocial sino en ramificaciones y conexiones en colectivos con intereses miniaturizados, hiperespecializados: agrupaciones de viudos, de padres, de hijos homosexuales, de alcohólicos, de tartamudos, de madres lesbianas, polínicos. Debemos volver a Narciso al orden de los circuitos y redes integradas: solidaridad de microgrupo, participación y animación benévolas, «redes situacionales», todo eso no se contradice con la hipótesis del narcisismo sino que confirma su tendencia". LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. (7a ed). p.13.

<sup>451</sup> TWENGE, J.M.; CAMPBELL, W.K. *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press, 2009.

El narcisisme que descrivim aquí no prescindeix de l'altre sinó que busca l'altre per a la seva satisfacció personal; per a la seva realització. L'altre esdevé, així, un element més de la cura d'un mateix, d'equilibri emocional o d'èxit.

La reducció de l'individu a un objecte ens condueix a recuperar la concepció dualista del cos platònica. El cos esdevé un instrument de seducció, una *ideologia*<sup>452</sup>, una màscara que no correspon sempre a la nostra interioritat. El *culte al cos* significa la victòria de la mirada de l'altre per sobre de la nostra, la submissió de la identitat al cànon i, en definitiva, l'estetització i la dissolució de l'individu com a misteri.

El subjecte simbolitza a través del seu cos la tonalitat de les relacions amb el món<sup>453</sup>. D'aquesta manera, la imatge del cos i els valors que se'n desprenen són la cartografia del context cultural del nostre temps; un discurs sobre el món. En aquest sentit, la publicitat vehicula el text de representació: salut, joventut, seducció, suavitat, higiene esdevenen el retrat de la relació del subjecte amb el seu cos, amb els altres i amb el món<sup>454</sup>.

D'aquesta manera, el nou imaginari del cos (la seva cristallització) va molt lligada a l'individualisme. Recordem que l'imaginari és, en darrer terme, un sistema de significacions. Per això, David Le Breton assenyala que, a les societats occidentals, el cos és el signe de l'individu, de la seva diferència i distinció. En aquesta direcció, en societats tradicionals holístiques el cos formava part del tot contràriament a les societats individualistes on el cos tenia un efecte aïllant i atomitzador. L'individualisme converteix el cos en el recipient del subjecte<sup>455</sup>; és a dir, el cos en una eina<sup>456</sup>.

La nova concepció del cos també deriva, per exemple, en la idea d'un cos eternament jove que nega l'adveniment inexorable de la mort i l'envelliment i desafiem

<sup>452</sup> «El narcisismo moderno es una ideología del cuerpo, la búsqueda deliberada de una culminación del experimento y de la seducción que obedece a una actitud al mismo tiempo poco formal y voluntaria, a un dualismo que erige al cuerpo como valor». **LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p.165.

<sup>453</sup> Perquè l'ésser humà empra el símbol per parlar del món. Una idea que entronca amb la visió antropològica d'Ernst Cassirer i el seu *animal symbolicum*. Després de fer una revisió que caracteritza l'home de diferents èpoques, Cassirer proposa que el que cal buscar és allò que ha estat comú a l'ésser humà en la seva història a fi de definir-lo. Per a l'autor, allò que dóna unitat a l'home és la seva creació en els camps de el llenguatge, l'art, la ciència i la religió, la cultura i la història. En totes elles s'hi aprecia la contribució de l'home al món per a crear el seu propi cosmos: el símbol és aquesta contribució; és a partir de l'univers simbòlic que l'home desenvolupa totes les seves formes de vida i expressió. I és el símbol el que separa l'home de l'animal que es limita a una actitud sensualista, on no hi ha intermediari entre estimul i resposta; l'home ha creat una mediació entre ambdós que és el que articula la seva existència. **CASSIRER, E.** *Antropología filosófica*. México: F.C.E., 1974. p.47-49.

<sup>454</sup> **LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 133.

<sup>455</sup> «En las sociedades tradicionales, de composición holística, comunitaria, en las que el individuo es indiscernible, el cuerpo no es objeto de una escisión y el hombre se confunde con el cosmos, la naturaleza, la comunidad. En estas sociedades las representaciones del cuerpo son, efectivamente, representaciones del hombre, de la persona. La imagen del cuerpo es una imagen de sí mismos, nutrida por las materias primas que componen la naturaleza, el cosmos, en una suerte de indiferenciación. (...) El cuerpo como elemento aislable del hombre (al que le presta el rostro) sólo puede pensarse en las estructuras sociales de tipo individualista en las que los hombres están separados unos de otros, son relativamente autónomos en sus iniciativas y en sus valores. El cuerpo funciona como un límite fronterizo que delimita, ante los otros, la presencia del sujeto. Es factor de individuación». **LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 22.

<sup>456</sup> «(...) per primera vegada en la història, l'home se sent propietari d'un cos compost d'un nombre determinat de membres («eines») clarament diferenciats i especialitzats. El fet que l'home arribi al convenciment que té un cos, que, fins i tot, inventi un cos —el seu cos—, imposa una clara distinció entre el «cos» i la «persona» humana». **DUCH, LI.; MÉLICH, J.C.** *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana*. Barcelona: Abadia de Montserrat. p. 153.

la corruptibilitat del cos amb maquillatges, cremes i operacions. La mort forma part de l'oblit ostensible de l'individu contemporani; la mort, el dolor i el sofriment s'amaguen de l'esfera pública de la mateixa manera com s'amaguen les arrugues de la cara amb la il·lusió final que el poder tecnològic demori tot allò desagradable i inevitable.

D'altra banda, un altre concepció del cos que correspon amb el pensament del nostre temps és el *cos esborrat*. Com diu Le Breton els ritus socials fan un «esborrament ritualitzat»<sup>457</sup> del cos; sobretot des del segle XVIII tal i com exposa Richard Sennett amb la moda francesa parisenca d'aquell segle<sup>458</sup>. En una ciutat d'anònims, de multituds i masses grises, l'individu s'esforça per tornar-se transparent i alhora per tornar transparents els altres; sobretot al carrer, als transports públics o als espais compartits com ara els ascensors.

Per una banda, fem transparents els altres amb la mirada però també ho fem amb els altres sentits. Pel que fa al tacte, busquem el distanciament amb l'altre en un entorn tan extremadament dens de població com és la ciutat. A les ciutats occidentals evitem tocar i ser tocats, eliminem les olors corporals...<sup>459</sup> perquè tacte i olfacte són sentits que necessiten proximitat. Mentre que la visibilitat i l'oïda són públics (capaços en a distància) el tacte i la olor són íntims. És per això que l'individu de la ciutat occidental esborra tot allò que elimina les distàncies: la olor l'amaga amb perfum i el contacte físic amb normes i disculpes.

A més a més, la moda estandaritza els rostres, les indumentàries i els gests; torna genèric l'individu el qual es resistia a esdevenir un objecte ordinari. Com en el cas de la «ciutat genèrica» (ciutat que veurem més endavant), l'individu perd la seva personalitat, s'aprima i es fa transparent; quan més es subjuga al simbolisme social més aviat s'assembla a una rosa sense olor, a un maniquí de plàstic. Els individus supeditats a les representacions col·lectives modelen el seu cos i el seu rostre empaitant una imatge fugaç i estàndard.

El nou Narcís, en aquest sentit, s'ha convertit en la imatge de l'aigua de la font; en el seu reflex canviant. Cerca un Narcís a qui assemblar-se. S'estima a ell mateix però es somia amb una imatge diferent; potser més alt, potser més prim o potser més jove. Uns atributs arbitraris que neixen de la mirada de l'altre i del seu reconeixement. Com exemplifica Le Breton quan afirma que «quan l'altre no ens desitja ens sentim vells»<sup>460</sup>.

<sup>457</sup> LE BRETON, D. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995.

<sup>458</sup> SENNETT, R. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978. p. 86-95.

<sup>459</sup> Dirà Le Breton: "El olor está socialmente proscripto; a nivel individual está integrado a la existencia, quizá con discreción, pero su influencia forma parte del placer cotidiano" LE BRETON, D. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 116 També en aquesta direcció en parla Simmel: SIMMEL, G. *Sociología. Investigaciones sobre las formas de la socialización*. Barcelona: Edicions 62, 1988. vol. II. p. 294-296.

<sup>460</sup> LE BRETON, D. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 133.

### 2.2.5.10 L'individu subjectivista

El mundo es mi representación»: ésta es una verdad aplicable a todo ser que vive y conoce, aunque sólo el hombre puede llegar a su conocimiento abstracto y reflexivo; cuando a él llega, ha adquirido al mismo tiempo el criterio filosófico<sup>461</sup>.

En el capítol anterior que exposava la teoria social de l'individu a través del *flâneur* dèiem que l'objecte de l'art occidental havia estat fins al s.XIX la representació continua d'espai i de temps; un intent d'aprehensió de la naturalesa però que l'objecte artístic de la Modernitat no era la Natura sinó la ciutat.

L'art d'avantguarda precursor de l'art contemporani n'és un exemple; enrere quedaven les pretensions de realitat, de figuració i d'imitació de l'art antic. La fotografia i el cinema podien reproduir millor la realitat i alhora podien crear nous mons de ficció.

És oportú citar breument Nelson Goodman i la seva noció de *construcció de mons* per la seva relació amb la creació dels mons virtuals i la *ciutat hiperrealitzada*. De les teories d'aquest filòsof se'n desprèn una epistemologia relativista i escèptica del coneixement de la realitat que concorda amb el discurs subjacent a la creació dels mons infovirtuals i del conseqüent qüestionament de la realitat.

Des de la preocupació per la estètica i la filosofia de l'art, Nelson Goodman parteix del llenguatge per desembocar en una tendència que a ell li era afí, la idea de l'art com a poesia i en aquest sentit com una forma privilegiada de llenguatge, el llenguatge primordial, que anomena les coses primàriament, que dóna sentit, i que en definitiva, obre món, o en el cas de Goodman, mons.

En aquesta direcció, doncs, segueix l'estela oberta per Heidegger però amb dues diferències importants respecte la seva filosofia: d'una banda desapareix l'embolcall místic (que per a Heidegger no és embolcall sinó constituent i en part no és místic, sinó profund); i d'altra banda cal veure en els escrits de Goodman el pes de Cassirer amb la idea del símbol com a característica de l'art, i el pes de Quine amb les aportacions de la pluralitat de mons, de la relativitat ontològica, i de l'irrealisme.

<sup>461</sup> Schopenhauer també dirà que "el món és representació": "«El mundo es mi representación»: ésta es una verdad aplicable a todo ser que vive y conoce, aunque sólo el hombre puede llegar a su conocimiento abstracto y reflexivo; cuando a él llega, ha adquirido al mismo tiempo el criterio filosófico. Estará entonces claramente demostrado para él que no conoce un sol ni una tierra, sino únicamente un ojo que ve al sol y una mano que siente el contacto de la tierra; que el mundo que le rodea no existe más que como representación, es decir, única y enteramente en relación a otro ser: el ser que percibe, que es él mismo. Si hay alguna verdad que pueda enunciarse a priori es ésta, pues es la expresión de aquella forma de toda experiencia posible y concebible, más general que todas las demás, tales como las del tiempo, el espacio y la causalidad, puesto que éstas la presuponen. Si cada una de estas formas, que hemos reconocido que son otros tantos modos diversos del principio de razón, es aplicable a una clase diferente de representaciones, no pasa lo mismo con la división en sujeto y objeto, que es la forma común a todas aquellas clases, la forma única bajo la cual es posible y concebible una representación de cualquier especie que sea, abstracta o intuitiva, pura o empírica. No hay verdad alguna que sea más cierta, más independiente de cualquiera otra y que necesite menos pruebas que ésta; todo lo que existe para el conocimiento, es decir, el mundo entero, no es objeto más que en relación al sujeto, no es más que percepción de quien percibe; en una palabra: representación". SCHOPENHAUER, A. *El mundo como voluntad y representación*. Barcelona: Orbis, 1985. (vol 1) p. 17.

Tanmateix, el que pretenem fer aquí no és tant parlar de les diferències entre Goodman i Heidegger com centrar-nos en la noció fonamental de *construcció de mons*. Primerament ens haurem de preguntar, doncs, per què construcció de mons, i no de món, així que se'ns fa necessari descabdellar què és món (mons) per a l'autor; per després explicar com es construeixen i acabar apuntant que aquestes construccions es poden definir com a símbols.

Goodman parteix de la concepció del relativisme ontològic de Quine<sup>462</sup>. No hi ha un món, fonament comú noumènic de la realitat, a partir del qual podem fer constructes simbòlics i amb una veritat inherent.

Els discursos sobre el món tal com s'havien articulats fins al segle XX passen a ser discursos de món, plurals, constitutius ells mateixos de sentit. Desapareix la concepció del món objectiu (de realitat) subjacent a les nostres representacions.

Nuestro universo consiste, en mayor grado, en esas formas de descripción.

(...) nuestros mundos son precisamente todas las descripciones (...) las versiones en las que nos aparece<sup>463</sup>.

El món passa, per tant, a ser multiplicitat de mons i els discursos sobre el món, discursos constitutius d'aquests mons. Cada discurs, recordem, és una construcció de sentit i, per tant, continua vinculat a aquest univers de significats on l'individu o la comunitat d'individus és qui significa o construeix el món de significats. És el que podríem relacionar amb les teories antropològiques que entenen la cultura com a sistema de significats (Geertz, Berger i Luckman o Douglas).

Aquest doble pas que constitueix un gir relativista i irrealista es tradueix amb tres característiques concretes: la impossibilitat de trobar una referència comuna de mons, la manca de fonament possible dels mons, i la irreductibilitat dels mons a un sol món. Totes tres característiques sorgeixen de l'expressió discursos de món i es troben prou clares en els mateixos textos de Goodman<sup>464</sup>.

Fet aquest apunt sobre la concepció de mons en Goodman, veiem ara com l'autor es preocupa d'una manera analítica, i, pretesament explícita, no exhaustiva, de la construcció d'aquests mons:

<sup>462</sup> **QUINE, W. V.** *La relatividad ontológica y otros ensayos*. Madrid : Tecnos, 1974. i **QUINE, W. V.** "Dos dogmas del empirismo" A: *Desde un punto de vista lógico*. Barcelona: Ariel, 1962. p. 76-78.

<sup>463</sup> **GOODMAN, N.** *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990. p. 19 i 21.

<sup>464</sup> Pel que fa a la impossibilitat de trobar una referència, dirà l'autor: "No nos es posible comprobar una versión comparándola con un mundo no descrito, no representado, no percibido" (p. 21) Pel que fa a la segona característica, la manca de fonament d'un món podem llegir que l'autor critica "la exigencia intuitiva de que debe haber algo inalterable que subyazca como fundamento" (p. 23). Finalment, pel que fa a la irreductibilitat de mons, podem llegir "es rara, y casi siempre parcial una reducción que pueda decirse tal en un sentido razonablemente estricto, o pocas veces, si es que tal acontece, es una reducción única y singular" (p. 22) **GOODMAN, N.** *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990.

(...) el interés que recorre estas páginas se centra más bien, en el proceso por el cual construimos un mundo a partir de otros<sup>465</sup>.

Amb tot el pes de Quine sobre les espatlles, pel que fa a les idees relativistes i irrealistes, Goodman assumeix també les paraules de Cassirer pel que fa a l'art. L'art com a forma de construcció de mons opera de les cinc maneres o vies<sup>466</sup>, és el discurs del món, i en la seva pluralitat de gèneres i estils, és també 'discursos de mons'. Aquest discurs és, però, simbòlic; l'autor acaba amb una altra de les antigues disjuntives de l'art formalista-simbolista. Parteix de la idea de l'art formalista, art per l'art, amb contingut autònom, ja que per definir l'art no podem fer-ho a partir d'allò que l'art no és. Malgrat això, l'art formalista exemplifica d'alguna manera, expressa o representa. Generalment compleix les tres funcions alhora, però n'hi ha prou amb una d'elles per poder parlar d'art:

(...) quienquiera que busque un arte sin símbolos, no lo hallará (...) ¿Arte sin ninguna de estas tres cosas? No<sup>467</sup>.

L'art és, per a aquest autor, sempre simbòlic, fins i tot en aquell art que es defineix per oposició al simbolisme. Així és com Goodman s'apropia de nocions com l'obertura de mons i la construcció d'aquests, el descobriment de nous sentits, conceptes ja utilitzats per Heidegger, i passa a tractar-los ara des d'una perspectiva analítica, amb un component fort de relativisme, i alhora recupera la dimensió simbòlica de l'art assenyalada per Cassirer; l'art és llenguatge, és construcció, i és obertura; i ho és en forma simbòlica.

D'aquesta manera, i des d'una perspectiva general, les tesis de Goodman s'emmarcarien dins del discurs de la «pluralitat de mons», les quals porten implícita la tensió entre el món extern constituït per les imatges del món col·lectives de l'esfera pública amb les imatges individuals procedents del món del desig.

<sup>465</sup> GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990. p. 24.

<sup>466</sup> GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990 p. 24. El filòsof apunta cinc vies com a possibilitat de construcció, i tanmateix reconeix que aquestes són només algunes de les possibles, que cal pensar que n'hi ha més; les cinc de què parla són: composició i descomposició, ponderació, ordenació, supressió i complementació, i deformació. Ens hi referim cenyint-nos al text. Pel que fa a la descomposició ens diu l'autor que la manera d'agrupar categories o discernir-les constitueix mons "*un mundo puede ser inmanejable por heterogéneo o insoportablemente monótono según sea la distribución de los sucesos en clases*". (p.27) També la ponderació és constitutiva de món, la diferència clàssica entre denotació i connotació perd la seva univocitat; la connotació és denotativa "*algunas diferencias que hay entre los diversos mundos no se refieren tanto a las entidades que incluye cada uno cuanto a los diversos énfasis o acentos que cada uno de ellos pone*" (p.29) Pel que fa a l'ordenació trobem que "*formas de ordenación diferentes (...) inundan nuestra percepción y nuestro saber práctico*". (p. 32) Així mateix les diferents supressions o complementacions són constitutives de sistema, i per tant de món. En darrer terme la deformació constitueix expressió, i obre nous sentits: "*variaciones mágicas (...) llegan a ser auténticas revelaciones*". (p.36).

<sup>467</sup> GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990. p. 97.



La tensió entre el «món col·lectiu i públic» i «món del somni individual» transcorren en paral·lel a les teories de Simmel i de l'Escola ecològica de Chicago. La tensió que hem estudiat entre l'individu i el seu entorn o entre la «cultura objectiva» i la «cultura subjectiva» concorden amb la tensió entre el «món col·lectiu» i el «món del somni individual».

D'altra banda, cal assenyalar, com fa Lluís Duch<sup>468</sup>, els mitjans de comunicació de masses com a factors que han col·laborat en la proliferació d'imatges del món però també, i més remarcables són les TIC per les possibilitats de parcel·lar i *targetitzar* les visions i els discursos del món.

Amb la mort del món objectiu i la proliferació de mons l'individu es troba en un escenari on no hi han veritats absolutes ni universalment vàlides sinó veritats relatives i dependents de cada individu. La veritat es torna subjectiva i la ciutat un producte dissenyat, com hem vist en l'apartat dedicat a l'arquitectura contemporània i com veurem més endavant, per a ser viscuda des de l'experiència subjectiva i des del somni i desig individual.

---

<sup>468</sup> DUCH, LI. *Religió i món modern*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 1984. p. 44.

## 2.3 Teories de la *ciutat realitzada contemporània*

En els següents capítols d'aquest segon bloc, farem referència a les teories de la ciutat configurada per la mentalitat contemporània: la hipermodernitat<sup>469</sup>. Una etapa que concebem com a contínua de l'anterior; és a dir, hereva de la ciutat moderna i il·lustrada però amb alguns trets diferents que la distingeixen de l'etapa anterior.

És al voltant dels anys vuitanta quan proliferen les teories que assenyalen una nova forma de ciutat<sup>470</sup> i per això entendrem com a *ciutat realitzada contemporània* la ciutat occidental que es desenvolupa des de llavors fins ara. Les noves teories intenten copsar una realitat molt complexa, galopant en temps present, plena de dicotomies i paradoxes en la forma de global-local, centre-perifèria, realitat-ficció, privat-públic, totalitat-fragmentació, desconexió-interconnexió, sota el marc àmpliament acceptat d'una ciutat contemporània sumida en un procés de transformació incessant que encara no sabem on ens durà.

El canvi no és només estructural sinó també cultural i les teories es veuen forçades a cercar nous conceptes revestits amb noves paraules per definir una realitat nova. Neologismes que intenten expressar nous conceptes per a noves realitats sense paraula. Tot canvia molt i molt de pressa. Habermas dirà que el nostre concepte de ciutat es troba estretament vinculat al nostre estil de vida i que el nostre estil de vida ha evolucionat a tanta velocitat que el concepte de ciutat que hem heretat no es pot desenvolupar en simbiosis amb ell<sup>471</sup>.

La ciutat contemporània, en aquest sentit, és escenari, producte i agent de la mentalitat del nostre temps; un temps accelerat i precipitat, *desencantat*, efímer, de nihilisme temperat, de seducció i estetització, consumista i fragmentat, sense certeses.

<sup>469</sup> Hi ha diversos etiquetatges per designar el moment present: ultramodernitat, sobremodernitat, societat líquida, postmodernitat... Aquest últim terme tan utilitzat des de finals dels setanta ens evoca a la confusió. No hem superat la modernitat i alienem la nostra reflexió amb la d'aquells autors que consideren que el mot 'postmodernitat' situa equivocadament en la història els paradigmes que pretén substituir; si entenem per 'post' una ruptura amb el passat per donar pas a una cosa nova que vindrà després. Considerem que no hem superat la modernitat sinó que estem en la part més accentuada d'ella; és a dir, en una segona modernitat més intensa que la primera: en la hipermodernitat (terme emprat per Gilles Lipovetsky). Malgrat tot, qualsevol etiquetatge formulat mentre estiguem immersos en aquesta època, sense perspectiva històrica, ha de ser prudent. **LIPOVETSKY, G.** *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama, 2006. i també **LIPOVETSKY, G.** *Els temps hipermoderns*. Conferència celebrada al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona el 26 de febrer de 2007. Barcelona: CCCB, 2007.

<sup>470</sup> Webber, Choay, Secchi o Hall són autors que proposen un discurs d'enfoc global de la urbanització (culturalistes). Harvey, Sassen, Indovina i Koolhaas porten al terreny de la observació les noves qualitats essencials del nou fenomen (fenomènics). Corboz, Sennett, Gandelonas, Pavia, Spivak, Ignasi de Solà-Morales centren la seva atenció en el factor humà com a motiu i il·lustració de diferències en l'allò urbà de món contemporani en tant que filtra i dimensiona l'enteniment de l'objecte (Neohumanistes). I en el camp dels morfòlogues Fishman, Marcuse i Soja (a EUA) i Dematteis, Portas i M. de Solà Morales (a Europa) elaboren teories a partir del suport estructural, social, cultural o econòmic de les ciutats. Llegiu **MARTÍN RAMOS, Á.** "Una cuestión sustantiva" A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004.

<sup>471</sup> **ANSAY, P.; SCHOONBRODT.** *Penser la ville: choix de textes philosophiques*. Bruseles: AAM, 1989. p. 359. Citat a **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 35.

En ell s'hi resguarda l'individu contemporani; un individu immanent, preocupat per ell mateix i per la seva realització personal; narcisista i individualista, cobejós de privacitat, perdut en la identitat; pragmàtic i relativista i que viu en present.

Ens trobem, d'aquesta manera, amb un context nou legatari de la Modernitat però que es distancia respecte als seus ideals bàsics de progrés, avantguarda, crítica i superació. La nova etapa, encara sense forma ni nom, suposa una nova mentalitat que es manifesta en la ciutat. La ciutat contemporània és molt més hipermoderna que la seva arquitectura<sup>472</sup>, diu G. Amendola, i possiblement el seu habitant és molt més hipermodern que la seva representació.

Accentuem quatre àpexs del perfil de la nova ciutat contemporània que formen part del seu tarannà. En primer lloc la idea de «ciutat global», interconnectada i fragmentada, articulada per les TIC en una relació de dependència i competitivitat. La ciutat contemporània és la ciutat dels *mèdia* i d'Internet, de les telecomunicacions, però també dels vols intercontinentals i espacials, del metro, del tren d'alta velocitat i l'automòbil.

En segon lloc, la ciutat consumista; sèu de l'*homo consumens* (A. Cortina), *Ego consumens* (J. Baudrillard), *Homo consumericus* (G. Lipovetsky) o l'*homo consumptor*, el qual filtra la seva experiència de la vida en la ciutat a través del consum. Una pràctica que té l'embrió als anys vint del segle passat amb el naixement de la producció en massa i que ha esdevingut «l'essència humana del segle XXI»<sup>473</sup>.

En tercer lloc, la ciutat contemporània viu de les transaccions i dels intercanvis simbòlics més que no pas de la producció de béns<sup>474</sup>. Unes transaccions a to amb un context econòmic nou, de producció deslocalitzada i centrada en el consum i en els serveis, el qual comporta la reestructuració del món del treball, de la fesomia de la ciutat i el territori gràcies a les noves tecnologies.

Per últim, la ciutat contemporània es troba immersa en un procés d'esvaïment. Aquell enllaç entre *urbs* i *civitas* es trenca; la ciutat la tenim a domicili gràcies a les TIC. La ciutat es fragmenta; ja no parlem de ciutats *fundades* sinó d'una ciutat que és la suma de les seves parts. El temps contemporani és un temps d'esvaïment, de dissolucions, d'instabilitat, de flexibilitat i fluïdesa: és un temps líquid<sup>475</sup> que transforma la ciutat i els seus habitants.

<sup>472</sup> **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 68.

<sup>473</sup> **CORTINA, A.** *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus, 2002. p. 22 i ss.

<sup>474</sup> "La gran ciudad es todavía ciudad mercado pero en ella en lugar de bienes y mercancías se intercambian cada vez más informaciones y símbolos. El intercambio físico se convierte en electrónico, las nuevas transacciones urbanas están basadas sobre bits ligeros más que sobre átomos pesados". **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 34.

<sup>475</sup> **BAUMAN, Z.** *Modernidad líquida*. Mèxic: Fondo de Cultura Económico, 2002. p. 7-20.

### 2.3.1 La teoria de Manuel Castells i de la «ciutat global»

Anys després, de les teories ecològiques de l'Escola de Chicago, Manuel Castells fa una crítica a les teories de l'ecòleg nord-americà Louis Wirth argumentant-seu caràcter simplista de les seves propostes<sup>476</sup>. És en l'assenyalat any '68 que Manuel Castells encapçala una nova reflexió crítica al voltant de la *sociologia urbana* i lidera una corrent de pensament a França sobre els estudis de la ciutat des d'una perspectiva marxista<sup>477</sup>.

Resseguint el debat iniciat per Foucault i Lefebvre, Castells articula el seu discurs en dues etapes diferenciades; una primera etapa durant els anys setanta en la qual fa una crítica a la noció de «cultura urbana» i a determinats enfocaments de la sociologia que estudia el fenomen urbà com a subdisciplina. I una segona etapa molt fecunda encetada als anys vuitanta de la qual en remarcuem dos anàlisis de rellevància: la ciutat com a lloc de consum i, sobretot, la relació de les noves tecnologies amb la ciutat que configuren la base de l'anomenada «ciutat global».

#### 2.3.1.1 *El mite de la cultura urbana*

Pel que fa a la primera etapa, Castells postula que la *cultura urbana* és un *mite*, la sociologia urbana una ideologia i la *qüestió urbana* una qüestió política<sup>478</sup>.

Des d'un llenguatge marxista el sociòleg espanyol exiliat a França, descobreix en l'apel·latiu *cultura urbana* un tipus d'ideologia maliciosa que la sociologia ha adoptat per legitimar l'ordre establert: en aquest cas el capitalisme liberal. En aquest sentit, la *cultura urbana* no és un concepte sinó un dels mites que explica la història de la

<sup>476</sup> "La tentativa de Wirth, dirigida a mostrar específicamente la relación existente entre densidad, dimensión y heterogeneidad, por una parte, y cultura urbana, por otra, no es —pese a la indiscutible calidad intelectual del planteamiento—, sino una acumulación de hipótesis de sentido común, sin ninguna articulación teórica interna. Es indudable que la organización social y el sistema cultural dependen de algo más que del número de los individuos que componen la sociedad. No tratamos con eso de negar ni de disminuir la importancia de estos caracteres, sino de afirmar que deben integrarse en la estructura tecno-social, fundamento organizativo de toda sociedad. (...) creemos, en todo caso, estar en condiciones de rechazar —de plano inmediato— un punto de vista tan evidentemente simplista como el subyacente a la afirmación de la producción de la cultura urbana por la 'ciudad'. Empíricamente, estudios muy diversos han puesto de manifiesto la existencia de 'ciudades' en el marco de sistemas culturales del todo diferentes entre sí". CASTELLS, M. *Problemas de investigación en sociología urbana*. Madrid: s. XXI de España editores, 1971. p.54.

<sup>477</sup> En els anys setanta hi ha un salt qualitatiu en els estudis de la ciutat. La ciutat i el territori s'estudien des de la teoria marxista però no d'una manera homogènia sinó com a productes del capitalisme monopolista que genera divisions i contradiccions en la societat. Ray Pahl, Iva Szelenyi, Jordi Borja, Jean Lojkine i Manuel Castells són els exponents més actius.

<sup>478</sup> Responent a la perspectiva ecològica de l'Escola de Chicago, Castells afirma que els factors espacials només són alguns dels elements que modifiquen el comportament però hi ha d'altres i que no es possible fer una teoria sociològica de la ciutat que no es relacioni estretament amb l'estudi dels processos polítics que tenen en compte la intervenció de l'estat i la lluita de classes.

humanitat<sup>479</sup> i, al mateix temps, quan la sociologia pren la *cultura urbana* com a objecte d'estudi es converteix immediatament en ideologia que legitima una determinada estructura social<sup>480</sup>. De fet, molts dels estudis titllats de sociològics de la ciutat o de la *sociologia urbana*, afirma Castells, són ideologia i no pas ciència. Una de les raons és que l'objecte d'estudi no està delimitat i, sense un objecte definit d'anàlisi no hi pot haver sociologia sinó ideologia. Per aquesta raó, Castells dedica part dels seus esforços a la reflexió sobre l'objecte d'estudi de la *sociologia urbana* i, en conseqüència, posa en qüestió les arrels d'aquesta mateixa disciplina. Sense objecte no hi ha ni disciplina ni metodologia.

La conseqüència de tot això, és el qüestionament de la *sociologia urbana* com a disciplina sociològica i l'encasellament d'aquesta en ideològica, perquè darrera l'etiqueta de neutralitat científica dels atributs urbans s'hi amaga una realitat econòmica i política plena de contradiccions i administrada per una classe dominant que mai la defineix clarament. Reblant el clau, existeixen una sèrie de contradiccions motivades pel desenvolupament capitalista que la sociologia de la modernitat legitima i fa passar per 'naturals' sota la denominació de *cultura urbana*, *societat urbana* o *allò urbà*. Així ho fan, com hem vist, algunes formulacions de l'escola ecològica on les dinàmiques urbanes poden ser justificades i legitimades per la seva *naturalesa*.

Així doncs, per a Castells, no és possible construir una teoria sociològica de la ciutat sense l'estudi de la política, àrea de connexió entre la intervenció de l'Estat, la lluita de classes i l'ús capitalista de la ciutat i del territori. Castells, en definitiva, fa de la qüestió urbana una qüestió política<sup>481</sup> i del sistema econòmic el pal de paller de l'estructura social.

En aquest sentit, la ciutat és –com ho era per Lefebvre- un reflex de la societat contemporània. Una idea que coincideix amb el plantejament d'aquesta recerca on la

<sup>479</sup> "La cultura urbana no es un concepto. Es, hablando con propiedad, un mito, puesto que cuenta –ideológicamente- la historia de la especie humana. La sociología urbana basada en la cultura urbana es una ideología de la modernidad, asimilada –de manera etnocéntrica- a la cristalización de las formas sociales que caracterizan al capitalismo liberal". **CASTELLS, M.** *Problemas de investigación en sociología urbana*. Madrid: s. XXI de España editores, 1971. p. 55.

<sup>480</sup> Diu Castells: "Podríamos, pues, aceptar la apelación "cultura urbana" para designar lo que sucede en las ciudades. Pero, por una parte, como hemos mostrado más arriba, la "confusión" no es tan inocente como parece, ya que comporta implícitamente una ideología de la producción de formas sociales. Y por otra, al no constituir esa cultura urbana objeto teórico, concepto particular, parece claro que la sociología urbana no puede tomarla, en ningún caso, como criterio de especificación (...) La cultura urbana no es un concepto. Es, hablando con propiedad, un mito, puesto que cuenta –ideológicamente- la historia de la especie humana. La sociología urbana basada en la cultura urbana es una ideología de la modernidad, asimilada –de manera etnocéntrica- a la cristalización de las formas sociales que caracterizan al capitalismo liberal". **CASTELLS, M.** *Problemas de investigación en sociología urbana*. Madrid: s. XXI, 1971. p. 55. Per ideologia urbana Castells entén: "La ideología urbana es aquella ideología específica que capta los modos y las formas de organización social, en tanto que características de una fase de la evolución de la sociedad, estrechamente ligada a las condiciones técnico-naturales de la existencia humana y, finalmente, a su marco vital. Esta ideología es la que, en último análisis, ha creado prácticamente la posibilidad de una «ciencia de lo urbano», entendida como espacio teórico definido por la especificidad de su objeto". **CASTELLS, M.** (1972) *La cuestión urbana*. Madrid: Siglo XXI de España editores, 1979 (6ª ed.) p. 93.

<sup>481</sup> Entendre l'espai –i per tant la ciutat- com a producte i construcció social significa que l'espai no és un a priori i, per tant, té una condició política. Tal i com hem vist en el bloc dedicat a la ciutat projectada, la gestió i planificació urbana té unes vinculacions polítiques i de jocs de poder. L'espai és polític i ple d'ideologies. **LEFEBVRE, H.** *La producción del espacio*. Barcelona: Anthropos, 1984.

ciutat és reflex d'una projecció, d'una ideologia, d'una utopia o del pensament de la societat en la qual es dóna.

En una segona etapa, Castells toca un dels punts als quals farem referència en l'apartat següent: la ciutat com a espai de consum i d'interconnexió global. La ciutat com a espai de consum col·lectiu és un lloc d'intervenció pública i un objecte d'investigació de l'economia política. L'Estat, dirà Castells, organitza la vida quotidiana dels ciutadans recolzant la gestió dels consums individuals organitzada pel mercat. La política urbana esdevé així el centre d'anàlisi del fenomen urbà perquè ella reflexa la dialèctica i la confrontació entre l'estat i les classes socials que existeixen en la ciutat capitalista. En aquest sentit, la planificació urbana no és més que la intervenció de l'aparell polític i jurídic que defensa i protegeix la producció i els interessos d'una classe dominant.

### 2.3.1.2 La nova ciutat i les TIC: la «ciutat global»

L'obra exageradament prolífica de Castells aprofundeix en diverses qüestions i aporta diverses teories entreteixides pels aspectes polítics, econòmics i socials de la nova societat. El que ens interessa destacar fonamentalment és la deriva que prenen els seus darrers estudis sobre la ciutat en relació a les noves tecnologies de la informació i comunicació<sup>482</sup> (TIC) i la genètica de la «ciutat informacional»<sup>483</sup>: una ciutat que no està determinada exclusivament per la tecnologia sinó per la interacció de la política i l'economia respecte a la tecnologia. El paper de la tecnologia en la ciutat informacional respon al seu context; a la societat específica, a la *circumstancia*:

Emerge una forma social y espacial: la ciudad informacional. No es la ciudad de las tecnologías de la información profetizada por los futurólogos. Ni es la tecnópolis totalitaria denunciada por la nostalgia del tiempo pasado. Es la ciudad de nuestra sociedad, como la ciudad industrial fue la forma urbana de sociedad que estamos dejando. Es una ciudad hecha a nuestro potencial de productividad y de nuestra capacidad de destrucción, de nuestras proezas tecnológicas y de nuestras miserias sociales, de nuestros sueños y de nuestras pesadillas. La ciudad informacional es nuestra circunstancia<sup>484</sup>.

<sup>482</sup> Entenent per TIC la proposta de classificació de Gordon Bell i James N. Gray: els ordinadors (software i hardware), les interfícies i les xarxes comunicacionals. **TUBELLA, I.** [et al.]. *Societat del coneixement. Com canvia el món davant dels nostres ulls*. Barcelona: UOC, 2005. p. 2-9. Per a història de les TIC vegeu pàgines 17-30.

<sup>483</sup> **CASTELLS, M.** *La Ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza, 1995.

<sup>484</sup> **CASTELLS, M.** *La Ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza, 1995. p. 79.

Castells centra la seva atenció no tant en les noves tecnologies sinó en els processos polítics i culturals entesos com a context per a l'ús de les tecnologies. D'aquesta manera, la tesi de l'autor es fonamenta en la idea que la interacció entre formes de producció i models de desenvolupament han generat noves formes socials i espacials; una *ciutat informacional*; flexible, diversa, jerarquitzada, fragmentada i plena d'informació.

Ara bé, la *ciutat informacional* presenta dos eixos especialment recurrents en l'obra de Castells i que són rellevants en la nostra exposició teòrica de la ciutat. Per una banda, el concepte de *globalització*<sup>485</sup> i per l'altre les TIC com a plataforma d'una *nova economia*<sup>486</sup> i d'una nova societat. Tots dos units en la mateixa idea d'un món interconnectat i interdependent -sense fronteres- sumit en un procés econòmic, tecnològic, social i cultural lligat al capitalisme democràtic o a la democràcia liberal.

És, en definitiva, la idea ja assenyalada per d'altres autors i artistes d'un «món urbà global». En aquest camp semàntic Saskia Sassen encunya la denominació de «ciutats globals»<sup>487</sup> per referir-se al procés de globalització de l'economia que desemboca en el protagonisme d'unes quantes àrees metropolitanes (*Hub cities*)<sup>488</sup> que esdevenen els centres de poder econòmic, polític i cultural; un poder que s'exerceix amb el control de la organització econòmica mundial amb l'emplaçament físic de les seus corporatives, les empreses i els bancs.

En aquest sentit dirà Bauman que «La nova «*incorporeïtat*» que presenta el poder en la seva forma economicofinancera permet que els qui tenen aquest poder esdevinguin autènticament extraterritorials, fins i tot en el cas que, de manera casual, estiguin físicament presents *al seu lloc*. El seu poder no està *fora d'aquest món*, en absolut»<sup>489</sup>.

Tanmateix, diu Sassen, les dinàmiques descentralitzadores que haurien de dissoldre la ciutat actual conviuen amb d'altres dinàmiques centralitzadores que

<sup>485</sup> Globalització entesa tant a nivell cultural com econòmic en el sentit que ho fa **BECK, U.** *¿Qué és la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización.* Madrid: Paidós, 1998. El concepte de globalització és àmpliament debatut i matissat en contraposició amb d'altres termes com ara mundialització, internacionalització o transnacionalització. Pel caràcter panoràmic de l'apartat no hi podem aprofundir. Una definició que ens és útil per complementar la de Beck és la que fa Bauman: «La globalització no és altra cosa que una extensió totalitària de la seva lògica a tots els aspectes de la vida. **BAUMAN, Z.** *Globalització. Les conseqüències humanes.* Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 106.

<sup>486</sup> «*Las modernas tecnologías hacen posible una nueva manera de desarrollar los negocios, lo que los economistas llaman una concepción reticular a la vida económica.*» **RIFKIN, J.** *La era de los accesos. La revolución de la nueva economía.* p. 20. Llegiu **CASTELLS, M.** «E-business y la nueva economía» A: **CASTELLS, M.** *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.* Barcelona: Plaza & Janés, 2001. p. 81-131.

<sup>487</sup> **SASSEN, S.** *The global city, New York, London, Tokio.* Princeton: Princeton University Press, 2001. (2a ed.) aquestes *ciutats globals* serien Nova York, Londres i Tokio.

<sup>488</sup> Són les ciutats-nodes. La nomenclatura de Hub city és de Arjen Van Susteren. Per a Saskia Sassen aquestes ciutats eren Nova York, Londres i Tokio. Sobre aquest concepte llegiu **VAN SUSTEREN, A.** *Metropolitan World Atlas.* Rotterdam: 010, 2005. Aquestes ciutats s'emparenten amb les 'megaciutats' com ara, seguint Manuel Castells, Tokio, Sao Paulo, Nova York, Ciutat de Mèxic, Shangai, Bombay, Los Angeles, Buenos Aires, Seül, Pequín, Rio de Janeiro, Calcuta, Osaka, Moscú, Jakarta, El Caire, Nova Delhi, Londres, París, Lagos, Dacca, Karachi, Tianjin entre d'altres ciutats. **CASTELLS, M.** *La era de la informació. Economía sociedad y cultura.* Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1) p. 437.

<sup>489</sup> **BAUMAN, Z.** *Globalització. Les conseqüències humanes.* Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 54.

reforcen la ciutat perquè la descentralització econòmica no va acompanyada d'una descentralització de la propietat i de la ubicació del capital. Són les «ciutats globals» els nodes a través dels quals circulen els fluxos de capital, d'informació, fluxos de tecnologia, fluxos d'interacció organitzativa, fluxos d'imatges, sons i símbols. Globalització, per tant, no per tostemps descentralitzadora però sempre interconnectada. A més a més, pel que fa a la interconnexió, la ciutat contemporània es connecta amb les *hub cities* però roman desvinculada de la seva regió circumdant<sup>490</sup>.

La «ciutat global» serà una xarxa de diferents nodes urbans que s'expandeix per tot el planeta com si fos el sistema nerviós de l'economia informacional. La connexió entre nodes (físicament desvinculats entre ells) és el que Manuel Castells, en la línia de Henri Lefebvre<sup>491</sup>, explica amb la noció d'«espai de fluxos» definit com «l'expressió dels processos que dominen la nostra vida econòmica, política i simbòlica (...) L'espai de fluxos és la organització material de les pràctiques socials en un temps compartit (...) les seqüències d'intercanvi i interacció, repetitives i programables entre les posicions inconnexes que mantenen els actors socials en les estructures econòmiques, polítiques i simbòliques de la societat»<sup>492</sup>.

En aquest sentit, la «ciutat global» ja no és un *lloc*; no és cap ciutat concreta a la manera de S. Sassen, sinó un procés mitjançant el qual els centres de producció i consum (de diversos tipus) es connecten a una xarxa global i als seus fluxos d'informació, d'interacció o de capital. D'aquesta manera, les qüestions urbanes es deslliguen del suport territorial per basar-se en xarxes visibles i invisibles d'interconnexió entre nodes. És el que el sociòleg francès François Ascher a denominat amb el nom de *Metàpolis*<sup>493</sup>.

En l'espectre econòmic la «ciutat global» gràcies a les xarxes telemàtiques, deriva en el concepte de 'nova economia del coneixement': una economia que es fonamenta en el coneixement i en la informació; una 'economia global' en el sentit que les noves activitats econòmiques dominants estan articulades globalment, connectades en xarxa. I tot i que Castells afirma que les TIC «no han determinat el naixement i el desenvolupament d'aquesta societat»<sup>494</sup> sense aquesta tecnologia el desenvolupament d'aquesta societat no hauria estat possible.

<sup>490</sup> DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p.26.

<sup>491</sup> "En la economía política tradicional el movimiento era lo excepcional, era una perturbación de la estabilidad, ahora la estabilidad es simplemente un momento de los flujos. (...) Un flujo tiene un origen, un terminal y un recorrido. (...) Los puntos fuertes –los espacios urbanos– son puntos de confluencia de flujos y al mismo tiempo que esta influencia creciente de los flujos que ocupan el espacio ha nacido una forma nueva de planificación, la forma más reciente de planificación: la planificación espacial" LEFEBVRE, H. *La producción del espacio*. Barcelona: Anthropos, 1984. p. 220.

<sup>492</sup> CASTELLS, M. *La era de la información. Economía sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1). p. 445.

<sup>493</sup> ASCHER, F. *Metápolis ou l'avenir des villes*. Paris: Odile Jacob, 1995.

<sup>494</sup> Manuel Castells al pròleg de TUBELLA, I. [et al.]. *Societat del coneixement. Com canvia el món davant dels nostres ulls*. Barcelona: UOC, 2005.



Per tant, des de la perspectiva de Castells, les TIC són, com a mínim, part constitutiva i essencial de la facció de la nostra societat així com la informació i el coneixement que han esdevingut els valors de la *nova economia*<sup>495</sup>. Així doncs, és una perspectiva generalment acceptada per tothom que ens trobem immersos, des de fa un temps, en un *canvi de paradigma tècnoeconòmic*<sup>496</sup> i que durant la darrera meitat del segle XX s'ha establert un nou tipus d'economia i de *societat del coneixement* que sense les noves tecnologies de la comunicació i informació no serien possibles.

Pel que fa a la globalització en l'aspecte cultural i social, la idea que les TIC han modificat les facetes de la vida humana i han influït en l'estructura social també es troba ja consolidada en la comunitat de pensament contemporani. La certa homogeneïtzació cultural vinculada a la *societat de masses*, la *cultura mediàtica* i a les *Indústries culturals*<sup>497</sup> que se serveixen de les noves tecnologies per difondre i crear productes culturals; és a dir, el procés d'homogeneïtzació cultural s'articula en dos plans a escala mundial: en la producció i en el consum<sup>498</sup>. La *cultura mediàtica* permet la fixació i difusió d'informació o contingut simbòlic a nivell planetari (Thompson)<sup>499</sup>; permet la propagació de patrons culturals, d'estils de vida (de pautes de consum) i de valors simbòlics que en cas d'homogeneïtzar-se permeten un consum d'abast mundial. En la línia del que deia Edgar Morin, o també Ulrich Beck<sup>500</sup>, amb un panorama d'uniformització cultural, la *indústria cultural* trobarà més elements comuns en els consumidors i podrà elaborar productes estàndard que aglutinin un mercat molt més ampli: un *gran públic*. La *cultura planetària* és «a-nacional, a-estatal i anti-acumulativa per naturalesa. Els seus continguts essencials fan referència a necessitats privades, afectives, imaginàries o materials»<sup>501</sup> i sorgeixen allà on emergeixen noves necessitats de benestar i felicitat:

<sup>495</sup> Una *nova economia* 'informativa, global i connectada en xarxa': **CASTELLS, M.** *La era de la informació. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1) p. 93-176.

<sup>496</sup> Citem Christopher Freeman en l'obra de Castells per definir-ho: "Un paradigma tècnoeconòmic es un grupo de innovaciones técnicas, organizativas y gerenciales interrelacionadas, cuyas ventajas se van a encontrar no sólo en una nueva gama de productos y sistemas, sino en su mayoría en la dinámica de la estructura de coste relativo de todos los posibles insumos (inputs) para la producción". **CASTELLS, M.** *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1) p. 87. Les característiques d'aquest nou paradigma són: a) son tecnologies per actuar sobre la informació i no només informació pe actuar sobre la tecnologia b) capacitat de penetració dels efectes de les noves tecnologies i c) lògica d'interconnexió de tot sistema o conjunt de relacions que utilitza aquestes noves tecnologies de la informació. d) flexibilitat i e) convergència de tecnologies, (p.88-92)

<sup>497</sup> Terme que emprem bo i sabent les connotacions crítiques del terme, afiliades a la seva nomenclatura inaugurada pels crítics de l'Escola de Frankfurt (Marcuse, Adorno, Horkheimer i també per Morin)

<sup>498</sup> Llegiu **MORIN, E.** *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966.

<sup>499</sup> El desenvolupament dels mitjans, segons John B. Thompson ha transformat la naturalesa de la producció simbòlica i l'intercanvi en el panorama mundial. **THOMPSON, J.B.** *Los Medios y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>500</sup> Ulrich Beck no empra aquesta terminologia. Beck fa referència a la globalització cultural en mans d'una indústria de la cultura que fa convergir les formes de vida i els símbols culturals. Les empreses es proposen dominar el mercat amb la fabricació de símbols culturals universals. **BECK, U.** *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós, 1998. p. 71-73.

<sup>501</sup> **MORIN, E.** *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 194-202.

Las necesidades de bienestar y felicidad, en la medida que se universalizan en el siglo XX, hacen posible la universalización de la cultura de masas. Y, recíprocamente, la cultura de masas universaliza esas necesidades<sup>502</sup>

### 2.3.1.3 La «ciutat global» i el pensament únic.

L'estructura en xarxa interconnectada que facilita la globalització necessita, a més a més, un suport ideològic (o aideològic) de cohesió en el qual recolzar-se. Paral·lelament a l'homogeneïtzació sorgeix, d'aquesta manera, un pensament que sosté la coherència-incoherència de la «ciutat global»: el *pensament únic* que és la «traducció en termes ideològics amb pretensió universal dels interessos d'un conjunt de forces econòmiques, en particular les del capital internacional»<sup>503</sup>. És a dir, el *pensament únic* és una ideologia que ens presenta una visió del món des d'una filosofia neoliberal: un món on l'economia és preponderant per sobre d'altres camps – com ara la política-, on el mercat és l'eina de correcció de tots els problemes socials i la competitivitat un estímul dinamitzador de les empreses, on es dóna el lliurecanvi, la mundialització, la divisió del treball, la privatització i la liberalització d'una manera constitucional, indiscutible i *lebensweltiana*.

El *pensament únic* desemboca en l'esperit acrític i conformista provocat per una sensació d'inèrcia econòmica mundial que sembla inqüestionable. L'actitud de l'*home unidimensional* (Herbert Marcuse)<sup>504</sup> converteix l'individu en un element més que s'ha integrat en el macrosistema; en un home d'idees desdibuixades que amb la seva actitud i el seu pensament afavoreix i legitima la permanència i supervivència de l'engranatge. Dirà Miquel Tresserras que la borrositat de les idees i del llenguatge faciliten l'enteniment entre persones de diferents procedències culturals, de la ciutat heterogènia, i afavoreix la convivència en l'«Aldea Global»<sup>505</sup> perquè «un cop alliberat el llenguatge del significat unívoc, tot el discurs s'assembla al discurs col·loquial, aproximat, que preveu acords mínims i desacords que resten a la ombra i no els tenim en compte»<sup>506</sup>. Així doncs, ens trobem en un món de significats rebaixats, ambigu i confús. El món no és més complicat que abans però és més tèrbol i més il·legible.

Paral·lelament a aquesta ideologia feble i en concordança amb el que hem exposat en el primer bloc de la investigació quan dèiem que cada tipus de pensament

<sup>502</sup> MORIN, E. *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 195.

<sup>503</sup> RAMONET, I.; CHOMSKY, N. *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria, 1995. p. 58.

<sup>504</sup> MARCUSE, H. (1964) *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Planeta, 1985.

<sup>505</sup> McLUHAN, H.M. *La galaxia Gutenberg*. Madrid: Aguilar, 1969.

<sup>506</sup> TRESSERRAS, M. "Comunicación y ciudad". A: BALADRÓN, J. [et al.] *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p. 17.

es pot traduir en un urbanisme o una arquitectura, les ciutats contemporànies tendeixen a assemblar-se les unes amb les altres com si haguessin estat tallades pel mateix patró.

Aquesta darrera idea és la que emmarca la teoria de la «ciutat genèrica» de Rem Koolhaas; una ciutat descontextualitzada que ha perdut la seva identitat i la seva història i els seus espais d'encontre interpersonal.

Es la ciudad sin historia. Es lo bastante grande para todo el mundo. Es cómoda. No necesita mantenimiento. Si se queda demasiado pequeña, basta con que se expanda. Si envejece, basta con que se autodestruya y renueve. Es igual de emocionante -o no emocionante- en todas partes. Es «superficial»: igual que un estudio de cine de Hollywood, puede producir una nueva identidad cada lunes por la mañana<sup>507</sup>.

D'aquesta manera, el pensament feble es veu traduït en la ciutat genèrica; en uns discursos diluïts i uniformats.

Ni tan sols l'aspecte de físic de la ciutat no respon a un model econòmic concret com ho podrien ser el capitalisme o al neocapitalisme. Si bé ens és generalment acceptat que la morfologia de la ciutat moderna occidental va quedar modelada per la Revolució Industrial i per una mentalitat determinada; pel desenvolupament del capitalisme i el creixement paral·lel de la burgesia<sup>508</sup> l'aspecte de la nova ciutat contemporània, com afirma Saskia Sassen, no es deu a l'economia<sup>509</sup>. És a dir, que els paisatges visualment iguals no són indicadors necessàriament de les mateixes dinàmiques econòmiques i que és equívoca i superficial la premissa que defensa que la convergència econòmica es tradueix en la homogeneïtzació del paisatge.

En aquest sentit Francesc Muñoz utilitza la paraula *urbanització* per designar no tant la homogeneïtzació de les imatges de ciutat sinó per l'estandarització i l'equalització de les diferències; és a dir, allò que provoca l'efecte homogeneïtat visual és la gestió de la diferència, l'arrodoniment de les arestes de la dissemblances i la simplificació d'una ciutat massa diversa i massa complexa<sup>510</sup>.

<sup>507</sup> KOOLHAAS, R. "La ciudad genérica" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 74.

<sup>508</sup> CAPEL, H. *Capitalismo y morfología urbana en España*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1990.

<sup>509</sup> Com diu Saskia Sassen al pròleg del llibre De Francesc Muñoz: "(...) esta idea común de la homogeneización del espacio económico urbano no tiene en consideración un punto crucial. Olvida, o confunde, la diversidad de trayectoria económica mediante las cuales las ciudades y regiones se orientan hacia esas economías de servicios y que existen aun cuando los resultados visuales finales puedan parecer similares. Ese análisis superficial, basado en la constatación de la existencia de paisajes homogeneizados, fácilmente lleva a la conclusión posiblemente falsa: que los paisajes visualmente similares surgen de la convergencia económica porque supuestamente todas las economías de servicios son más o menos iguales. En realidad, esos paisajes homogeneizados pueden ser función de la convergencia de las prácticas arquitectónicas y urbanísticas, más que el resultado de economías similares". MUÑOZ, F. *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. p. 7.

<sup>510</sup> MUÑOZ, F. *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

L'ordre visual de l'urbanisme i l'arquitectura intenten estandaritzar la ciutat. Les diferències no desapareixen però la seva gestió assegura que tampoc destaquin tal i com assenyala Koolhaas i Muñoz. Paradoxalment, es creen puntes d'espectacularitat, gratacels i estructures, es reivindiquen espais i edificis, es restaura i rehabilita allò peculiar i es reclama la singularitat perduda: la identitat tal i com hem vist en el capítol on s'analitza l'urbanisme contemporani.

Perquè en darrer terme, i tal i com assenyala E.W. Soja a *Postmetropolis*<sup>511</sup> i tal i com se'n deriva de la teoria de Rem Koolhaas o Francesc Muñoz, la nova ciutat pot ser representada com un producte d'una globalització on allò global es localitza i allò local es globalitza; és a dir, la combinació simultània d'un discurs i un pensament local i regional amb una perspectiva d'un món global interconnectat. Una idea que reprendrem més endavant quan parlem de la *ciutat hiperrealitzada* i la *glocalització*<sup>512</sup>.

#### 2.3.1.4 La «ciutat global» i l'economia

L'extensa obra de Castells recull diversos conceptes que ens serveixen per a l'anàlisi de la ciutat des de l'economia i en el seu context; un context global d'interconnexions i sense fronteres, sostingut per les TIC. Un món global interconnectat per nous mitjans on es dona un procés d'uniformització cultural serà el context d'aparició de la *ciutat hiperrealitzada*: una ciutat sense muralles, difosa i ambigua com el llenguatge, intricada amb una *societat de masses*, una *societat de consum* i una *societat de la informació i del coneixement*.

Per últim, la fesomia de les ciutats dins la globalització es transforma amb les noves economies. La ciutat industrialitzada dels segles anteriors es veu immersa en un procés de desindustrialització durant les últimes dècades del segle XX. La siderúrgia, l'automòbil, la metal·lúrgia o el tèxtil -per exemple a casa nostra- perden volada i les noves tecnologies i la millora en transport eliminen alguns processos de producció i distribució. Aquest fet provoca, per tant, la deslocalització de la producció: ja no és necessari concentrar tota la producció en un mateix punt territorial sinó que és possible una producció a escala planetària.

Sota la teoria de la «ciutat global», les ciutats esdevenen fragments d'un procés productiu i moltes ciutats se centren en l'àmbit de serveis. Com diu Francesc Muñoz s'ha passat de les grans factories industrials a una organització en xarxa on cada unitat

<sup>511</sup> SOJA, E.W. *Postmetrópolis: estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de sueños, 2008.

<sup>512</sup> BECK, U. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós, 1998.

productiva correspon a una etapa del procés productiu<sup>513</sup>. Com a conseqüència de la descentralització de les activitats i gràcies a les TIC i la millora dels transports la ciutat s'expandeix i planteja un model territorial que combina les àrees urbanes centrals amb la distribució difusa sobre el territori de regions metropolitanes més extenses.

---

<sup>513</sup> MUÑOZ, F. *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. p. 15.

### 2.3.2 Teories de la ciutat del consum

El consum es un orden de significaciones, *como un lenguaje* o como el sistema de parentesco de una sociedad primitiva<sup>514</sup>

La ciutat actual no és habitada sinó consumida<sup>515</sup>. Són moltes les anàlisis que s'han fet des d'aquesta perspectiva concebant la ciutat com un espai de consum; entenent el consum -a més del fenomen social d'adquisició i d'ús de béns econòmics i de serveis- com una activitat sistemàtica d'ús expressiu i identificatiu de signes; com a procés d'intercanvi de significats socials i culturals<sup>516</sup> i, en conseqüència, el consum com una manera de relacionar-se amb els objectes, amb els altres i amb el món<sup>517</sup>. La comunicació es basa, seguint aquest fil, en la producció i el consum de signes<sup>518</sup>.

La ciutat és el màxim exponent de la producció i l'intercanvi de significats; un tret característic de totes les societats humanes però que ara, amb els mitjans de comunicació de masses i les TIC, s'ha vist profundament transformat per nous tipus de produccions simbòliques i d'intercanvis<sup>519</sup>.

Lo que importa a mi Marco Polo es descubrir las razones secretas que han llevado los hombres a vivir en las ciudades, razones que puedan valer más allá de todas las crisis. Las ciudades son un conjunto de muchas cosas: memorias, deseos, signos de un lenguaje; son lugares de trueque, como explican todos los libros de economía, pero estos trueques no lo son sólo de mercancías, son también trueques de palabras, de deseos, de recuerdos<sup>520</sup>.

Des d'aquest escenari, abordarem de mode molt aproximatiu, el consum i la ciutat des de dues perspectives. En primer lloc, la ciutat com a objecte de consum i, en segon

<sup>514</sup> BAUDRILLARD, J. *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI España Editores, 2007. p. 81.

<sup>515</sup> VADILLO, M. "La ciudad consumida" A: ROMAN, R. (coord.) *La ciudad: ausencia y presencia*. Córdoba: Plurabelle, 2005.

<sup>516</sup> ALONSO, L.E. "Estudio introductorio: la dictadura del signo o la sociología del consumo del primer Baudrillard" A: BAUDRILLARD, J. *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI España Editores, 2007.

<sup>517</sup> "El consumo no es ese modo pasivo de absorción y de apropiación que oponemos al modo activo de la producción para poner en equilibrio esquemas ingenuos de comportamiento. (...) el consumo es un modo activo de relación (no sólo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en la cual se funda todo nuestro sistema cultural". BAUDRILLARD, J. *El sistema de los objetos*. Méjico: Siglo XXI editores, 1994. (13ª ed.) p. 223.

<sup>518</sup> Premissa afirmada tant per Barthes i Baudrillard.

<sup>519</sup> Per més llegiu THOMPSON, J.B. *Los Media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998. Pel que fa a l'ús del terme 'comunicació de masses' ens adscriuim a l'apuntada per Thompson com a «producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico».

<sup>520</sup> CALVINO, I. *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela, 2003. p.15

lloc, la ciutat com a l'espai idoni per al consum i per a un nou estil de vida basat en el consumisme.

### 2.3.2.1 La ciutat com a objecte de consum

Las ciudades sin anuncios son como ciudades mudas, muertas, vacías; tan habituados estamos a dialogar con las paredes pintadas como las páginas ilustradas en un inmenso libro abierto<sup>521</sup>.

Pel que fa a la ciutat com a objecte de consum cal que fem referència als conceptes de *marca* i *imatge* de ciutat. La deriva contemporània dels estudis de la ciutat i del consum ens porten a copsar la ciutat no tant com un objecte sinó més aviat com una experiència d'una narrativa de la marca. Allò que es compra i es ven ja no és l'objecte sinó el seu relat i l'experiència individual que se'n deriva<sup>522</sup>.

En aquest sentit, la construcció de la imatge de la ciutat i la seva conversió en *marca* és la construcció de narratives; una tasca professionalitzada per les agències de publicitat que des de fa un temps han trobat un terreny prolífic per ingerir-s'hi a través del *city marketing*, *place marketing* o el *city branding*<sup>523</sup>.

Les polítiques de promoció i de *marketing* s'han convertit en les polítiques de govern que reforcen el sentiment de pertinença i identitat del ciutadà amb la seva ciutat<sup>524</sup> alhora que també projecten una imatge atractiva per a inversors, turistes i empreses forasteres en un context de competitivitat global. La imatge és la trama i la narrativa de la ciutat. En ella es tractarà d'articular un discurs sobre la ciutat; un discurs pautat i controlat, una representació arquetípica que expliqui i ens expliqui la ciutat; que la faci llegible, comprensible i diferent a les altres<sup>525</sup>.

Així doncs, aquesta imatge-discurs s'adreça bidireccionalment cap a endins (ciutadans) i cap a enfora (estrangers) i, concebuda com a projecció, formaria part de la *ciutat pensada* la qual ha estat descrita en el primer bloc; una ciutat imaginària, ideal,

<sup>521</sup> **ASTURIAS, M. A.** "El cartel, pintura que habla". ABC. [Madrid] (15 d'agost de 1968). p.3.

<sup>522</sup> "Fantasy City taps into a growing global market for 'experiences' which would otherwise be unattainable by virtue of geography, cost or historical disappearance". **HANNIGAN, J.** *Fantasy City: Pleasure and profit in the Postmodern Metropolis*. Londres: Routledge, 1998. p. 72.

<sup>523</sup> El *City branding* s'encarrega d'identificar els valors més destacables d'una ciutat per comercialitzar-los i convertir-los en una marca d'èxit i el *City marketing* es concep com una eina de gestió d'imatge. Per a una breu aproximació del concepte llegiu **ELIZAGARATE, V.** *Marketing de ciudades*. Madrid: ESIC, 2003 o **BALANDRÓN, A.J.** *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p.130-146. Per a una aproximació resumida sobre la qüestió de la ciutat marca llegiu **PUIG, T.** *Marca Ciudad. Cómo diseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona: Paidós, 2009. Sobre la ciutat com a producte llegiu **DACHEVSKY, M.** *Urban Zaping. Ciudades, productos y marcas*. Barcelona: UPC, 2001. p. 159-163.

<sup>524</sup> "La identidad de la ciudad, se constituye en un sistema de mensajes complejos, que puede manifestarse en todas y cada una de sus partes, fragmentos, ciudadanos y empresas, etc. Esto se da a través de unos símbolos que son los que aglutinan al grupo y le confieren unidad en una cultura que subjetiviza a los objetos (...) La imagen del lugar es lo que en definitiva apuntala la identidad del grupo". **DACHEVSKY, M.** *Urban Zaping. Ciudades, productos y marcas*. Barcelona: UPC, 2001. p. 162.

<sup>525</sup> **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 292-298.

feta d'imatges encaminades a assolir un horitzó utòpic; en aquest cas rebaixat i basat, fonamentalment, en l'espectacle i el consum.

La ciutat esdevé, en la seva projecció, una idea, un símbol, uns valors, un discurs<sup>526</sup>... però, a diferència d'altres èpoques, la projecció és construïda sota l'imperatiu de la seducció i del consum, de l'objectiu de la càmera i dels mèdia, de la moda i de la imatge; una imatge teledirigida que pretén controlar la producció i la implantació d'un valor simbòlic positiu i d'un imaginari col·lectiu de la ciutat que la diferenciï de totes les altres a partir de la narrativa d'una marca urbana pròpia.

Una narrativa dirigida, al cap i a la fi, a la venda i exposició d'uns atributs característics (uns components d'excel·lència)<sup>527</sup> que imprimeixen el caràcter i la identitat d'una ciutat en relació a la ciutat en qüestió. La mercantilització de la imatge identitària de la ciutat desubstancialitza i aprima el discurs de la ciutat. Diu Ulrich Beck que «l'essència es converteix en disseny»<sup>528</sup>.

I el context global (allò que hem recollit en el capítol anterior amb la «ciutat global» i la «ciutat genèrica») és un escenari de competitivitat on cadascú cerca la seva diferència; on els agents que competeixen en el mercat ja no són els estats sinó les ciutats perquè en elles és on es concentra la major part de la població mundial<sup>529</sup>.

L'escenari que recullen –com hem vist al primer bloc dedicat a l'urbanisme contemporani- les introduccions de les noves cartes d'urbanisme<sup>530</sup>, és un escenari global que busca combatre la descontextualització i potenciar les singularitats per distingir-se de les altres dins del mercat planetari.

Els espais públics i els privats, els edificis i els *skylines*, els carrers, els monuments i els racons pintorescs, els hàbits i els estils de vida dels seus habitants, el clima, les pel·lícules i reportatges, les guies turístiques, les ofertes de lleure i

<sup>526</sup> "El nombre es lo que hace localizable la ciudad en el espacio y reconocible a sus agentes (federación), inscribiéndola en un discurso que no es solamente la fijación de unas coordenadas geográficas. Al existir un momento que el discurso tradicional histórico se estanca y la ciudad como producto sigue evolucionando, la marca es la única que remite a una configuración específica de atributos identificando a la ciudad". **DACHEVSKY, M.** *Urban Zapping. Ciudades, productos y marcas*. Barcelona: UPC, 2001. p. 162.

p. 163.

<sup>527</sup> El component d'excel·lència és el terme que utilitzen els estudis promoguts per la Fundació Metròpoli per fer referència a "aquells elements urbans que presenten un nivell d'atractiu i èxit destacable; especialment aquells que es relacionen amb la estructura física i funcional de la ciutat. Les ciutats i els territoris actuals casi sempre disposen d'espais singulars que han sorgit de forma innovadora i que contribueixen de forma especial a la singularitat i al perfil de la diferència". Fundació Metròpoli [En línia]. <<http://www.fundacion-metropoli.org>>. [Consulta: 10 de setembre de 2010]

<sup>528</sup> **BECK, U.** *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>529</sup> Simon Anholt amb col·laboració amb l'empresa de recerca GfK Roper Public Affairs & Corporate Communications han realitzat un ranking sobre la imatge i la reputació de les ciutats del món. El *Anholt-GfK Roper City Brand Index* mesura la percepció de 50 ciutats de països en vies de desenvolupament i països desenvolupats. L'índex de marques està encapçalada (el 2011) per París, Londres, Sidney, Nova York i Los Angeles. Per a més podeu consultar <<http://www.simonanholt.com>>.

<sup>530</sup> Fem referència al que ja hem exposat en el primer bloc, en el capítol dedicat a l'urbanisme contemporani; les cartes de la *European Council of Town Planners* (ECTP) i la *Council for European Urbanism* (CEU) a Europa i el *Congress for the New Urbanism* (CNU) als Estats Units.



entreteniment, els esdeveniments culturals<sup>531</sup>, els equips de futbol, etc. converteixen la ciutat en un clixé, un producte específic de consum<sup>532</sup> que en el seu procés de reafirmació corre el perill d'accentuar tant la seva manera de ser o la seva identitat que s'acaba transformant en una «ciutat genèrica»; és a dir, en una ciutat parquematzada, transparent, sense ànima ni identitat; una caricatura. Diu Rem Koolhaas:

A veces, una ciudad antigua, singular, como Barcelona, simplificando en exceso su identidad, se vuelve Genérica. Se hace transparente, como un logo. Lo contrario no sucede nunca... al menos, aún no. (...) París sólo puede hacerse más parisina. Lleva ya camino de convertirse en un hiper-París, una caricatura refinada. Hay excepciones: Londres -cuya única identidad consiste en la falta de una identidad clara<sup>533</sup>.

Així doncs, la narrativa de la ciutat s'articula a partir d'una convergència que s'ha anat expandint a expenses de la identitat i que s'ha rearmat, com hem vist anteriorment, amb una imatge formulada a través de l'arquitectura i les infraestructures *star*, les quals han servit per estampar una personalitat prefabricada de la ciutat.

L'Empire State, la Torre Eiffel, el Taj Mahal, l'estàtua de la llibertat, el Taipei 101, l'Hotel Burj al Arab, el Golden Gate de sant Francisco, el Guggenheim, les Torres Petrones, el Reichstag etc. han esdevingut l'objecte de les mirades del món, un anunci publicitari, un *pseudoesdeveniment* turístic<sup>534</sup> construït per uns *arquitectes-marca*<sup>535</sup> i alhora uns objectes d'apropiació i nova icona per part del ciutadà<sup>536</sup>.

La ciutat, com hem apuntat anteriorment quan parlàvem de l'urbanisme contemporani, és espectacle: imatge creada per ser captada i projectada, viscuda des de la ficció i el somni. La seva arquitectura ja no pretén educar ni moralitzar, ni tampoc es deu a l'imperatiu de l'ús com en períodes anteriors sinó que tot el seu pes recau en

<sup>531</sup> Sobre una panoràmica de la creació i relació entre la ciutat, el turisme i la planificació d'esdeveniments llegiu **GONZÁLEZ, F.; MORALES, S.** *Ciudades efimeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: UOC, 2009.

<sup>532</sup> Débord parla del turisme com la circulació humana feta consum (**DEBORD, G.** *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos, 2003). Sobre l'espai consumit des del turisme llegiu: **URRY, J.** *Consuming places*. Londres: 2003. p. 129-172. D'altra banda, Norberto Muñiz proposa en un quadre diferents imatges de ciutat associades a diferents ciutats concretes com ara: ciutats atractives per la naturalesa, ciutats turístiques, ciutats on s'han produït tractats internacionals o seus d'organismes importats o multinacionals, ciutats d'esdeveniments, ciutats vanguardistes etc. Vegeu **MUÑIZ, N.** "Marketing de ciudades: de la gestión estratégica y de infraestructuras a la creatividad y los valores". A: **BALANDRÓN, A.J. [et al.]** *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007.

<sup>533</sup> Sobre Barcelona, en aquest sentit, escriu que la minimalització i simplificació de la identitat a una ciutat com Barcelona condueix a la desaparició de la seva imatge. **KOOLHAAS, R.** "La ciudad genérica" A: **CHOAY, F. [et al.]** *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 74-75.

<sup>534</sup> Vegeu, per exemple, l'estudi sobre l'efecte Guggenheim a Bilbao pel que fa al turisme. **LÓPEZ, S.** "Arte i cultura como valor añadido a la publicidad: Bilbao y el museo Guggenheim". A: **BALANDRÓN, A.J. [et al.]** *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p. 189-207. Un turisme no només motivat per l'edifici com es dona en el cas de les meravelles de l'antiguitat sinó per la marca Guggenheim visibilitzada en l'edifici, l'art, la cultura i la contemporaneïtat.

<sup>535</sup> Tal i com hem assenyalat en l'apartat dedicat a l'urbanisme contemporani.

<sup>536</sup> **MUÑIZ, N.** "Marketing de ciudades: de la gestión estratégica y de infraestructuras a la creatividad y los valores". A: **BALANDRÓN, A.J. [et al.]** *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p. 155-160.

agradar i seduir<sup>537</sup>; dos verbs que reprendrem més endavant quan parlem de la moda i del disseny i que han estat l'eix i reclam de l'atractiu de les ciutats des dels inicis de la modernitat.

D'altra banda, la imatge de la ciutat s'estén més enllà de la *urbs* amb l'atribució de valors simbòlics com ara l'amor, la pau, la solidaritat, la modernitat, la tolerància, la salut, la cultura, etc. Ja no es ven una imatge basada en objectes tangibles sinó en valors intangibles i en experiències<sup>538</sup>.

L'efecte metonímic és identificar París amb l'amor, Amsterdam amb la tolerància, Berlín amb allò *underground*, Nova York amb la moda o Tokio amb la tecnologia. Tot plegat són discursos de la ciutat que serveixen per explicar-la i per explicar-se davant de l'autòcton i del forà. És el que Miquel de Moragas a propòsit dels Jocs Olímpics de Barcelona l'any 1992, anomena la semantització de la ciutat<sup>539</sup>. Aquest procés permet la selecció i l'exclusió de significats per construir una imatge de projecció internacional.

En aquest sentit, a propòsit de l'organització d'un esdeveniment global com ho és la celebració d'uns Jocs Olímpics, no només es reforcen els valors de l'olimpisme sinó també els de la ciutat-seu que els acullen. La ciutat té la possibilitat de promocionar internacionalment una imatge oblidant i reforçant els valors que més convinguin<sup>540</sup>.

L'artífex principal d'aquests discursos de la ciutat és, en aquest context, la publicitat. Amb el debilitament dels valors il·lustrats i la preponderància del valor 'consum' per sobre dels altres, la publicitat és qui explica les ciutats; és a dir, qui s'encarrega de la creació de símbols i d'un imaginari col·lectiu específic.

La ciutat europea, carregada amb la seva història a les espatlles però desmemoriada, segons Koolhaas<sup>541</sup>, substitueix el discurs estancat de la tradició i la història per la narrativa d'una ciutat convertida en producte i en objecte de consum. La publicitat, en aquest sentit, construeix tant la imatge de la ciutat (la narrativa) com modela la *urbs*.

<sup>537</sup> **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. Per a Lipovetsky 'Sedució i efímer' són els principis que organitzen la vida col·lectiva moderna. **LIPOVETSKY, G.** *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996. (5ª. ed)

<sup>538</sup> Segons Norberto Muñiz Martínez actualment el marketing de ciutats no se centra tant en els elements tangibles (monuments, carrers, museus...) sinó en els valors. **MUÑIZ, N.** "Marketing de ciudades: de la gestión estratégica y de infraestructuras a la creatividad y los valores". A: **BALANDRÓN, A.J. [et al.]** *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007.

<sup>539</sup> **MORAGAS, M.** *Comunicació, identitats culturals i Jocs Olímpics: l'experiència de Barcelona '92*. [En línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB, 1992. <[http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl\\_2072\\_9037/WP006\\_cat.txt](http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl_2072_9037/WP006_cat.txt)>. [Consulta: 12 de desembre de 2011]. Del mateix autor: *Cultura, símbols i Jocs Olímpics: la mediació de la comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, 1992. i també *Los juegos de la comunicación: las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco, 1992.

<sup>540</sup> **MORAGAS, M.** *Comunicació, identitats culturals i Jocs Olímpics: l'experiència de Barcelona '92*. [En línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB, 1992. <[http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl\\_2072\\_9037/WP006\\_cat.txt](http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl_2072_9037/WP006_cat.txt)>. [Consulta: 12 de desembre de 2011].

<sup>541</sup> **KOOLHAAS, R.** "La ciudad genérica" A: **CHOAY, F. [et al.]** *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 74-75.

La conversió de l'arquitectura i infraestructura urbana en *anuncis* fan de la ciutat un gran escenari de la comunicació publicitària. La publicitat ens acompanya en qualsevol moment de la nostra existència quotidiana inundant els espais de comunicació tant els públics com els privats.

Les confluïdes artèries urbanes són plenes de botigues, de restaurants, de supermercats i magatzems. El consum s'articula a través de botigues, restaurants, entreteniment, educació i cultura<sup>542</sup>. Només cal alçar la vista per clissar un cartell amb una superoferta, un rètol lluminós, un anunci en un autobús o un aparador ple d'electrodomèstics o maniquins. El rostre de la ciutat està fet de cartells que anuncien coses; la majoria d'elles productes i serveis disposats per al consum. I no només això; sinó que pantalles lluminoses transformen la ciutat constantment convertint la ciutat en una ciutat *sobreexposada*<sup>543</sup>.

De fet, la proliferació de cartells en la ciutat s'accelera amb el naixement de la *societat de masses* que s'esdevé amb el creixement de les ciutats i amb les necessitats sociocomunicacionals que se'n deriven de la crescuda<sup>544</sup>. Amb l'aparició del mercat de masses a finals del segle XIX com a nou paradigma contemporani apareix la invenció de la marca, l'envàs, la publicitat i el gran magatzem.

En aquest sentit, l'aparició dels grans magatzems a Europa durant el segle XIX configuren una nova forma d'entendre la ciutat vinculada al consum com a forma de vida. Ciutat i consum inicien un periple que vincularà estretament la fesomia de la ciutat amb la fesomia del gran magatzem; com en el cas paradigmàtic de París i l'aparició dels bulevards, places i carrers iniciades sota les ordres del baró Haussmann redefeixen l'espai públic de la *ville lumiere*<sup>545</sup>.

En aquest escenari, el cartell, l'anunci, el neó i el *logo* impacten constantment a la nostra retina amb una finalitat persuasiva, jugant amb l'associació d'idees i d'imatges entre el producte (sigui una institució, un banc, una corporació o empresa) i l'individu constituïnt ben bé un llenguatge comú propi de la ciutat.

L'actitud *blasé* a la ciutat contemporània no és només motivada per la saturació de coses sinó que també ho és per l'anunci d'aquestes coses. Són estímuls que fan referència a representacions (significacions); és a dir, el referent de l'anunci publicitari

<sup>542</sup> HANNIGAN, J. *Fantasy City: Pleasure and profit in the Postmodern Metropolis*. Londres: Routledge, 1998. p. 89.

<sup>543</sup> La ciutat sobreexposada és el nom amb el que Paul Virilio bateja aquesta ciutat construïda per les pantalles electròniques que constantment canvien l'aparença de la ciutat. Per a més vegeu VIRILIO, P. *La ciudad sobreexpuesta*. [En línia] <[www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopiotea/03\\_eugenio\\_valdez.pdf](http://www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopiotea/03_eugenio_valdez.pdf)> [Consulta: 22 d'octubre de 2009] i també VIRILIO, P. *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama, 1998. (2a ed.). Un exemple seria l'encreuament de Shibuya a Tokio, o l'aparença del Times Square de Nova York passant per la fesomia nocturna de Las Vegas entre d'altres.

<sup>544</sup> GUBERN, R. *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili. 1987. p. 183.

<sup>545</sup> SERRANO, R. *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX*. Scripta Nova. Universitat de Barcelona. [En línia]. núm. 211, 2005. <[www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm)>. [Consulta: 27 de febrer de 2011]

no és el *món real* sinó la seva representació convertint així la ciutat en un gran altaveu del teatre del món al servei de la nova economia<sup>546</sup>.

El paisatge urbà, doncs, està profundament marcat per la publicitat perquè la publicitat respon a l'estil de vida dels seus habitants. I l'estil de vida urbà, com veurem en el següent apartat, és el *consumisme*. La publicitat participa, així mateix, en la dinàmica urbana que gira a l'entorn del consum, reforçant-la o transformant-la en el sentit que la publicitat té la capacitat d'influir en l'estil de vida pròpiament urbà (el consumisme) aportant nous hàbits i objectes per ser consumits i també noves imatges o representacions col·lectives.

Imatges col·lectives, culturals o *contraculturals*<sup>547</sup> que poden originar noves pautes socials, nous models<sup>548</sup> i en el seu efecte poden reafirmar allò institucionalitzat, que se'ns presenta com a comprensible, i que influeix d'alguna manera en l'acció, motivant-la o pantant-la.

D'alguna manera, la vida social ve objectivada, institucionalitzada i legitimada per la imatge; estem abocats a la imatge, a un *geworfen* (Martin Heidegger) nou i oníric, com exposarem més endavant amb la *ciutat hiperrealitzada* que està fonamentada en el desig i en el somni. «En un món en el qual la imatge és omnipresent, convé que allò real s'assembli a la seva imatge»<sup>549</sup>.

Perquè en darrer terme, i això ho saben els publicitaris, el substrat de la imatge i la narrativa de la ciutat és el somni i el desig. De cada ciutat es pot fer una cartografia del desig a través de la seva narrativa. Un especialista en publicitat, dirà H. Lefebvre «coneix millor la relació entre béns i desigs que l'economista i l'estadístic»<sup>550</sup>.

La publicitat, com dirà Lipovetsky, és una tecnologia de l'acceleració dels desplaçaments del desig; alimenta el consum i agita el desig; en fa món ideal; imatge a

<sup>546</sup> **BALADRÓN, A.J.** "Reflexiones sobre la omnipresencia publicitaria en el contexto urbano: la ciudad anuncio. A: **BALADRÓN** [et al.]. *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p. 75-93. "La ciudad se convierte en un teatro publicitario, un desfile de mensajes comerciales y marcas, un devenir de persuasión al servicio de los intereses de una nueva economía y de los sectores sociales más pujantes de la sociedad. Símbolo de la modernidad, la ciudad es tomada por la publicidad". p. 80.

<sup>547</sup> *Contracultura* que és absorbida pel sistema en forma de moda a través del consum. Herbert Marcuse (1898-1979) n'adverteix la dinàmica en la revolució sexual de la seva època. Malgrat que el filòsof n'és partícip es mostra contrari a la falsa liberalització dels costums que s'integren i es posen el servei del sistema capitalista mitjançant el consum.

<sup>548</sup> Aquestes representacions col·lectives permeten internalitzar valors, models, pautes de conducta i de consum, i des de l'estat o des de poders econòmics es poden crear i impulsar aquests models a través del cinema, la televisió, la literatura, la instrucció acadèmica, i de manera molt significativa, des de la publicitat. De manera que la publicitat exerceix una influència important en els models culturals a través de representacions que es transmeten de manera ràpida i repetitiva a la premsa, ràdio, televisió o a la xarxa. El publicista pot marcar, fins i tot, noves pautes de avantguarda social. Aquesta transmissió de models culturals afecta tots els col·lectius socials, que veuen legitimació i potenciació de les pràctiques ja existents, justificació de l'estat de coses, i sobre els quals es poden crear noves necessitats i, per tant, nous hàbits de consum.

<sup>549</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 151.

<sup>550</sup> "(...) en la vida cotidiana entramos en contacto con el mundo humano ya realizado, con innumerables objetos producidos en lugares lejanos o escondidos (talleres, fábricas) y que se convierten en bienes; el conjunto de estos bienes se ofrece a las ambiciones y estimula los deseos; algunos de entre ellos se nos escapan y son inaccesibles. La ciencia de la realidad social no puede confundir este campo de experiencias con la producción y la distribución, aspectos de la economía política. Un especialista en publicidad conoce mejor las relaciones entre «bienes» y deseos que el economista o el estadístico". **LEFEBVRE, H.** *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Península, 1973. p.86.

la qual encaminar-se. La publicitat és un mirall que *fa embellir la societat*<sup>551</sup> la qual es mira a través d'ella amb una actitud narcisista tot transformant els desigs en somnis i els somnis en desigs.

La imatge de la ciutat, en aquest sentit, ja no es basarà en la utopia social, en la tradició o la religió sinó en un horitzó *distòpic* com ho és el consumisme. Per això, com hem vist anteriorment, els nous temples de la ciutat que congreguen feligresos, ateneus de socialització i entreteniment són les grans superfícies, els centres comercials i els espais dedicats al consum<sup>552</sup>.

### 2.3.2.2 La ciutat com a escenari de consum

Pero en un sentido más radical el consumo se liga, de otro modo, con la insatisfacción que engendra el flujo errático de los significados. Comprar objetos, colgárselos en el cuerpo o distribuirlos por la casa, asignarles un lugar en un orden, atribuirles funciones en la comunicación con los otros, son los recursos para pensar el propio cuerpo, el inestable orden social y las interacciones inciertas con los demás. Consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora<sup>553</sup>.

Totes aquestes faccions de la *urbs*, estan determinades pel tipus de societat que s'hi allotja perquè la ciutat és la projecció de la societat sobre el terreny<sup>554</sup>. I la denominació que alguns pensadors del nostre temps (el primer en fer-ho Lefebvre) han posat a la nostra societat és la de *societat de consum*<sup>555</sup> perquè el consum ha esdevingut pràctica urbana, el ritus total de la posmodernitat<sup>556</sup>, l'estil de vida i *hàbitus*<sup>557</sup>: la característica principal i distintiva d'*allò urbà* contemporani des de la progressiva entrada de les classes populars (a Occident) a uns estàndards de vida encapçalats pel benestar, l'oci i el consum.

<sup>551</sup> BRAUDILLARD, J. (1968) *El sistema de los objetos*. Mèxic: Siglo XXI, 1975. p. 185.

<sup>552</sup> "El gran almacén (...) es el templo de los deseos, el lugar donde todo parece posible". AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p.200.

<sup>553</sup> GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Mèxic, 1995. p. 47-48.

<sup>554</sup> LEFEBVRE, H. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: ediciones península, 1978. (4t ed). p. 75.

<sup>555</sup> «Societat de consum» i la denominació «Societat de la informació» són termes interconnectats. L'accepció de consum que hem escollit per definir-lo identifica el consum com a activitat d'ús expressiu i identificatiu de signes, d'intercanvi de significats socials i culturals i mitjà de comunicació entre les relacions humanes. El consum és la circulació d'aquests signes i significats; el seu intercanvi i manifestació; és comunicació i informació però sobretot informació en mans de la publicitat.

<sup>556</sup> ALONSO, L. E. *La era del consumo*. Madrid: siglo XXI, 2005.

<sup>557</sup> Terme de Pierre Bourdieu: "(...) el *habitus* es a la vez, en efecto, el principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de encasamiento (*principium divisionis*) de esas prácticas. Es en la relación entre las dos capacidades que definen el *habitus* – la capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos (*gusto*)- donde se constituye el mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida". BOURDIEU, P. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1998. pp 169-170

a) *El consumisme com a estil de vida*

(...) el dilema sobre el qual se sent reflexionar majoritàriament avui dia és el de si és necessari consumir per a viure o si es viu per a poder consumir. És a dir, es tracta de si encara som capaços de separar la vida del consum i de si sentim la necessitat de fer-ho<sup>558</sup>.

La societat contemporània, en termes generals, és consumista. No en el sentit 'que consumeix' perquè l'ésser humà sempre consumeix<sup>559</sup> (com a mínim béns necessaris) sinó que allò distintiu de l'època contemporània als països rics és que el consum de béns superflus s'ha tornat particularment important i central en la vida dels individus i ha esdevingut el motor de la societat i el mitjà de comunicació més habitual de les relacions humanes.

Per tant, d'entrada distingim entre una 'societat consumista' i una 'societat que consumeix' perquè en la 'societat consumista' els individus «consumeixen no el que és necessari per a la vida, sinó allò superflu, i en la que, a més, el consum legitima la política i legitima l'economia»<sup>560</sup>.

El consumisme, doncs, no sorgeix de la necessitat del consum de béns necessaris sinó del desig o 'necessitat'<sup>561</sup> de béns superflus, la obtenció dels quals marca profundament la quotidianitat i el curs de la societat contemporània:

Se puede decir que el "consumismo" es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (...) en la *principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad*, una fuerza que coordina la reproducción sistemática, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales i grupales de

<sup>558</sup> BAUMAN, Z. *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 122-123.

<sup>559</sup> Llegiu PUIG, A.; TORRALBA, F. *La felicitat*. Barcelona: Proa, 2005. p. 40-42.

<sup>560</sup> CORTINA, A.; CARRERAS, I. *Consumeixo = existeixo?* Barcelona: Cristianisme i justícia, 2004. (núm. 123). p. 4. Bauman defineix consumisme de la següent manera: "[consumisme és] *cuando el consumo (...) se torna particularmente importante por no decir central en la vida de la mayoría de las personas, el propósito mismo de su existencia, un momento en que nuestra capacidad de querer, de desear y de anhelar, y en especial nuestra capacidad de experimentar esas emociones repetidamente, es el fundamento de toda economía de las relaciones humanas*". (p. 44) i afegeix "A diferencia del consumo, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el consumismo es un atributo de la sociedad" BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007. p. 47

<sup>561</sup> Aquesta afirmació la fem a partir de la distinció entre necessitats veritables i necessitats falses i entre necessitats i desigs (una distinció que fa Herbert Marcuse). Pel que fa a la distinció entre necessitats veritables o falses; les veritables serien l'alimentació, el vestit i l'habitatge i les necessitats falses serien les necessitats imposades per la societat de consum. D'altra banda, apuntàvem la distinció entre desig i necessitat. Seguint Daniel Bell, les necessitats són tenen el seu origen en l'aspecte biològic de l'ésser humà (aliment, higiene, habitatge...) i és possible –malgrat que difícil- delimitar-les; en canvi, el desig tenen el seu origen en l'aspecte psicològic i no tenen límit. Aquesta característica comporta diverses conseqüències. A part d'una plena insatisfacció, en el terreny econòmic quan l'economia està orientada a la mitigació de les necessitats pot limitar-se però, en canvi, quan l'economia es troba orientada a la satisfacció del desig ens condueix al consum indefinit. És a dir, des d'un punt de vista de mercat, el desig és il·limitat i, per tant, una economia que es basi en el desig tindrà el consum sempre assegurat. Per a aprofundir en la qüestió llegiu MARCUSE, H. *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Planeta, 1985. p. 35-38. BELL, D. *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Alianza, 1977.

autoidentificació, y en la selecció y consecució de polítiques de vida individuals<sup>562</sup>.

En la 'societat consumista' la felicitat, la identitat, la personalitat, el reconeixement, l'èxit però també les relacions humanes giren al voltant de les dinàmiques de consum. Tot el consum, doncs, es transforma en *vida*; en «consum de la pròpia vida»<sup>563</sup> dibuixant un escenari on l'individu empra aquesta activitat com a autoconstrucció inherent a la seva personalitat i als llaços de relació amb els altres. El consum, doncs, articula la vida dels individus.

D'aquesta manera apareix l'*homo consumens* (A. Cortina), l'*Ego consumens* (J. Baudrillard) o l'*Homo consumericus* (G. Lipovetsky) com un individu modelat a partir del consumisme el qual defineix l'individu i la seva societat. «El deure de tenir el paper de consumidor és el que determina la manera com la societat moderna forma els seus membres. El model presentat per la nostra societat als seus membres és el de l'habilitat i la voluntat d'assumir aquest rol: el de consumidor»<sup>564</sup>.

D'altra banda, Georg Simmel assenyalava ja fa anys que l'objecte del consum era, en darrer terme, l'entramat de relacions reals i simbòliques les quals anomenava *estils de vida*<sup>565</sup>. Una idea reblada per la nostra definició de consum i per sociòlegs i pensadors posteriors com ara Galbraith, Marcuse, Veblen, Baudrillard, Bauman o Lipovetsky entre d'altres. L'objecte de consum és concebut, en aquest sentit, com una mercaderia que organitza pautes de comportament, expressa identitats i segmenta les classes.

És a dir, que l'objecte de consum, sigui quin sigui, comporta una xarxa de patrons culturals, de relats i de signes; elements aglutinadors de l'espai urbà i de la vida dels seus ciutadans; uns ciutadans que sempre resten mediats per mercaderies (com dirà Simmel i més tard Baudrillard).

I això dóna pas a una nova cultura; és a dir, a una nova manera de produir formes d'interacció i mediacions que configuren noves formes de vida on les mercaderies són les mitjanceres de l'acció social. Vivim en el «temps dels objectes»<sup>566</sup>:

Estadísticamente, y siguiendo una curva creciente, cada individuo tiene menos trato cotidiano con sus semejantes que con la recepción y manipulación de bienes y de mensajes, desde la organización doméstica, muy compleja con sus decenas de esclavos técnicos, hasta el

<sup>562</sup> BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura econòmica, 2007. p. 47.

<sup>563</sup> MORIN, E. *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 214.

<sup>564</sup> BAUMAN, Z. *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 122.

<sup>565</sup> "El objeto de consumo no es el bien que se compra, sino una red mayor de pautas culturales, de relatos y signos en la que los objetos se presentan y adquieren argumento, esto es, sentido" MARINAS, M.A. "Simmel y la cultura del consumo". A: Georg Simmel en el centenario de 'Filosofía del dinero'. Madrid: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. p. 185.

<sup>566</sup> BAUDRILLARD, J. (1970) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Siglo Madrid: XXI España editores, 2009. p. 3. Vivim al seu ritme i segons la seva incessant successió.

mobiliario urbano y toda la maquinaria material de las comunicaciones y las actividades profesionales, hasta el espectáculo permanente de la celebración del objeto en la publicidad y los centenares de mensajes periodísticos llegados desde los medios de comunicación de masas<sup>567</sup>.

Certament, passem més temps davant de pantalles, artefactes i del mobiliari que davant de l'alteritat (sigui un altre individu o la Natura). La nostra «realitat viscuda dels objectes», en aquest sentit, és constant i continuada.

Però més que en el «temps dels objectes» vivim en el temps de l'experiència i de les significacions. El consumidor, dirà Zygmunt Bauman, són fonamentalment col·leccionistes de sensacions més que no pas col·leccionistes de coses<sup>568</sup>.

Així doncs, i resumint, el context contemporani està profundament marcat pel consum, el qual ha esdevingut l'estil de vida pròpiament contemporani. Per una banda, és un consum de béns superflus, esperonats pel desig i no pas per la necessitat. No només consumim l'entramat de significacions que ens proporcionen els objectes sinó que també consumim tot tipus d'esquemes i discursos. El consumisme no es basa, doncs, en la simple obtenció d'objectes sinó en les significacions i narratives que se'n deriven i en la satisfacció del seu desig.

De fet, és el desig i no la *necessitat* la que empeny l'individu a consumir<sup>569</sup>. Al mercat, els objectes no apareixen com a objectes de necessitat sinó com a objectes de desig tal i com anunciava Simmel a *La filosofia del diner* on seccionava la relació entre consum i individu (individualisme economicista) deslligant el consum de la necessitat<sup>570</sup>.

D'altra banda, l'individu fa del consumisme el pal de paller de la seva existència; el seu *ethos* el qual articula tant la seva identitat com les seves experiències vitals.

#### b) *Relacions entre consum i consumidor*

El consum com a control social ha estat un tema recurrent a la sociologia nord-americana dels anys cinquanta com ara Vance Packard, David Riesman, W. White Jr, Ernest Dichter, C.W. Wills, Marcuse i també un captat l'interès d'altres sociòlegs com ara H. Lefebvre, W. Benjamin, J. Baudrillard o P. Bourdieu entre d'altres. No ens és possible fer un recorregut per totes les teories sobre la relació entre l'individu i la

<sup>567</sup> BAUDRILLARD, J. (1970) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Siglo Madrid: XXI España editores, 2009. p. 3.

<sup>568</sup> BAUMAN, Z. *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 125.

<sup>569</sup> "L'horror més sinistre que pot experimentar el consumidor ideal (...) deu ser la perspectiva del desig que s'esvaeix i desapareix, la perspectiva de quedar-se sense res que es pugui ressuscitar, o en un món en que no hi hagi res per a desitjar". BAUMAN, Z. *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 125.

<sup>570</sup> SIMMEL, G. *Filosofía del dinero*. Madrid: Instituto de estudios políticos, 1977. p. 27.



*societat de consum* perquè òbviament és una tasca d'una gran envergadura i inapropiada per la fondària de les reflexions de cadascun dels autors i el caràcter panoramitzador d'aquest apartat<sup>571</sup>. No obstant això, podem fer a *grosso modo*, una classificació molt general per assenyalar les tres perspectives transversals pel que fa a la *societat de consum* respecte el consumidor sense entrar massa a fons a les teories contemporànies sobre l'anomenat *nou consumidor*<sup>572</sup>.

Per una banda, tenim aquelles teories que consideren el consumidor com un feudatari del consum. En aquest esquema, l'individu és una víctima dels productors i dels empresaris els quals aconseguen que l'individu consumeixi el que ells volen. El consum, en aquesta tessitura, té reminiscències d'alienació, de control social, de *superestructura*. És una idea encapçalada per Herbert Marcuse o John Kennet Galbraith en la seva teoria de la dependència. Galbraith diu que es creen necessitats i desigs segons la producció.<sup>573</sup> I en certa manera és així; en la nostra societat de consum l'esforç empresarial se centra més en la comercialització dels productes que no pas en la seva fabricació perquè des del *taylorisme* i el *fordisme* fabricar productes és més fàcil que vendre'ls. El pensament burgès concebut en l'economia clàssica de valor de canvi i valor d'ús s'han anat modificant per acabar dipositant-se en l'economia simbòlica.

D'altra banda, en un segon conjunt, agruparíem les teories neoliberals que afirmen que el consumidor és sobirà i que consumeix sempre allò que vol perquè el consum és un acte humà de llibertat. En aquest context, la publicitat i tots els mecanismes són potenciadors i catalitzadors de necessitats i desigs que ja existeixen<sup>574</sup>. A més a més, dins d'aquest plantejament, hi cabrien tots aquells que constaten noves dinàmiques de consum, en les quals el client/consumidor té més força que el productor/venedor la qual cosa ha provocat la transformació de la «societat de consum» a la «societat de consumidors»<sup>575</sup>. Amb el pas progressiu d'una *societat de productors* cap a una *societat de consumidors* allò important per a la producció no és elaborar el producte sinó vendre'l i en aquest escenari el consumidor tindria el poder<sup>576</sup>.

<sup>571</sup> Una breu aproximació panoràmica ens l'ofereix Steven Miles. Llegiu **MILES, S.** *Consumerism as a way of life*. London: SAGE, 1998. p. 15-35.

<sup>572</sup> Per a una visió general sobre el nou consumidor vegeu **ROCHFORT, R.** *La société des consommateurs*. Paris: Odile Jacob, 1996.

<sup>573</sup> "Hemos visto, además, que las necesidades no poseen un origen que sea independiente de la producción. Son creadas por el mismo proceso que contribuye a incrementar la producción. Por consiguiente, el efecto de un aumento de la producción partiendo de la capacidad dada de las fábricas, no es otro que aumentar también el poder adquisitivo para poder adquirir esa producción y los deseos que aseguran ese poder adquisitivo será empleado". **GALBRAITH, J.K.** (1958) *La sociedad opulenta*. Barcelona: Planeta-De Agostini, 1984. p. 185.

<sup>574</sup> Sobre les necessitats **SEMPERE, J.** *L'explosió de les necessitats*. Barcelona: Edicions 62, 1992.

<sup>575</sup> Un breu resum de la història de les formes de consum del darrer segle es pot trobar a **ALONSO, L.E.** *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI, 2005. p. 86-98.

<sup>576</sup> "Ya no se trata de producir primero para vender después, sino de vender para producir, ya que el consumidor final se ha convertido en una especie de «comisionante» del productor". **LIPOVETSKY, G.** *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p 73.

Per últim, en un pas mig entre aquests dos grups anteriors trobem els que deambulen entre la crítica de les necessitats imposades pels sistemes de producció i la sobirania del consumidor. El consumidor actual, malgrat que influït pel context, la moda i la publicitat és intel·ligent i mòbil, i «zappeja amb les coses amb l'esperança, generalment decebedora, de zappejar amb la seva pròpia vida»<sup>577</sup>.

La nostra exposició es fonamenta en l'estela d'aquest darrer parer i en la premissa ja defensada per Veblen, Simmel, pels sociòlegs crítics dels anys seixanta juntament amb Baudrillard, Bauman i Lipovetsky, els quals assenyalen que els objectes no són desitjables per ells mateixos sinó per la significació que contenen: prestigi, valor, posició, reconeixement, interacció social i que la motivació dels individus per consumir aquests objectes rau precisament en aquest ordre simbòlic de les coses. Malgrat que l'individu és lliure per consumir, la seva voluntat està influenciada pel pes del símbol i la seva llibertat coartada pel seu poder adquisitiu o d'accés al consum.

### c) Les motivacions del consumidor

Sigui com sigui, resseguint els autors que abans hem esmentat, l'individu contemporani té una propensió al consum de béns superflus fonamentalment simbòlics. Els motius d'aquesta predisposició poden ser diversos.

En primer lloc, la motivació pot ser propulsada des d'una perspectiva emulativa: l'individu consumeix per comparació amb els altres<sup>578</sup>; es desitja allò que no es té, allò que és en mans de l'altre i que designa una posició o estrat social. El valor és una dimensió creativa, una nova forma d'articular necessitats i desigs i allò que aporta el valor a l'objecte no és només el nostre desig sinó el desig de l'altre. Tal i com veurem més endavant i com afirma Lipovetsky: la moda sempre són els demés<sup>579</sup>.

<sup>577</sup> LIPOVETSKY, G. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p. 63. Aquesta és la postura que defensa Lipovetsky a la qual ens adscriuim: "De ahí la condición profundamente paradójica del hiperconsumidor. Por un lado se afirma como «consumactor», informado y «libre», que ve ampliarse su abanico de opciones que consulta portales y comparadores de costes, aprovecha las ocasiones de comprar barato., se preocupa por optimizar la relación calidad-precio. Por el otro, los estilos de vida, los placeres y los gustos se muestran cada vez más dependientes del sistema comercial". LIPOVETSKY, G. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p. 11.

Des d'una altra perspectiva un tant més optimista Daniel Miller assenyalava que estem en una nova època en la qual els consumidors són una força potencialment revolucionària perquè poden transformar la societat amb els seus hàbits de consum. Abans ho eren els proletaris i ara ho són els consumidors. No obstant això, aquesta potencialitat es veu aturada perquè no es té una consciència de grup o de classe consumidora ni la voluntat ferma de canviar d'estil de vida. Sobre aquesta qüestió llegiu CORTINA, A. *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus, 2002 p. 21-37 i p. 134-138.

<sup>578</sup> "Consumim comparant-nos amb els altres, «Quan preguntem: "que tal estàs?", hauríem de respondre "Comparat amb qui?" Perquè tot és comparatiu" CORTINA, A.; CARRERAS, I. *Consumeixo = existeixo?* Barcelona: Cristianisme i justícia, 2004. (núm. 123). p. 8-9. Així mateix es mostra en la *Teoría de la clase ociosa* de Veblen: VEBLEN, Th. (1899) *Teoría de la clase ociosa*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1995.

<sup>579</sup> LIPOVETSKY, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996 (5ª. ed). En un sentit semblant Simmel dirà que la moda és una imitació d'un model donat i proporciona la satisfacció del desig i necessitat de recolzament o acceptació social. SIMMEL, G. *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona: Península, 1988. p.28.

Derivada de la motivació emulativa, l'individu consumeix també com a senyal d'identitat perquè li permet diferenciar-se o igualar-se amb l'altre<sup>580</sup> però també mostrar les seves virtuts i els seus èxits, trobar el reconeixement sobresortint de la massa homogènia dels altres<sup>581</sup>. Aquestes és la perspectiva del consum des d'una teoria de la distinció social (P. Bourdieu i T. Veblen)<sup>582</sup>. Per consumir calen diners o accés al consum. D'aquesta manera el consum distingeix grups i segrega societats<sup>583</sup> perquè la forma d'organització social s'estableix, en molts casos, a través del consum<sup>584</sup>.

En tercer lloc, una altra motivació del consum és la compensació: contrarestar un disgust que s'ha tingut, el malestar, amb la intenció de restaurar-se, de tenir cura d'un mateix, de mimar-se i d'omplir aquell buit interior que ens desassossega, d'anestesiari problemes o situacions existencials que ens generen malestar. Consumir és terapèutic. Aquesta és una motivació que Lipovetsky relaciona amb l'època d'hiperconsum actual i la noció de «consum emocional»<sup>585</sup> i l'hedonisme; una època de consum individual, emotiu i d'experiències on les motivacions privades prevalen sobre els objectes de la distinció<sup>586</sup>.

Segons el filòsof, l'individu busca en el consum no tant l'admiració o estima de l'altre sinó el plaer narcisista de sentir-se bé i satisfet, de confirmar el seu valor davant d'ell mateix<sup>587</sup>: davant l'afebliment del jo (dirà T. Adorno)<sup>588</sup> ens reforcem amb el consum per al jo. Una inquietud que entronca amb el perfil narcisista que hem

<sup>580</sup> **BOURDIEU, P.** *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1998. Bourdieu fa una anàlisi dels gustos i del consum cultural vinculats a les classes socials. Allò més important des del punt de vista de la distinció és el gust. El gust és un element diferenciador que només uns quants tenen.

<sup>581</sup> "En rigor, la masa puede definirse, como hecho psicológico, sin necesidad de esperar a que aparezcan los individuos en aglomeración. Delante de una sola persona podemos saber si es masa o no. Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo -en bien o en mal- por razones especiales, sino que se siente «como todo el mundo» y, sin embargo, no se angustia, se siente a saber al sentirse idéntico a los demás". **ORTEGA Y GASSET, J.** *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 51.

<sup>582</sup> Adela Cortina fa referència a la teoria d'economistes com ara Amartya Sen –economista indi Nobel economia 1998; que diu que arran de la secularització les persones ja no creuen en una altra vida i que, per tant, cal salvar-se ara. L'èxit en la vida no vindrà després, es vol tenir ara i mostrar l'èxit és mostrar béns de consum costosos. **CORTINA, A.;** **CARRERAS, I.** *Consumeixo = existeixo?* Barcelona: Cristianisme i justícia, 2004. (núm. 123). p.11. D'altra banda M. Riviere parla de l'autoconstrucció i gestió de l'aparença i de la identitat de l'individu a partir dels valors en alça de la moda. **RIVIERE, M.** *Diccionario de la moda*. Barcelona: Grijalbo, 1996.

<sup>583</sup> "La lógica social de este sistema de consumo es la lógica de la diferenciación, la jerarquización y el dominio por el poder (...) del código que regula la producción simbólica. La sociedad de consumo funciona como un proceso de clasificación y de diferenciación, esto es, en una dinámica constante de selección de signos que jerarquizan a los grupos sociales manteniendo su estructura de desigualdad y dominio". **ALONSO, L.E.** "Estudio introductorio: la dictadura del signo o la sociología del consumo del primer Baudrillard" A: **BAUDRILLARD, J.** *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI España Editores, 2007. p. XXXVIII.

<sup>584</sup> Lipovetsky, en el mateix sentit que ho fa Veblen, Baudrillard o Bauman exposa que el consum es pot entendre com una estructura social de segregació i estratificació **LIPOVETSKY, G.** *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996 (5ª. ed). **CORTINA, A.** *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus, 2002. p. 99.

<sup>585</sup> **LIPOVETSKY, G.** *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p.40.

<sup>586</sup> **LIPOVETSKY, G.** *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p.42. El consum d'experiències es produeix dins de l'àmbit de l'oci modern: un espai de temps personal reservada en antigament a les classes dominants però generalitzada en les societats occidentals.

<sup>587</sup> **LIPOVETSKY, G.** *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007.

<sup>588</sup> **ADORNO, T.** *Industria cultural y sociedad de masas* Caracas: Monte Ávila, 1974.

assenyalat en el capítol anterior: un individu, recordem, preocupat per la realització personal i per la singularitat subjectiva.

El consum per al narcisista esdevé una activitat revulsiva amb el descontentament i la buidor quan és concebuda com una manera de fugir d'una rutina quotidiana asfixiant que guanya brillantor amb l'obtenció de noves adquisicions, noves experiències i nous petits objectius que converteixen el consum en un joc on el *shopping* tendeix a ser la seva mateixa recompensa<sup>589</sup>. El consum de productes es converteix en l'auto-consum de la vida individual en el temps ocios<sup>590</sup>.

De fet, com diu Miquel Tresserras, és molt més interessant l'experiència de la possessió i del consum que no pas la possessió del producte en si mateixa perquè, en el fons, l'individu és, com ja hem dit abans, consumidor d'experiències<sup>591</sup>.

I, en darrer lloc, consumim per ser feliços, vinculant o identificant la felicitat amb els béns de consum, ja siguin experiències, objectes o serveis. Ja hem dit en el capítol anterior que l'individu contemporani continua volent ser feliç. El valor característic d'una societat consumista és una vida feliç i, darrere d'aquest valor davanter, els altres valors han de justificar el seu pes perquè, al cap i a la fi, consumim sempre rere el teló *eudemonista*; amb la particularitat de la promesa d'una vida terrenal feliç 'aquí i ara' i de «todos los *ahoras* siguientes, es decir, felicidad instantánea y perpetua»<sup>592</sup> i també individual<sup>593</sup>.

Seguint l'anàlisi de Bauman, en una *societat de consumidors* la felicitat es basa tant en la producció i apropiació de coses com en la seva experimentació. Ser feliç és posseir i acumular i fer-ne d'això un gaudi. Unes activitats, però, que no ens porten necessàriament a l'assoliment de la vida feliç sinó que menen, possiblement, a la infelicitat<sup>594</sup> tal i com se'n desprèn de la constant insatisfacció dels protagonistes de la

<sup>589</sup> LIPOVETSKY, G. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p. 63.

<sup>590</sup> "Cada persona tiende, no ya a sobrevivir en su lucha contra la necesidad o a encerrar-se en la oscuridad de su hogar, ni a dedicar su vida a la exaltación, sino a consumir su propia existencia. (...) [La cultura del ocio] pasa a ser un estilo de vida. El tiempo libre no es solamente el cuarto trasero en el que entran los contenidos esenciales de la vida y donde la aspiración a la felicidad individual se convierte en exigencia. Es, por sí mismo, ética cultural. El ocio no es solamente el marco de los valores privados, es una consecución en sí. Y, más particularmente, la 'diversión' se convierte en un fin por sí misma". MORIN, E. *El Espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 85-86.

<sup>591</sup> Segons Miquel Tresserras, és molt més interessant l'experiència que la possessió perquè la possessió exigeix responsabilitat. Llegiu . TRESSERRAS, M. "Comunicación y ciudad". A: BALADRÓN, J. [et al.] *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p. 18-19. La tendència del nou consumidor, dirà, L.E. Alonso és la mateixa experiència de comprar: ALONSO, L. E. *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI, 2005. p. 117.

<sup>592</sup> BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007. p. 67.

<sup>593</sup> Sobre la felicitat i l'individualisme diu Edgar Morin que "La idea de felicidad es la cumbre de las civilizaciones individualistas. El derrumbamiento de los valores tradicionales y las grandes trascendencias se ha realizado en beneficio suyo. La felicidad se incorpora directamente a la vida real desde el momento en que se aligeran la lucha por la subsistencia, la opresión y las necesidades primarias". MORIN, E. *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus, 1966. p. 153.

<sup>594</sup> "(...) no hay ninguna evidencia de que con el crecimiento del volumen total (o 'promedio') del consumo también aumente el número de personas que dicen 'ser felices'. Andrew Oswald del *Financial Times* sugiere que más bien se verifica la tendencia contraria. Concluye que a los habitantes de países ricos y altamente desarrollados, con economías basadas en el consumo, la riqueza no les ha concedido la felicidad". BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007. p. 69. Des d'una altra perspectiva llegiu MARCEL, G. *Ser y tener*. Madrid: Caparrós, 1996.

novel·la *Les coses* (1965) de Georges Perec (1938-1982) delerosos de ser rics i viure en la opulència<sup>595</sup>.

L'associació entre la felicitat-benestar i la possessió de béns o usdefruit s'ha perpetrat des de temps ancestrals i en diferents cultures. Una felicitat que anava lligada sovint al concepte de riquesa; una riquesa lligada tant als tresors d'or i pedres precioses com a un estat de felicitat permanent descrita a partir d'una natura fètil, exuberant i ubèrrima tant recurrent en els mites de paradisos perduts com en els descobriments de noves terres i que són metàfores d'una felicitat lligada als béns però també a un estat primigeni d'harmonia, sense dolor ni sofriment.

Un paper que caldria atribuir tal vegada a la narrativa dels grans magatzems i dels parcs temàtics on tot sembla que vessa d'abundància il·limitada<sup>596</sup> i on no hi ha lloc per a la tristesa ni el dolor<sup>597</sup>.

Ser feliç és, en certa manera, una exigència del nostre entorn cultural perquè tots tenim 'dret a ser feliços' -com es recull en la *Declaració de la Independència d'Estats Units* (1776)<sup>598</sup>. D'aquesta manera, el nostre context es regeix, en definitiva, per un *imaginari mític*<sup>599</sup> de la felicitat a partir de la projecció imaginària d'arquetips feliços narrats fonamentalment des de la publicitat però també des de tot tipus de productes culturals.

Tanmateix, a part del descontent provocat per la insatisfacció permanent dels desigs, el que ens interessa remarcar no són tant les motivacions del consum en si mateixes sinó que totes elles tenen per comú denominador el consum com una activitat de processos simbòlics; com una via de satisfacció del desig a través de l'obtenció de significacions i narratives i que el consumisme és l'activitat central de la societat contemporània: una activitat constitutiva de l'estil de vida urbà: de l'*allò urbà* contemporani.

La ciutat és un lloc per ser feliç; però no a l'estil grec clàssic sinó a l'estil

<sup>595</sup> PEREC, G. *Las cosas*. Barcelona: Anagrama, 2010.

<sup>596</sup> Però abans aquests mites manifestaven el desig de la riquesa en un marc de despreocupació per les necessitats bàsiques, com un alleujament del pes de la vida mentre que la riquesa en les societats opulentes es basa més en la possibilitat de consum d'experiències, en la distinció i en el gaudi individualista que no pas en la satisfacció de necessitats primàries.

<sup>597</sup> Tanmateix, i sense judicar lleugerament sobre els camins que menen a la felicitat i sense fer-ne cap definició estanca, ens és suficient remarcar la idea generalment acceptada que la riquesa no és condició única i necessària per a ser feliços. Malgrat que necessitem consumir objectes per a poder subsistir, fer de l'activitat de consum i de l'acumulació de béns superflus el centre de la nostra existència no ens porta a la vida feliç. Perquè, recordem, els béns superflus, no són fills de la necessitat sinó del desig.

I quan la necessitat es substitueix pel desig transitem per un camí inacabable perquè el desig –contràriament a la necessitat- no s'esgota mai. Un desig satisfet és substituït automàticament per un altre. I el resultat d'aquesta insatisfacció permanent ens fa sentir infeliços i frustrats malgrat que provem una i altra vegada d'assolir l'imperatiu social de ser feliços a través del consum.

<sup>598</sup> En el preàmbul de la Declaració d'Independència dels Estats Units la felicitat ocupa el lloc de dret fonamental juntament amb el dret a la vida i a la llibertat: "*We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness*".

<sup>599</sup> MORIN, E. *El Espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus: 1966. p. 85-86.

hipermodern, tal i com, finalment, podem extreure dels discursos del professor de teoria econòmica i social Richard Florida quan parla d'un índex de felicitat geogràfica i dels criteris per escollir una ciutat que ens faci plenament feliços<sup>600</sup>.

### 2.3.2.3 La moda: la interiorització del «temps impacient»

Un altre aspecte que cal destacar són les dinàmiques de consum i, sobretot, aquelles vinculades amb la moda. La interiorització del món urbà es manifesta en la moda. I no pas en un *estil* o un altre sinó en la interiorització i exteriorització del seu *tempo* i tarannà per part de l'individu i de la societat en general. La moda és una manera de viure el temps; una forma de prendre el ritme cardíac a la societat contemporània. Quan més nerviosa és una època amb més rapidesa canvia la moda dirà Simmel<sup>601</sup>.

La moda és la metàfora tangible d'allò transparent, que s'esvaeix per raó de velocitat; d'allò efímer. Perquè en ella mateixa trobem el signe de la desaparició fruit d'una velocitat forassenyada.

La moda, com dirà Simmel, crea un temps social, un «temps impacient», un desig d'allò que està a punt d'acabar o de començar, una atracció pels límits, pels extrems, per la caducitat o la novetat. La moda, en aquest sentit, «està regida per la temporalitat mateixa de la moda, és a dir, per la lògica de la renovació incessant dels models, per la seducció, allò que és efímer, l'hedonisme. (...) En aquest tipus de societat ja no es viu d'acord amb les regles del passat i de la tradició, sinó segons unes normes canviant del present en un temps en què tot canvia permanentment»<sup>602</sup>.

La moda, per tant, pot ésser concebuda com la negació del passat, el gust pel present i per les novetats<sup>603</sup> o, darrerament, com la revisitació del passat des d'una òptica de renovació. Tornem al passat perquè ja hem renunciat a la innovació; aquest

<sup>600</sup> **FLORIDA, R.** *Las ciudades creativas. Por qué dónde vives puede ser la decisión más importante de tu vida.* Barcelona: Paidós, 2009.

<sup>601</sup> «Si en los pueblos primitivos la moda tiene menos impacto y es más estable de debe también a que en ellos es mucho más reducida la necesidad de novedad en las impresiones y las formas de vida, sin tener en cuenta para nada sus efectos sociales. El cambio de las modas señala la medida que alcanza el embotamiento de los estímulos nerviosos; cuanto más nerviosa es una época con mayor rapidez cambiarán las modas, porque la necesidad de estímulos de contraste, uno de los soportes principales de todas las modas, corre pareja con el nivel de las energías nerviosas». **SIMMEL, G.** *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos.* Barcelona: Península, 1988. p. 34.

<sup>602</sup> **LIPOVETSKY, G.** *Els temps hipermoderns. Conferència celebrada al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.* (26 de febrer de 2007). Barcelona: CCCB, 2007. p. 6. Dirà Morin: «El individuo privado que quiere consumir su propia vida tiende a valorar el presente. Por otra parte, cada vez se ve más provado de pasado; el pasado no le ofrece ya su sabiduría ni una regla de vida; los antiguos valores, las grandes trascendencias, quedan trituradas por un devenir acelerado». **MORIN, E.** *El espíritu del tiempo.* Madrid: Taurus, 1966. p. 214. Daniel Bell dirà que en la posmodernitat ja no pot existir una avantguarda perquè ja estem desvinculats de la tradició. Només existeix el desig d'allò nou i l'avorrimient.

<sup>603</sup> «Ya no hay una vanguardia porque nadie está de parte del orden o de la tradición; en nuestra cultura posmoderna. Solo existe el deseo de lo nuevo o el aburrimiento de lo viejo y de lo nuevo». **BELL, D.** *Contradicciones culturales del capitalismo.* Madrid: Alianza, 1977. p. 62.

és un terreny que hem deixat únicament a la tecnologia. Vivim en la sensació que tot ja ha estat dit i contradit en les avantguardes i en la història del pensament. L'art, sempre simptomàtic, mostra un camí que ens ha portat d'un art religiós i figuratiu a un art profà i abstracte que acaba estancat en el no-res; amb un llenç en blanc com el de Malevich.

Des d'aquest buit, tanmateix, podem mirar de visitar el passat per fer-hi una mica de turisme i ramblejar i caçar algun dels significats que hi descobrim i estiregassar-los o comprimir-los; barrejar-los i combinar-los. 'Renovar' amb la moda és fer un exercici d'hipersignificació i de retòrica; una activitat constitutiva, com veurem, de la *ciutat hiperrealitzada*.

En aquest sentit, la moda és la manifestació d'un estil de vida que es belluga sota la lògica de la renovació constant on allò nou o hipersignificat apareix com a imperatiu. El temps de la moda ha escombrat els ideals de permanència; l'efímer regeix la producció i el consum dels objectes i la provisionalitat la vida de les persones. Res no és per sempre; el mobiliari de casa ha estat substituït pels mobles d'Ikea<sup>604</sup>, l'ordinador sempre se'ns queda vell, la nostra roba i calçat es renova contínuament i res no es repara si es pot comprar una versió més nova que ens costa menys diners que la reparació.

Tot objecte està pensat des d'una «obsolescència programada»<sup>605</sup>. El consum es mou dins d'aquesta dinàmica de reemplaçament interminable determinat per la lògica d'aquesta renovació incessant i d'hipersignificació. En aquest sentit, la moda socialitza l'individu en el canvi permanent i el fa residir en un temps accelerat i movedís; el mateix ritme frenètic de la *ciutat realitzada* que l'individu porta amb ell en la seva 'ciutat interior' i que exterioritza amb el seu estil de vida accelerat per la moda i el consum i amb la sobrestimulació derivada de la saturació de significacions en la ciutat<sup>606</sup>. Com dirà Bauman:

<sup>604</sup> Sobre la relació entre els canvis socials i el mobiliari de la casa en parla també Baudrillard: "Al mismo tiempo que cambian las relaciones del individuo con la familia y con la sociedad, cambia el estilo de los objetos mobiliarios. Sofás cama, camas de rincón, mesas bajas, estanterías, son elementos que substituyen al antiguo repertorio de muebles. La organización cambia también: la cama se convierte en sofá cama, el aparador y los roperos en alacenas ocultables. Las cosas se repliegan y se despliegan, desaparecen, entran en escena en el momento deseado". BAUDRILLARD, J. (1968) *El sistema de los objetos*. Mèxic: Siglo XXI, 1994. p. 15.

<sup>605</sup> La «obsolescència programada» és aquell tipus de caducitat planificada per la cadena de producció per assegurar-se un nou consum posterior. Es produeix un producte de menys qualitat perquè en un moment donat haguem d'abandonar el seu ús per obsolet o avaria. Un dels exemples tecnològics més antics és la bombeta de llum. La primera bombeta d'Edison, l'any 1881, durava unes 1800 hores, les següents 2500 hores i s'havia arribat a patentar bombetes que duraven 150.000 hores però mai no es van comercialitzar. Es va crear un càrtel amb pressions als fabricant per reduir i estandaritzar la durabilitat de les bombetes en 1000 hores; d'aquesta manera s'asseguraven la producció i consum de bombetes en la posteritat. Fins i tot, després dels crack del '29, un empresari immobiliari, Bernard London va proposar una estratègia contra la recessió econòmica amb la idea d'una «obsolescència programada obligatòria». Actualment hi ha molts casos encara d'aquesta pràctica, la més flagrant en els mitjans tecnològics; sobretot a l'àmbit informàtic. DANNORITZER, C. *Comprar, llençar, comprar*. [Espanya]: TVE; Media 3.14; Article Z; Arte; TVC, 2010.

<sup>606</sup> Sobrestimulació de significats, de coses i de persones: "Y baste aquí señalar el entrelazamiento de innumerables elementos históricos y psicológico-sociales que han convertido las grandes ciudades, en contraste con ámbitos más estrechos, en suelo nutricio de las modas: la velocidad ajena a cualquier noción de fidelidad en el cambio de las sensaciones y las relaciones, la nivelación y simultánea exaltación de la individualidad, la concentración de las personas en un espacio reducido y precisamente por eso la necesaria reserva y distanciamiento". SIMMEL, G. *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona: Península, 1988. p. 50-51.

El consumidor és una persona en moviment i condemnada a seguir en moviment<sup>607</sup>.

La moda, com a sistema de signes, participa de les competències del símbol: les funcions expressiva, comunicativa, de coneixement i control. La moda expressa i comunica en relació al context. Dirà Sperber que el símbol no pot ser interpretat aïlladament del seu context com tampoc pot ser interpretat sota un únic domini<sup>608</sup>. El context del sistema de signes de la moda es troba certament en la societat però la seva interpretació és col·lectiva i, en la majoria dels casos, normativa<sup>609</sup>. Això vol dir, que es configura gairebé com un llenguatge o un discurs en tant que està configurada per símbols públics i, malgrat que el símbol és polisèmic, els objectes, paraules, actes, formacions lingüístiques, etc. de la moda esdevenen símbols convencionalment compartits pels membres d'una societat.

Totes les societats usen vestits i ornaments per transmetre informació de l'individu o del grup. Així la bata blanca del metge, l'hàbit del monjo o l'uniforme militar ens donen informació del *rol* així com un estil *punk* o *heavy*, una roba i calçat de marca determinada o una manera de parlar ens condueixen a situar (i situar-se) l'individu en un lloc determinat dins de la societat<sup>610</sup>.

L'antropòleg M. Sahlins diu que els objectes construeixen un sistema simbòlic que envolta les persones<sup>611</sup>. Vivim en l'espai i el «temps dels objectes» deia Baudrillard: la ciutat i la *societat de consum* giren al seu voltant i els objectes són les marques impreses de la vida col·lectiva dirà E. Durkheim. Si abans era el parentiu o la religió on trobàvem el simbolisme reflex i ordenador de la societat; ara ho és la moda i el consum.

I aquest ordre marcat per un sistema de signes com ho és la moda i els estils de vida comporten, en el seu sentit profund, la reproducció del sistema social, de les seves jerarquies, segmentacions i identitats<sup>612</sup>. El símbol és control. La moda és un

<sup>607</sup> **BAUMAN, Z.** *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Pòrtic, 2001. p. 127.

<sup>608</sup> **SPERBER, D.** *El simbolismo en general*. Barcelona: Anthropos, 1978.

<sup>609</sup> La interpretació de la moda, des de la semiòtica de Barthes se situa en dos nivells superposats. En primer lloc el «codi vestimentari» el qual "reglamenta un determinado número de usos y, por otra parte, la retórica, es decir, el modo en que la revista expresa ese código y que por su parte remite una cierta visión del mundo, una ideología". **BARTHES, R.** *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós, 2003. p. 429. Així doncs, la interpretació dels elements dins el sistema de la moda no és una qüestió senzilla i unívoca.

<sup>610</sup> "La calle está también repleta de signos; el vestido de esta mujer significa que va de paseo y el de esta otra que va a su trabajo. En la vida cotidiana sabemos (mejor o peor) traducir al lenguaje corriente estos sistemas complejos de signos. Si no sabemos traducirlos, si ignoramos algo, nos consideran raros, o forasteros, o fuera de la Historia". **LEFEBVRE, H.** *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Península, 1973. p. 89.

<sup>611</sup> **SAHLINS, M.** *Cultura y razón práctica*. Barcelona: Gedisa: 1987.

<sup>612</sup> Quan la moda depèn del poder adquisitiu; és a dir, de la potencialitat com a consumidors la societat es pot dividir novament en classes. Tanmateix, la moda permet la imatge del perill, de l'estètica de la marginalitat, que ha dominat en alguna de les darreres temporades entre joves de classe alta, que ens porta a la situació paradoxal en la qual la classe mitja baixa s'ha hagut de vestir de marginat comprant-se la roba a botigues cares per a emular la classe alta, mentre que la classe social baixa no reix en intentar imitar-se a si mateixos en el vestiment.



instrument de creació i manifestació de representacions col·lectives; és a dir, d'imatges culturals com a pautes que reafirmen tant allò institucionalitzat com allò marginal, que se'ns presenten com a comprensibles, i que influeixen d'alguna manera en l'acció<sup>613</sup>.

La moda, per tant, com a sistema de signes (R. Barthes)<sup>614</sup>, i com a pràctica de consum, pot esdevenir tant un sistema de classificació d'individus (general, universal), d'agrupament i diferència<sup>615</sup> com un element d'expressió identitària (singular). D'aquesta manera el consum (que té una funció econòmica) passa a tenir una funció simbòlica.

Però si la moda és expressió; expressió de què o de qui? Expressió de la interioritat de l'individu? O de la seva buidor? La moda expressarà la *nihilitat* o servirà per omplir el buit de l'individu? Sovint es relaciona la frivolitat amb la moda; la frivolitat que es caracteritza precisament per ser absència d'essència, fútil i superficial, de reducció d'allò profund a l'aparença; al *look*. En una ciutat convertida en imatge; plena d'estímul i cartells, en un entorn de trobades fugaces entre individus, la expressió de la identitat de l'individu es basa en la lògica publicitària i en l'aparença<sup>616</sup>.

En un aspecte més global, Baudrillard afirma que la publicitat emplena el buit simbòlic de la societat contemporània<sup>617</sup>. De la mateixa manera podríem dir que la moda ens ofereix *microrrelats* que ens ajuden a explicar-nos a nosaltres mateixos, a omplir buits, a crear una identitat i a jugar a ser un altre. Amb el buit de no saber qui som la moda ens ofereix diverses possibilitats de discurs. És més fàcil canviar de moda que canviar de vida.

Per això, en la *societat de consum* la recerca d'identitat ja és una forma de vida; un *microrrelat* cultural que hem d'anar construint i refent. La moda ens ajuda i el mercat s'encarrega d'oferir *microrrelats*, a voltes personalitzats, per convertir-los en codis

---

Un altre aspecte vinculat al que acabem d'apuntar és la moda desestandaritzada (dirà Lipovetsky), amb la política de *games*, versions, microdiferències... a partir del producte estàndard.

<sup>613</sup> Aquestes representacions col·lectives permeten interioritzar valors, models, pautes de conducta i de consum, i des de l'estat o des de poders econòmics es poden crear i impulsar aquests models a través del cinema, la televisió, la literatura, la instrucció acadèmica, i de manera molt significativa, des de la publicitat. Aquesta transmissió de models culturals afecta tots els col·lectius socials, que veuen legitimació i potenciació de les pràctiques ja existents, justificació de l'estat de coses, i sobre els quals es poden crear noves necessitats. Aquestes imatges, representacions col·lectives tenen una força visual, per tant, l'aspecte pot determinar models, concepcions valors, i això és canviant, el ritme el dona -en bona mesura- el mercat, les tendències estètiques del moment, vinculades al disseny.

<sup>614</sup> "Para mi está claro que la moda es un sistema. Contrariamente al mito de la improvisación, del capricho, de la fantasía, de la creación libre, uno se da cuenta de que la moda está estrictamente codificada". BARTHES, R. *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós, 2003. p. 430.

<sup>615</sup> "La moda es, como decía, un producto de la división de clases (...) así la moda significa, de un lado, la inclusión de un grupo de iguales, la unidad de un círculo caracterizado por ella, y precisamente por eso el cierre de este grupo frente a los que se sitúan más abajo, la caracterización de éstos como no pertenecientes a aquél. Unir y diferenciar son las dos funciones básicas que se conjugan aquí de manera inextricable". SIMMEL, G. *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona: Península, 1988. p.30.

<sup>616</sup> "Cada cual busca su look. Como ya no es posible definirse por la propia existencia, sólo queda por hacer un acto de apariencia sin preocuparse por ser, ni si quiera por ser visto. Ya no: existo, estoy aquí; sino: soy visible, soy imagen – looh, look!-. Ni siquiera es narcisismo sino una extroversión sin profundidad, una especie de ingenuidad publicitaria en la cada qual se convierte en empresario de su propia apariencia". BAUDRILLARD, J. *La transparencia del mal. Ensayos sobre los fenómenos extremos*. Barcelona: Anagrama, 1997. p. 29

<sup>617</sup> BAUDRILLARD, J. (1970) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Siglo Madrid: XXI España editores, 2009.

culturals. Des de la «generació me», el narcisisme i la distinció, la nova indústria ha adoptat la *mass customization*; és a dir, la personalització dels productes a partir de petites variacions que fan de cada producte un objecte singular.

D'aquesta manera, la moda dóna resposta a la recerca de singularitat en una «cultura objectiva impersonal»; en una ciutat plena d'individus que percebem d'una manera opaca i uniforme tot reafirmant amb la moda la diferència individual; l'extravagància<sup>618</sup>.

La publicitat, ja hem anunciat en l'apartat anterior, ja no ven productes sinó que ven experiències, imatges del món, valors i narratives<sup>619</sup>. I aquesta creació de valors a partir de la moda deriva de les formes de pensament o de les corrents estètiques, i tenen una influència en els comportaments dels individus. Així, per exemple, la salut pot dependre de criteris estrictament estètics: com ho són la influència de tendències anorèxiques, el món de la cirurgia estètica o els models de bellesa corporal promoguts pels mèdia.

La cultura (en sentit restringit), amb el seu potencial tant adaptatiu com crític, se sotmet a la moda, i perd la seva força latent com a crítica. Es troba fagocitada dins els valors canviants i superficials en una turbulència d'estils que fan el seu curs a ritme d'audiovisual, en el qual la demora no té lloc. El consum no es troba dins de la cultura, com una forma (mal menor) de transmissió d'aquesta, sinó que la dialèctica és inversa, la cultura es troba dins l'àmbit del consum i passa a ser una cosa més per a consumir.

Sigui com sigui, l'objectiu d'aquest apartat no és analitzar la moda. La moda, com va dir Mauss, «és un fet social total»<sup>620</sup> i desborda qualsevol intent d'anàlisi. El propòsit és subratllar que tant el consumisme com la moda són activitats simbòliques que desemboquen en l'*estil de vida urbà* contemporani i que ambdues, en conseqüència, jerarquitzen, classifiquen i segmenten la societat malgrat que creïn un llenguatge i una narrativa de la ciutat comuna als seus habitants.

<sup>618</sup> Com ja hem dit en un apartat anterior la lluita per la singularitat es fa palesa en la gran ciutat d'una manera accentuada. La recerca de singularitat condueix a les extravagàncies, a la recerca de l'autoafirmació de la singularitat pròpia, de cercar la diferència. Als barris de Harajuku o Akihabara (Tokio) els joves autòctons vesteixen cridanerament o estrafolàriament, a la moda més estrident. Diu Simmel: «Y esto conduce a la individualización espiritual en sentido estricto de los atributos anímicos, a la que la ciudad da ocasión con relación a su tamaño. Una serie de causas saltan a la vista. En primer lugar, la dificultad para hacer valer la propia personalidad en la dimensión de la vida urbana. Allí donde el crecimiento cuantitativo de significación y energía llega a su límite, se acude a la singularidad cualitativa para así, por estimulación de la sensibilidad de la diferencia. (...) lo que entonces conduce finalmente a las rarezas más tendenciosas, a las extravagancias específicamente urbanitas del ser especial, del capricho, del preciosismo, cuyo sentido ya no reside en modo alguno en los contenidos de tales conductas, sino sólo en su forma de ser diferente, de destacarse y, de este modo, hacerse notar; para muchas naturalezas, al fin y al cabo, el único medio, por el rodeo sobre la conciencia del otro, de salvar para sí alguna autoestimación y la conciencia de ocupar un sitio».

**SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 393.

<sup>619</sup> La potencialitat de crear valors des d'un discurs (publicitari, polític, econòmic, etc) ha de ser considerat una forma de poder. Com dirà Manuel Castells: «Valor es lo que las instituciones dominantes de la sociedad deciden que sea».

**CASTELLS, M.** *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 54.

<sup>620</sup> L'antropòleg Marcel Mauss amb el concepte de «fet social total» feia referència a tots aquells fenòmens que contenen diverses dimensions i travessen diversos aspectes de la cultura: l'economia, la política, l'estètica, etc. i que per aquest motiu són molt difícils d'estudiar.

Al mateix temps, el consumisme (i també la moda) com a forma de vida traspasa fronteres perquè es basa en una funció simbòlica, virtual que no té fronteres físiques per això el seu acomodament a la *ciutat hiperrealitzada* o *infovirtual*, com veurem més endavant, succeeix amb una naturalitat manifesta.

#### 2.3.2.4 L'imperi de la significació i la retòrica

La política y el sexo, el comercio y la información: todo me aparecía cada vez más sublime y cultural: pringado por su propio valor, elevado a símbolo de la idea que encarnaba. Los objetos con los que me iba topando sólo parecían existir como excipiente o ciático del sentido que debían vehicular. Dondequiera que dirigiera mis pasos me encontraba con algo ya adaptado a mí de antemano -a mi percepción, a mi aceptación o asimilación. Y es entonces cuando sentí un extraño malestar: algo así como la basca que produce un alimento licuado, una papilla gástrica o un *beech-nut* que se nos escurre, tibio y granuloso, por el esófago...<sup>621</sup>.

Amb el consumisme i amb la moda hem posat de manifest la rellevància del món del sentit i de la significació. La moda presenta els objectes alliberats de la seva funció. La ciutat és un mostrador ja no d'objectes sinó de símbols i de l'imaginari d'aquells objectes. El context contemporani sembla substituir el «temps dels objectes» pel temps subjectiu de l'experiència individual en l'acte d'aconseguir-los<sup>622</sup>.

L'individu valora més l'experiència de consumir en si mateixa que l'obtenció o apropiació dels objectes. Per això els productes porten programada l'acceptació, l'efecte, la interpretació, les idees i l'experiència que vol suscitar en l'individu.

En aquest sentit, el filòsof català Xavier Rubert de Ventós en el seu llibre *Crítica a la modernidad* (1998) afirma que el valor semàntic impregna actualment tots els productes del nostre context contemporani, que el significat supleix l'esdeveniment i que les mercaderies i les institucions personalitzades ja no se'ns apareixen com una obra o un producte sinó com el nostre paisatge natural; un paisatge perfectament sincronitzat amb la nostra percepció i dissenyat per a la nostra acceptació: «La realitat ja no es fa espiritual sinó espirituosa; no ja dotada de significats sinó *significamentosa*»<sup>623</sup>, ens ve a l'encontre a través de la significació.

<sup>621</sup> RUBERT DE VENTÓS, X. *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998. p. 9.

<sup>622</sup> En el context contemporani el consum és una experiència en si mateixa com per exemple s'observa en botigues com ara Abercrombie & Fitch, Apple, Marks & Spencer, Hollister o Nike Town les quals converteixen la venda en alguna forma de tematització o espectacle. Com assenyala Daniel Córdoba, «*En estas tiendas, la venta va vestida de vivebicia, lo que otorga más valor ya no solo a lo que compramos sino al hecho de ir a ese punto de venta a comprarlo: no se trata sólo de que pensemos 'yo he comprado en esa tienda', sino 'yo he estado' en ella*». CÓRDOBA-MENDIOLA, D. «¿Por qué compramos?». *ES. Estilos de Vida. La Vanguardia*. (4 de juny de 2011). núm. 192. p. 6-9.

<sup>623</sup> RUBERT DE VENTÓS, X. *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998. p. 10.

El caràcter *significamentós*, dirà el filòsof, és comú i intrínsec a tots els productes i a totes les pràctiques socials i formen part del tarannà del nostre temps contemporani<sup>624</sup>. La indústria ha «espiritualitzat la producció» en el sentit que elabora i promou les emocions mateixes, l'espontaneïtat i la intimitat, el relax i la informalitat quan pensa i crea un producte<sup>625</sup>.

Al mateix temps, alguns autors com Frederic Jameson<sup>626</sup> assenyalen que des de la inauguració de la modernitat fins ara s'ha produït un procés d'esvaniment del signe. Del signe entès com una entitat sensible que permet copsar un fet que es troba fora de l'acte de percepció; que evoca la imatge d'una altra cosa<sup>627</sup>. Jameson anomena aquest procés 'la mort del signe', el qual, sense referent ha perdut el seu sentit<sup>628</sup>.

En la il·lustració el signe gaudia d'un moment àlgid que es manifestava en els discurs científic i en el realisme estètic. El llenguatge era el mirall de la realitat<sup>629</sup>. Però allò expressat en els 'ismes' de l'art d'avantguarda, sumat a les noves tecnologies com ara la fotografia i el cinema, a més de la desaparició de l'aura de l'obra d'art amb noves formes de reproducció<sup>630</sup>, entronitzen l'abolició del referent, fan renunciar a la pretensió de realitat i ens insereixen en el territori de l'autorreferència constant.

D'aquesta manera, i d'acord amb el context contemporani, es passa d'un art objectual a un art conceptual on allò que es ven són fonamentalment les idees, els conceptes i les experiències que amaga cada producte artístic; la seva *eloqüència* i no pas l'objecte artístic en si mateix.

La moda i l'art, com assenyalava Baudelaire, ja no copien la naturalesa sinó que s'emancipen d'ella; la moda esdevé l'expressió de l'artificialitat<sup>631</sup> en tota regla. L'eix de significació del món ja no és la Natura sinó el mateix individu; la seva impressió o expressió, la seva subjectivitat, les seves pautes socials o la seva imaginació.

El consum en la ciutat, d'igual manera, manifesta un interès creixent per les notes o els símptomes de la realitat més que no pas per la realitat mateixa. D'aquesta

<sup>624</sup> RUBERT DE VENTÓS, X. *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998. p. 213.

<sup>625</sup> RUBERT DE VENTÓS, X. *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998. p. 214.

<sup>626</sup> CUADRA, A. *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: LOM, 2003.

<sup>627</sup> Sota la denominació del signe s'aglutinem els símbols, les representacions, les imatges, les senyals, els indicis etc. Ferdinand de Saussure (1857-1913) concep el signe com l'associació d'un significat i d'un significat. El significat seria el representant i el significat allò representat. D'altra banda, la perspectiva de Charles Sanders Peirce (1839-1914) inclou el intèrpret del signe (el subjecte) al qual anomena «representamen» (intèrpret) i d'aquesta manera el signe esdevé un procés d'interpretació: la semiosis.

<sup>628</sup> "Asistimos a la muerte del signo como instancia de sentido; abolido el referente y el significado, sólo queda el brillo reluciente de los significantes multiplicados hasta lo infinito por las redes massmediáticas, saturando todos los espacios de un universo en expansión: la postmodernidad". CUADRA, A. *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: LOM, 2003. p. 60.

<sup>629</sup> CUADRA, A. *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: LOM, 2003.

<sup>630</sup> BENJAMIN, W. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica: tres estudis de sociologia de l'art*. Barcelona: Edicions 62, 1993.

<sup>631</sup> Dirà Baudelaire en referència a la moda: "La moda, así pues, debe considerarse entonces como un síntoma del gusto por el ideal que perdura en el cerebro humano por encima de todo aquello que la vida natural acumula de grosero, de terrestre y de inmundado, como una deformación sublime de la naturaleza, o más bien como un ensayo permanente y sucesivo de reforma de la naturaleza". BAUDELAIRE, Ch. *Arte y modernidad*. Buenos Aires: Prometeo, 2009.

manera, allò important no és el llenguatge o la representació com a vehicle d'aprehensió de la realitat sinó la representació i el llenguatge per parlar de la representació i del llenguatge mateix; és a dir, l'autorreferència i la retòrica<sup>632</sup>. Es compren i es produeixen conceptes i experiències i els objectes i el seu ús queden relegats a un segon pla.

Tanmateix, la imatge i la representació, orfes de referent i submises a la lògica retòrica tendeixen, com dirà Jean Baudrillard<sup>633</sup>, a substituir o precedir la realitat fent-nos endinsar, d'aquesta manera, ja no en un idealisme de la raó sinó en un idealisme del seu sentit<sup>634</sup>: en l'al·lucinació estètica de la realitat, en el subjectivisme i en la creació de mons propis a la manera de Nelson Goodman<sup>635</sup>.

La ciutat consumida i consumista, esdevé, així doncs, el territori de la immaterialitat de la significació, l'àmbit de l'autorreferencialitat i de la retòrica en la qual el buit que ha deixat la realitat (el referent) és omplert amb la producció de somnis i d'imaginariis individuals i col·lectius que la substitueixen.

En aquesta direcció, l'antropòleg Marc Augé postula que amb l'abolició dels metarrelats la memòria i l'imaginari col·lectiu deixen un espai buit que ara ocupa la ficció<sup>636</sup>. Una ficció que pretén substituir amb noves imatges l'espai que abans ocupava un imaginari col·lectiu sedimentat per la tradició, per la política i per la religió.

D'aquesta manera, sorgiran les empreses de la ficcionalització: empreses dedicades a la creació de mons de ficció, dels parcs temàtics, dels clubs de vacances, dels parcs d'entreteniment; dedicades a semantitzar la ciutat i la nostra vida a partir del consum d'imaginariis. Les marques no només vendran el producte ni l'experiència de consumir sinó també la seva narrativa, l'*storytelling*<sup>637</sup>, l'imaginari del món que l'acompanya. I aquesta narrativa ens induirà a la vivència del somni a partir dels relats que acompanyen cada producte.

<sup>632</sup> "Inversamente, en la imagen concentrada en sí misma, o en el lenguaje centrado en el código, el significante deviene su propio significado, se da una confusión circular de las dos a favor del significante, la abolición del significado y la tautología del significante. Y esto es lo que define el consumo, el efecto consumo sistemático en el nivel de comunicación masiva. En lugar de ir al mundo por mediación de la imagen, es la imagen la que se vuelve sobre sí misma evitando el mundo". **BAUDRILLARD, J.** *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: s.XXI, 2007. p. 199.

<sup>633</sup> **BAUDRILLARD, J.** *El Crimen perfecto*. Barcelona: Anagrama, 1996.

<sup>634</sup> "La gran industria, decía Adorno, se pone hoy al servicio del proyecto idealista kantiano: la imágenes son producidas según los módulos conforme a los cuales deberán ser contemplados. El mundo que nos rodea se transforma así en una realidad cosmética, lubricada y tecnocolorizada donde cada objeto es public relations de sí mismo". **RUBERT DE VENTÓS, X.** *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998. p. 214.

<sup>635</sup> **GOODMAN, N.** *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990.

<sup>636</sup> "Todos los antiguos universos imaginarios colectivos tienen ahora el carácter de ficción. Pero, desde el momento en que el polo de lo imaginario colectivo está desocupado, la relación de lo imaginario individual con el polo IMC [Imaginari y memòria Col·lectiva] (...) ya no tiene razón de ser. Ante sí, lo imaginario individual no tiene más que la ficción. Pero la ficción también ha cambiado, puesto que ya no tiene intercambio alguno con el polo desocupado IMC". **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p.136.

<sup>637</sup> El terme es refereix a l'art d'explicar històries orientat, fonamentalment, al consum en un context on la marca ha esdevingut un relat i on la narrativa supera, fins i tot, la importància de la imatge de la marca. En aquest sentit emprà el terme Christian Salmon a **SALMON, Ch.** *Storytelling. La màquina de fabricar històries y formatear mentes*. Barcelona: Peninsula, 2008.

En aquest sentit, el catedràtic de sociologia Luis Enrique Alonso, parla d'una semiotització dels processos de consum on la marca esdevé *metamarca*; és a dir, per sobre de les seves funcions lligades al producte esdevé un relat de mitologia pròpia<sup>638</sup>. Són relats, en definitiva, que ens ofereixen visions del món i narratives enmig d'una crisi de relats. La substitució de l'imaginari col·lectiu d'antany pels mons de ficció i de les narratives de les marques (*brand story*) conformen l'avantsala d'un món –com veurem en el següent capítol- convertit en parc temàtic; on la Natura esdevé *Parc Natural*, el viatge es converteix en turisme, el gran magatzem en parc temàtic, la vida en simulacre i la ciutat en la possibilitat d'experimentar el nostre somni.

---

<sup>638</sup> En referència a les marques Alonso diu que són: “*un metarrelato icónico que nos ha hecho pensar en una nueva transición. (...) El derroche semiótico, la inversión en imagen, la erotización simbólica, disuelven cada vez más las barreras entre el consumo como actividad económica y como fenómeno cultural. El sistema de marcas se extiende e independiza de sus bases productivas e incluso estrictamente comerciales: son metamarcas que se desenvuelven por encima de los objetos, las funciones y, sobre todo, los sujetos, creando toda una mitología propia*”. ALONSO, L. E. *La era del consumo*. Madrid: siglo XXI, 2005. p. 71.

### 2.3.3 Teoria de la «Fantasy City» de John Hannigan

Este mundo, por el hecho de ser imaginado, es más atractivo, atrapante y real que cualquier otro modelo. Es un sueño compuesto, hecho de novedad pero también de elementos reciclados del pasado. El vocabulario con el cual este sueño está construido es el de la nostalgia y del pasado, pero también aquél de los media y la ficción<sup>639</sup>.

En l'apartat anterior dedicat a la ciutat consumida hem fet esment a la idea d'una configuració urbana com a parc temàtic. Així mateix ho havíem exposat en el primer bloc dedicat a la *ciutat projectada* pel que fa a l'urbanisme contemporani a partir de l'espectacularització de l'arquitectura, amb l'arquitecte-marca i les infraestructures convertides en *pseudoesdeveniments*.

Ara aprofundim en aquesta qüestió a partir de la perspectiva del sociòleg John Hannigan<sup>640</sup> i de la seva *Fantasy City* completant-la amb les reflexions de l'antropòleg Marc Augé<sup>641</sup>, amb la idea de *simulacre* del filòsof i sociòleg Jean Baudrillard<sup>642</sup> i amb l'anàlisi de l'arquitecte nord-americà Michael Sorkin amb l'obra *Variacions sobre un parc temàtic*<sup>643</sup>.

La «ciutat fantasia» és una ciutat de l'oci que Hannigan situa als Estats Units inicialment però que s'expandeix per arreu i que ha estat generada per les corporacions i els promotors immobiliaris, pels organismes públics i per les multinacionals de l'oci o, com dirà M. Augé, per les «empreses de ficcionalització»<sup>644</sup>.

Aquestes empreses, com ja hem dit en el capítol anterior, s'ocupen d'omplir els buits que han deixat els metarrelats per d'altres relats, els quals, segons Marc Augé, queden atrapats en la ficció dins d'un procés que ell anomena «el tot ficcional»<sup>645</sup>. Una idea similar a la que Jean Baudrillard feia referència anys abans quan parlava del procés de substitució de la simulació per la realitat<sup>646</sup>. La ciutat, en aquest sentit, és absorbida per un relat ficcional, per un espectacle del sentit i de la significació.

<sup>639</sup> **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea.* Madrid: Celeste, 2000. p. 50.

<sup>640</sup> **HANNIGAN, J.** *Fantasy City: Pleasure and profit in the Postmodern Metropolis.* Londres: Routledge, 1998.

<sup>641</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción.* Barcelona: Gedisa, 1998.

<sup>642</sup> **BAUDRILLARD, J.** *Cultura y simulacro.* Barcelona: Kairós, 1978.

<sup>643</sup> Amb ell i amb els coautors del llibre de referència que citem: **SORKIN, M.** [et al.] (1992) *Variaciones sobre un parque temático. La ciudad americana y el fin del espacio público.* Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

<sup>644</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción.* Barcelona: Gedisa, 1998. Un breu resum d'algunes empreses de ficcionalització com ara *Disney, Universal, Sony Corporation* i les seves dinàmiques econòmiques les podeu trobar a **HANNIGAN, J.** (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis.* New York: Routledge, 2010. p. 105- 127. D'altra banda, Henri Lefebvre ja assenyalava la tendència de les empreses capitalistes a crear una indústria de l'espai: "Con al industria del ocio el capitalismo se ha amparado de los espacios que quedaban vacantes: el mar, la playa, la alta montaña. Ha creado una industria nueva, una de las más potentes: la industria del ocio". **LEFEBVRE, H.** *La producción del espacio.* Barcelona: Anthropos, 1984. p. 221.

<sup>645</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción.* Barcelona: Gedisa, 1998.

<sup>646</sup> **BAUDRILLARD, J.** *El Crimen perfecto.* Barcelona: Anagrama, 1996.

La dinàmica de substitució de la ficció per la realitat explica la certa *naturalesa* onírica de la ciutat moderna (tal i com assenyalava Benjamin<sup>647</sup>) i contemporània. Allò ficcional i les narratives creades per la publicitat i els mitjans ens immergeixen en l'horitzó del somni a partir de l'espectacularització dels relats que aporten el sentit de la ciutat contemporània:

La ciudad panorama se transforma en ciudad espectáculo. Todo es espectáculo, todo tiene que convertirse en espectáculo para que la ciudad pueda representar y hacer experimentable el sueño y el deseo<sup>648</sup>.

Els orígens de la *Fantasy City* els situem en la Modernitat; en les primeres exposicions universals així com també en l'aparició dels primers grans magatzems a París, Londres o Berlín a finals del segle XIX i amb ells el sorgiment del *consum de masses*. Així mateix, la combinació entre els mitjans i els Jocs Olímpics també és un exponent prou eloqüent de la ciutat feta l'espectacle<sup>649</sup>.

Walter Benjamin, al *Llibre dels passatges*, descriu la combinació del somni i la ciutat a partir dels passatges parisencs construïts amb diferents jocs de miralls i d'espais ambigus que convertien la ciutat un món especular d'una realitat que *pampalluguejava*<sup>650</sup>.

També participaven d'aquest tàndem somni-ciutat les Exposicions Universals com la de Londres l'any 1851 amb el *Crystal Palace* de Joseph Paxton i les exposicions de París de 1889 i 1890 amb la Torre *Eiffel*, el *Gran Palais* i la recreació de diversos espais d'arreu del món (pagodes índies, llogarets senegalesos, palaus indoxinesos, la reproducció de la Bastilla, els carrers del Caire sota un mateix sostre) significat l'inici de la carrera de l'espectacularització de l'espai urbà orientat a l'oci i l'entreteniment de les masses així com també a l'experiència de viure la fantasia d'un món en miniatura subjecte a la nostra mirada i a les nostres expectatives; còmode i sense perills.

Les Exposicions Universals esdevindran, d'aquesta manera, «fires del somni» en les quals els somnis es fan reals i experimentables gràcies a la tecnologia i al poder econòmic<sup>651</sup>.

<sup>647</sup> BENJAMIN, W. *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2009.

<sup>648</sup> AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 81.

<sup>649</sup> MORAGAS, M. *Comunicació, identitats culturals i Jocs Olímpics: l'experiència de Barcelona '92*. [En línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB, 1992. <[http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl\\_2072\\_9037/WP006\\_cat.txt](http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl_2072_9037/WP006_cat.txt)>. [Consulta: 12 de desembre de 2011].

<sup>650</sup> BENJAMIN, W. *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2009. p. 870.

<sup>651</sup> AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 202.



Des d'un bon principi, els pavellons de les Exposicions Universals es fonamentaven en una arquitectura construïda especialment per albergar l'univers de consum a més de servir, per primer cop en la història, com a espais d'exhibició de les mercaderies sota el marc de l'entreteniment i l'oci<sup>652</sup>.

Més endavant, la importància de l'objecte (*mercaderia*) de les Exposicions Universals perdrà pes per donar pas a la celebració de l'experiència del lloc amb l'aparició dels parcs temàtics. Podríem dir, en aquesta direcció, que les Exposicions Universals pregonitzen l'aparició dels parcs temàtics.

L'any 1954 a Anaheim (Los Ángeles) es crea Disneyland el qual és un referent clau del procés de parquematzació i espectacularització de la ciutat contemporània. L'espai arquitectònic ja no és un embolcall per hissar les noves mercaderies sinó únicament per immersir l'individu en un relat i en unes experiències del consum de l'espai. L'arquitectura ja no exalça el valor de l'objecte com en les Exposicions Universals sinó el valor del relat adjunt, esdevenint en ella mateixa la medidora de la narrativa, de la ficció i del somni<sup>653</sup>.

*Disneyworld, Universal Studios, Port Aventura, Sea World, Gatorland, Animal Kingdom, Phuket FantaSea, Parque Xcaret, Legoland*, etc. o ciutats senceres que han esdevingut paradigmes de la «ciutat fantasia» com ara Las Vegas<sup>654</sup> (tota ella convertida en un enorme parc temàtic enmig del desert) o la platja de Patong a Tailàndia en són alguns exemples.

Les tesis de Hannigan postulen que la «Ciutat de la Fantasia» és el resultat d'una contradicció cultural atribuïda a la classe mitjana nord-americana la qual desitja experimentar sense córrer riscos, especialment riscos relacionats amb les «parts baixes» i degradades de les ciutats<sup>655</sup>. La *Fantasy City*, està construïda, doncs, sobre activitats, instal·lacions i tecnologies que cerquen enlluernar i tranquil·litzar el consumidor; instal·lar-lo còmodament com a espectador participant d'una ficció.

En aquest sentit, Hannigan parla d'una ciutat d'*ambient afectiu*, feta de «risks sense risc» (*riskless risks*)<sup>656</sup>, que no incomoda al passejant, remarcablement previsible

<sup>652</sup> GARCIA, C. *Socialización y metrópoli a finales del siglo XIX: los espacios para el consumo de masas. El caso de los almacenes Wertheim en Berlín*. [En línia] Scripta Nova. Barcelona. Universitat de Barcelona. núm. 28, 1998. <[www.ub.edu/geocrit/sn-28.htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn-28.htm)>. [Consulta: 21 de març de 2011]

<sup>653</sup> La primera publicitat del parc temàtic de Disneylandia ho expressa d'una manera molt clara: "*Disneylandia se basará en los ideales y se dedicará a ellos, a los sueños y a los grandes acontecimientos que han creado América. Y será condicionada de manera excepcional para teatralizar estos sueños y estos acontecimientos, para proyectarlos como fuente de coraje y de inspiración para todo el mundo*". Citat a SORKIN, M. [et al.] (1992) *Variaciones sobre un parque temático. La ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. p. 233

<sup>654</sup> Al llibre de Robert Venturi, Steven Izenour i Denise Scott Brown titulat *Aprendiendo de Las Vegas* es posa es descobreix una ciutat on els valors comunicatius són més importants que els espacials. VENTURI, R.; IZENOUR, S.; SCOTT BROWN, D. (1977) *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.

<sup>655</sup> HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010.

<sup>656</sup> Terme que John Hannigan agafa de Russell Nye (1981). Vegeu HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 71.

i que corregeix les mancances i les incomoditats dels suburbis urbans. En la «ciutat fantasia» no hi ha pobresa ni marginació, no hi ha tristesa ni dolor, ni perill ni desordre, ni cap imatge dissonant o contradictòria amb el discurs esperat.

Tot seguit, enumerarem algunes característiques de la «ciutat fantasia», resseguint fonamentalment John Hannigan però combinant-lo amb d'altres autors.

### 2.3.3.1 La «ciutat fantasia» s'articula a través de narratives de ficció

La *Fantasy City* gira al voltant de guions temàtics o de narratives extretes de la cultura popular, els esports, el cinema, l'entreteniment o la història<sup>657</sup>. En aquest sentit, *Walt Disney Company*, a la dècada de 1950 introdueix el concepte de '*imagineering*'; és a dir, la enginyeria de l'imaginari que subordina l'arquitectura a un relat, una història o una ficció<sup>658</sup>.

Amb aquesta supeditació de la forma de la ciutat a la seva narrativa (i no a la geografia ni a la història del territori), la ciutat es converteix, en termes de Hannigan, en una ciutat *temacèntrica* perquè el seu sentit rau en una narrativa creada des de la indústria cultural construïda pels *media*.

En aquest escenari, el cinema i la televisió són dos mitjans que han contribuït notablement a la construcció de les narratives de la «ciutat fantasia». Com a mitjans de comunicació de masses han difós extensament els imaginaris de la ciutat els quals han penetrat en les representacions col·lectives espectacularitzant alguns espais de la ciutat i introduint-nos en el somni i en la ficció dins d'una lògica on la representació precedeix allò representat<sup>659</sup>.

D'exemples n'hi ha molts; per citar-ne alguns la *Fontana de Trevi* a Roma a partir de la pel·lícula *La dolce vita* (1960), la botiga *Tiffany's* i la jugueteria *Fao Schwarz* de Nova York a partir de *Desayuno con diamantes* (1961) i *Big* (1988) respectivament; la fesomia de la ciutat de Nova York a partir de series televisives d'èxit com ara *Sex and the City* (1998-2004) o la tematització del barri parisenc de *Montmartre* arran de la pel·lícula *Amélie* (2001) juntament amb l'illa d'Odaiba, a Tokio, on podem trobar

<sup>657</sup> HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 2-3.

<sup>658</sup> "Para sus primeros parques temáticos, la Walt Disney Company desarrolló, a comienzos de la década de 1950, el concepto del "imagineering": sucesión del arte del ingeniero, conforme al que la forma adopta la función, ingeniería del imaginario de un nuevo género que subordinaba el programa arquitectónico a un relato, a una historia, a una ficción. Estas mismas recetas se aplican ahora al desarrollo de ciudades enteras, de Las Vegas a Shangai o Dubai. Una evolución que demuestra la porosidad creciente de lo real y de la ficción, conduciendo a la invasión contemporánea del "storytelling", en base al modelo anglosajón. Hoy lo experimentamos todos, en el día a día". Text extret de l'exposició DREAM LANDS: Exposició al centre Pompidou (París) 5 de maig al 9 d'agost de 2010.

<sup>659</sup> AUGÉ, M. *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 125. Sobre aquesta qüestió és interessant l'aportació del psicoanalista Christian Metz que reflexiona sobre imatge, ficció i cinema. Estudia la condició del personatge, el procés d'identificació amb ell i la comparació entre l'estat filmic i l'estat oníric.

diverses zones temàtiques sobre les sèries de televisió japoneses i sobre l'univers dels videojocs de l'empresa *Sega* amb el parc recreatiu *Sega Joypolis*.

També la literatura i la història ha contribuït notablement a la creació de narratives de la ciutat que han estat assimilades per la col·lectivitat. En la literatura Baudelaire, Balzac, Gogol, Poe, Dostoivski, Dickens o Kafka han estat creadors de diferents narratives de ficció al voltant de la ciutat<sup>660</sup>.

Pel que fa a la narrativa històrica reconeguts per la tradició trobem múltiples exemples com ara l'edifici-museu des d'on es va disparar i matar l'any 1963 el president d'Estats Units J.F Kennedy i les elucubracions de qui va ser l'autor de l'assassinat o el pas fronterer de Checkpoint Charlie, a Berlín, un punt focal de la Guerra Freda on encara hi ha una caseta, uns actors que fan de militars amb el rerafons d'una sucursal del McDonalds.

En aquest sentit, les ciutats recreen els seus mites, la seva història tematitzada incloent-hi una narrativa que a voltes acaba esdevenint una *storytelling* que s'utilitza per comercialitzar la imatge de la ciutat, per tematitzar l'oci i el turisme. El parc temàtic ens ofereix una peça escenificada, tancada, orquestrada i guionitzada que converteix la ciutat en un espectacle i en una experiència agradable sempre i quan la realitat s'adapti a les nostres expectatives; a la imatge preconcebuda difosa pels *media* la qual hem assimilat com a realitat tal i com hem explicat en el primer bloc dedicat a la ciutat projectada i a l'urbanisme contemporani.

D'aquesta forma, la narrativa de la ciutat i l'imaginari que se'n deriva tendeixen a amplificar i accentuar-ne els seus atributs convertint la ciutat a partir de la paròdia del significat, de l'estereotip i del clixé. En aquest sentit García Vázquez posa d'exemple del barri novaiorquès de *Little Italy*:

Es lo que ocurre cuando la verdadera Little Italy, con sus inmigrantes, sus penurias y sus carencias, es reemplazada por la imagen que la gente tiene de Little Italy, con sus terrazas, sus canerieri y sus spaghetti alla siciliana, una imagen hiperreal que duplica la original y enfatiza hasta el artificio sus más pulcras esencias materiales<sup>661</sup>.

La Roma de l'hotel *Cesar Palace* de Las Vegas és més romà que Roma i el *Phuket Fantasea* més tailandès que Tailàndia. En aquest sentit, el reforç de la imatge i del significat tancat en ell mateix, ens immergeix en una *sensitis* on el referent és el mateix significat; una dinàmica característica de la *ciutat hiperrealitzada* que tractarem més endavant.

<sup>660</sup> Fins i tot podem visitar de la casa de personatges ficticis com ara Sherlock Holmes al 221B *Baker street* de Londres.

<sup>661</sup> GARCÍA VÁZQUEZ, C. *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. p. 78.

Per un altre cantó, la realitat de la «ciutat fantasia» és sensual; a la ciutat espectacle tot és tàctil i visible però ha estat buidat del seu significat profund<sup>662</sup> perquè, com dirà Debord -en referència a la societat de l'espectacle- «tot allò directament experimentat s'ha convertit en una representació»<sup>663</sup>.

Per últim, a mode de resum, la *Fantasy City* se'ns mostra com una ciutat creada des d'un context consumista en el qual l'individu troba un espai còmode i previsible, il·luminat i fascinat per les últimes tecnologies, que respon a la satisfacció del desig de l'individu a través del «risc sense riscos» i a l'experimentació del somni i del reforç de totes aquelles imatges preconcebudes sobre la ciutat i els seus atributs. En la «ciutat fantasia», allò realment espectacularitzat, no serà l'objecte sinó la seva narrativa, el seu relat; és a dir, la seva significació.

### 2.3.3.2 La «ciutat fantasia» és una marca

Diu Hannigan que la «ciutat fantasia» no és només una ciutat temàtica sinó que també és una ciutat feta *de i per a* les marques<sup>664</sup>. Ja hem vist en l'apartat anterior dedicat a la ciutat consumida l'estret vincle entre la marca i la ciutat. Hannigan també relaciona directament la satisfacció i l'entreteniment dels consumidors amb la possibilitat de vendre i comprar objectes-marca (*Nike, Universal, Coca-Cola, Viacom* entre d'altres).

La «ciutat fantasia» participa d'una sinèrgia amb les marques fins al punt de patrocinar edificis i espais de la ciutat com ara la Torre Agbar (del grup multinacional *Agbar*) de Barcelona, el districte teatral de Nova York amb el patrocini de l'empresa d'aereolínies *Continental Airlines*, l'atraient turístic de la botiga d'*Apple* a Manhattan o la ciutat de Beverly Hills amb la indústria cinematogràfica nord-americana de Hollywood al seu darrere.

D'altra banda, Hannigan assenyala que el context de la *Fantasy City* s'emmarca en el que Pierre Bourdieu (1984) anomena el «capital cultural»; la cultura entesa com a signe de distinció. En la ciutat contemporània aquesta distinció ja no es basa en l'objecte sinó -com hem vist anteriorment- en l'experiència individual que el consumidor té; en el «he estat allà» i en el «he fet allò...»; la qüestió important, en aquest sentit, és poder dir i demostrar mitjançant un record-mercaderia que realment hem estat allí i hem fet quelcom<sup>665</sup>.

<sup>662</sup> GARCÍA VÁZQUEZ, C. *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. p. 79.

<sup>663</sup> DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos, 2003. p. 37.

<sup>664</sup> HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010.

<sup>665</sup> Hannigan parla de la 'Passportization of experience'. Vegeu HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 69- 70.

Verificar i haver tingut experiència de determinats espais urbans passen a ser un signe de distinció com ho havia estat abans l'obtenció de determinats objectes. No importa la qualitat del que hem consumit sinó l'experiència de fer-ho i poder-ho explicar.

En aquest sentit s'inscriuen alguns restaurants i algunes botigues de la ciutat amb la pràctica de l'«*eatertainment*»<sup>666</sup>; un concepte suggeridor que Hannigan utilitza per designar la conversió de l'acte de menjar en una activitat d'entreteniment i d'oci deslligada de la seva funció principal. El *Hard Rock Cafè*, el *Planet Hollywood* o *Rainforest Cafè*, per citar-ne alguns, són establiments en els quals el menjar sovint és secundari i allò important és el «jo he estat allí» per sobre de la funció pròpiament alimentària.

En la mateixa línia es produeix el «*shopertainment*»<sup>667</sup>: una paraula que emprà Hannigan per fer referència al consum esperonat per les estratègies del parc temàtic. Un exemple recurrent és la botiga de roba i complements *Abercrombie & Fitch* la qual tematitza l'espai a partir de l'ambient d'una discoteca i on els dependents llueixen sense samarreta un cos escultural. Comprar allà esdevé una experiència per a l'individu el qual fotografia la botiga i els seu dependents immortalitzant el moment i posant de manifest que l'experiència de compra és més satisfactòria i més rellevant que l'objecte mateix que hem adquirit.

### 2.3.3.3 La «ciutat fantasia» és modular i un aparador

Els aparadors de *Zara*, *Gucci*, *Benetton*, *Nike*, *Tous*, etc. i les cadenes *Starbucks*, *Hard Rock Cafè*, *McDonald's*, *Burger King*, *Kentucky Fried Chicken*, *Pizza Hut* etc. així com una infinitat de botigues multinacionals homogeneïzen la fesomia urbana, equalitzant-la i anivellant-la a un rostre semblant i genèric com ja hem anunciat amb la «ciutat genèrica» de Rem Koolhaas i la idea annexada d'*urbanització* de Francesc Muñoz<sup>668</sup>. Koolhaas ja havia assenyalat que la «ciutat genèrica» era fractal: «una repetició del mateix mòdul estructural simple»<sup>669</sup>.

<sup>666</sup> De la mateixa manera i en un altre punt parlem del 'Shopertainment' i també del 'edutainment'. Sobre '*eatertainment*' llegiu **HANNIGAN, J.** (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 93-97.

<sup>667</sup> Concepte àmpliament explicat al capítol 5 de **HANNIGAN, J.** (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 81-100

<sup>668</sup> **MUÑOZ, F.** *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

<sup>669</sup> **KOOLHAAS, R.** "La ciudad genérica" A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 75.

Hannigan assenyala que la *Fantasy City* és modular perquè barreja i combina una gamma cada cop més estàndard dels components en diverses configuracions<sup>670</sup>, homogeneïtzant l'espai a partir de les grans marques en el que l'autor anomena la *McDonaldització*<sup>671</sup>. La sensació d'estar menjant a un McDonalds de Mumbai, Kuala Lumpur o Barcelona és sempre la mateixa: la decoració i el servei és un patró, les olors i els gustos un altre. L'experiència més semblant a la que Hannigan o Koolhaas fan referència és la de *déjà vu*.

D'altra banda, lligat a aquest atribut hi podríem afegir la concepció de la «ciutat fantasia» com a un gran aparador. Com ja hem assenyalat en el capítol anterior, la ciutat és conforma com una tribuna pels objectes i per les seves narratives, com un expositor de relats de felicitat, d'estils de vida i d'identitats.

El que s'iniciava als passatges de París al segle XIX i a les primeres Exposicions Universals<sup>672</sup> amb l'aparició de les primeres vitrines per als objectes arriba al seu punt més àlgid a la ciutat contemporània on tota la vida social succeeix davant dels aparadors.

Les estructures de la *urbs* (edificis, pavellons, botigues, bancs i restaurants...) però també part de l'activitat de la *civitas*<sup>673</sup>, són fabricades en funció de l'exposició i la visibilització dels objectes i dels seus relats. La ciutat s'orienta tota ella a fer desitjable l'objecte i el seu el relat a partir de la seva exhibició basant-se en la seducció. S'exhalça l'objecte exposat a partir de la posició i la il·luminació, del contrast amb el fons i amb d'altres objectes, dels jocs perceptius, cercant la singularitat enmig de la multitud d'estímuls, missatges i objectes.

L'aparador que mostra significats ja no es troba només darrera la vitrina sinó en tot allò que visibilitza el seu relat; és a dir, l'aparador serà tot allò que trasllueixi el relat que es vol vendre i cridi la nostra atenció. Una tasca que és en mans de la publicitat.

#### 2.3.3.4 La «ciutat fantasia» és oberta 24 hores

A diferència de la petita botiga tradicional, la «ciutat fantasia» es pot consumir dia i nit. Centres comercials com el de West Edmonton (Canadà) a la nit es transforma en el context de l'oci nocturn de tot el territori. El centre comercial que acabem de citar

<sup>670</sup> HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 3.

<sup>671</sup> HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 81-84.

<sup>672</sup> Dirà Walter Benjamin que les Exposicions universals són llocs de peregrinació cap al fetitxe de la mercaderia. BENJAMIN, W. *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2009.

<sup>673</sup> L'individu que passeja per la ciutat viu davant i darrera l'aparador com hem vist amb les representacions d'Ervin Goffman. L'individu viu possiblement amb les mateixes inquietuds per vendre als altres el seu propi relat que les que té la publicitat per vendre una mercaderia qualsevol.

és el més gran del món: amb 483.000 m<sup>2</sup>, 880 botigues, 11 grans magatzems, 110 restaurants, un parc aquàtic, una pista de gel, un hotel, un llac, una capella, 20 cinemes i 13 clubs nocturns i esdevé un món; una ciutat disponible per a tots els moments del dia<sup>674</sup> i de la mateixa manera passa amb Las Vegas.

La sempre disponibilitat de la *Fantasy City* la converteixen en la recreació d'un paradís per al consumidor: una *consumtopia* en la qual la possibilitat de consumir és pletòrica tant pel que fa a temps com a l'espai. En un sentit similar, el gran magatzem esdevé el model de la «ciutat fantasia». En ell hi podríem passar tota una vida. Hi ha ofertes per a totes les edats i per tots els moments del dia. En aquest sentit podríem afirmar el que ja va afirmar Baudrillard fa una trentena d'anys: «El centre comercial es una ciutat sencera»<sup>675</sup> i el seu tarannà *always on* i disponible per al consum la vincularan, més endavant, amb la ciutat infovirtual en la qual s'acompleix de forma completa el consum en tot lloc i a tota hora.

### 2.3.3.5 La «ciutat fantasia» és solipsista i virtual

La *Fantasy City*, segons Hannigan, és solipsista<sup>676</sup> perquè es troba aïllada econòmica, cultural i físicament de la resta de barris de la ciutat en la línia del que Marc Augé anomena «bombolles d'immanència»<sup>677</sup>; és a dir, espais cecs al seu context més pròxim.

La «ciutat fantasia» és subjectivista. La seva espectacularitat cerca l'experimentació subjectiva de la ciutat *per se*. Aïllada d'altres realitats ens immergeix en la seva proposta narrativa introduint-nos en el somni.

La «ciutat fantasia» no deixa el relat obert i imprevisible, res no s'ha d'escapar de la imatge predissenyada; de la seva narrativa pura i implosiva, autorreferencial on la còpia és més real que l'autèntica, on no hi ha cap element dissonant del mateix relat<sup>678</sup>.

<sup>674</sup> CRAWFORD, M. "El mundo en un centro comercial". A: SORKIN, M. [et al.] (1992) *Variaciones sobre un parque temático. La ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. p. 15- 46.

<sup>675</sup> BAUDRILLARD, J. (1970) *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2009.

<sup>676</sup> HANNIGAN, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 3.

<sup>677</sup> "Las burbujas de inmanencia son el equivalente ficcional de las cosmologías: esas burbujas están constituidas por una serie de puntos de referencia (plásticos, arquitectónicos, musicales, textuales) que permiten reconocerlas: dibujan y marcan una frontera más allá de la cual las burbujas ya no responden de nada. Son a la vez más materiales y más legibles que las cosmologías, las cuales son visiones simbolizadas del mundo. También es más fácil aprenderlas; pero les falta evidentemente un simbolismo, un modo prescrito de relación con los demás (un modo de relación reducido en su código de buena conducta entre usuarios) y les falta asimismo un sistema de interpretación de los hechos (por más que se empeñen en constituir mundos en miniatura, microcosmos del macrocosmos en el que se proclama la dignidad del consumidor que los frecuente) esas burbujas son en efecto paréntesis que uno puede abrir y cerrar a voluntad con los medios financieros adecuados y el conocimiento de algunos códigos elementales". AUGÉ, M. *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 146-147.

<sup>678</sup> Diu Umberto Eco: "He aquí la razón de nuestro viaje a la hiperrealidad en busca de los casos en los que la imaginación norteamericana quiere la cosa verdadera y para ello debe realizar lo falso absoluto; y donde los límites entre el juego y la ilusión se confunden, donde el museo de arte se contamina de la barraca de feria y donde la mentira

L'autorreferencialitat del parc temàtic es visualitza en les dinàmiques del turisme. Segons Augé, les empreses de ficcionalització creen universos nous (un fals carrer, un fals *saloon*, un fals riu, un fals castell...) a partir de relats, com per exemple i en el cas de Disney, contes europeus que han estat portats al cinema. La paradoxa està en que el turista torna a ficar en la pantalla (mitjançant fotografies i vídeo) els personatges «que mai no haurien d'haver sortit d'ella»<sup>679</sup>.

El cercle que es retroalimenta no inclou mai elements forans que no estan inscrits en la narrativa o en l'imaginari col·lectiu. En certa manera, aquesta idea tancada de ciutat, entronca amb l'exposada per Paul Goldberger<sup>680</sup> (1996) quan parla dels paisatges *dineyificats* (com ara el *South Street Seaport* a Nova York o l'*Universal City Walk*, Califòrnia) els quals contribueixen a la construcció d'una *ciutat privada* en la qual es substitueix la realitat desendreçada de la ciutat *real* per una realitat controlada i organitzada que proporciona una experiència urbana íntimament lligada a la fusió del consumisme, l'entreteniment i la cultura popular.

D'altra banda, la «ciutat fantasia» es construeix *infovirtualment*, sobre la base de les tecnologies de la simulació i de la virtualitat. Les noves tecnologies s'empren per jugar amb la realitat i la ficció. La tecnologia no només s'usa per a la còpia i per a la reproducció (com en el cas de Las Vegas, o del Poble Espanyol de Barcelona amb les seves reproduccions de ciutats i carrers) sinó també per experimentar la fantasia com si fos realitat per immersir-nos en el món del somni i la fantasia.

La seva naturalesa solipsista basada en narratives de ficció i en les tecnologies de la virtualitat deriven en la substitució de la realitat pel somni o, en paraules de Baudrillard, de la realitat pel simulacre<sup>681</sup>.

La hiperrealitat ens permet, des de la simulació, visitar llocs llunyans, experimentar ser un altre sense costos personals ni econòmics. El mateix Hannigan assenyala que la tendència del parc temàtic és l'experimentació d'altres estils de vida, d'identitats i de gènere<sup>682</sup> una tendència que es veurà acomplerta, com veurem més endavant, amb la *ciutat hiperrealitzada* o *infovirtual*.

---

se goza en una situación de «pleno», de 'horror vacui". **ECO, U.** "Viaje a la hiperrealidad". A: **ECO, U.** *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1999.

<sup>679</sup> **AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 146.

<sup>680</sup> **GOLDBERGER, P.** "The rise of the private city". A: **VITULLO, M.** (ed.). *Breaking Away: The Future of Cities*. New York: The Twentieth Century Fund, 1996.

<sup>681</sup> Diu Baudrillard en referència a Disneyland: "Lo imaginario de Disneylandia no es no verdadero ni falso, es un mecanismo de disuasión puesto en funcionamiento para regenerar a contrapelo la ficción de lo real". **BAUDRILLARD, J.** *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978. p. 31.

<sup>682</sup> **HANNIGAN, J.** (1998) *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010. p. 76-78.



### 2.3.4 L'esvaïment de la ciutat: la fractura entre la *urbs* i la *civitas*.

#### 2.3.4.1 El context actual de fragmentació i evanescència

Es dissolen totes les relacions tradicionals i fixes amb tot el seu seguici de nocions i idees antigues i venerables i les que les substitueixen envelleixen abans de corporificar-se. S'evapora tot el que tenia solidesa i continuïtat, és profanat tot el que era sagrat i, finalment, els homes es veuen forçats a mirar fredament les seves condicions d'existència i les seves mútues relacions<sup>683</sup>.

La idea de fragmentació, desconexió i esvaïment en la ciutat ha anat apareixent disseminadament en diferents apartats de la investigació; d'una forma germinal en la modernitat i fulgurant en la contemporaneïtat. En la *ciutat projectada* se'ns apareixia manifestament en un urbanisme contemporani preocupat per relligar l'individu amb l'entorn, amb un espai públic debilitat que dificultava la interrelació entre els seus individus; amb un carrer que agonitzava. La ciutat contemporània havia arribat a substituir els espais de trobada per espais d'itinerància, de «no-llocs», de trajectòries sense permanències. Havia parcel·lat l'espai racionalment i l'havia articulat amb els transports i amb la incorporació de les TIC, accelerant l'espai i comprimint distàncies.

Pel que fa a l'arquitectura contemporània fèiem referència a la *hiperrealitat* i al *minimalisme*. Una hiperrealitat elaborada amb la volatilitat de la llum, amb la transparència del miratge i amb la il·lusió hologràfica del mirall. Gratacels de vidres que es confonien amb el cel, en el reflex translúcid d'un horitzó que no existeix; com en la metàfora de l'home nietzscheà i com a figuració de la borrositat de la línia divisòria entre la realitat i la il·lusió; entre el ser i el semblar.

I el minimalisme, amb la imatge d'un àtom suspès en l'univers sense cap més referència que ell mateix i la forma pura sense una pretesa interpretació, formen part també del descontext, de la discontinuïtat i la fragmentació.

D'altra banda, hem vist la dissociació, desequilibri i tensions pel que fa a les dues cosmovisions de la projecció de la ciutat: l'organicisme-holisme i el racionalisme-individualisme. El model orgànic, prosèlit de la natura, intenta conservar una certa continuïtat i harmonia amb ella. La Natura entesa hel·lènicament com el sistema de tot el conjunt, d'un 'tot' autònom, univers i cosmos: continuïtat i connexió sense fi de totes les coses<sup>684</sup>. Per un altre costat, la cosmovisió mecanicista el món com la suma de les

<sup>683</sup> MARX, K.; ENGELS, F. *Manifest Comunista*. Barcelona: LUB, 1997. p. 13.

<sup>684</sup> SIMMEL, G. "Filosofia del paisaje". A: SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 256-266.

seves parts; la idea de discontinuïtat entre l'individu i la Natura; d'un individu que troba el seu sentit en ell mateix. El triomf d'aquest darrer model mecanicista i individualista per sobre de l'organicista i holista es tradueix en la discòrdia i tensió entre l'individu i la naturalesa i en la configuració del perfil de l'individu contemporani que dimana de la Modernitat. En ell s'assoleixen alguns auguris de la Modernitat a partir del concepte d'emancipació (independència d'una tutela o servitud). Alliberat de la transcendència – *desencantat del món* (M. Weber)-, sense el fil d'Ariadna dels metarrelats (Lyotard) i despenjat de la tradició, l'individu contemporani viu en un present sense passat ni pregunta, sense memòria (G. Lipovetsky), immanent i pragmàtic se sent lliure però sol.

Aquesta segona modernitat ha esmicolat la solidesa dels temps passats, els ha fets *líquids* (Z. Bauman). «S'evapora tot el que tenia solidesa i continuïtat» preveia Marx. S'ha fracturat així la història i la tradició. L'individu contemporani de la ciutat occidental viu desarrelat, descontextualitzat i autorreferenciat, havent superat la *llibertat subjectiva* viu preocupat per la seva auto-realització ('auto'; és a dir, que no necessita dels altres) que espera resoldre amb el consum. El panorama contemporani, impregnat de la cosmovisió individualista ens mostra un món fragmentat, conformat per petites unitats d'indivisibles: és a dir, d'individus.

En aquest escenari atomitzat, l'individu es troba descontextualitzat; es cerca i es busca en un projecte existencial de reconstitució i reintegració. Preocupat pel 'com' no troba un 'per què' i viu perdut en l'autorreferència: en la identitat i en l'autorealització. S'edifica l'ésser com en el minimalisme: sol i despenjat d'un sentit exterior. L'individu, en l'esquema mecanicista-individualista de la Modernitat, es fa a ell mateix, desvinculat del sentit transcendental en un món secularitzat i alliberat de les ideologies cerca discursos, els compra i els consumeix per construir el seu relat.

Pel que fa a les teories que hem exposat de la *ciutat realitzada*, el procés de disgregació s'ha fet palès amb la tensió *ecològica* entre l'individu i l'entorn. L'individu de la ciutat moderna es troba en una crisi ambiental –contextual- constant; en una lluita dialèctica entre la *cultura objectiva* i la *cultura subjectiva* (G. Simmel), entre un entorn saturat d'estímuls i una resposta racional de la vida nerviosa, entre l'individu i la societat, entre continuïtat i discontinuïtat, entre l'homogeneïtat de la multitud i la conservació de la individualitat o la distinció.

L'estudi de la ciutat contemporània i l'individu passa sempre pel conflicte entre contraris. La fragmentació deriva així del desequilibri entre dues de les parts que impossibiliten l'harmonia de la unitat perquè domina l'una per sobre de l'altra fins que la tibantor fractura irreconciliablement ambdues bandes.

D'altra banda, la idea de la fragmentació associada a la descontextualització de l'individu és una idea latent que qualla perfectament amb el panorama contemporani en

dues direccions diferents: la primera, amb la desconexió pel que fa a l'individu amb la ciutat; amb un entorn urbà que el desassossega, ple d'estímuls, amb un clar domini de la *cultura objectiva* per sobre la *subjectiva*, d'espais sense trobada, voraginós, de temps accelerat... La ciutat no esdevé un espai prolífic per les relacions interpersonals ni pel 'perfeccionament humà' (com vèiem amb Aristòtil). A més, l'espai públic es debilita; un espai públic que és, en essència, el territori propi d'allò urbà, l'espai de l'«ànima de la ciutat» i de la societat en construcció.

Sospecho que una de las explicaciones de este fenómeno es la avidez de la comunidad que crece en el seno de la gente de todo el mundo en la medida que cada vez más espacios públicos informales desaparecen de nuestra vida real<sup>685</sup>.

En la segona descobrim una ciutat desmembrada per dins i enllaçada per fora. En el capítol anterior hem vist breument que en un panorama de fragmentació la ciutat es connecta amb d'altres ciutats («ciutat global»), sobretot a nivell econòmic i comercial però també cultural. La ciutat ens ofereix un joc de mirades simultànies d'allò local i d'allò global; d'implosió i d'explosió d'urbanitat. Global i local ballen al so de la mateixa música; per una banda ens trobem immersos des de fa temps en un procés de globalització; la transformació del món en una gran ciutat i, alhora, en una ciutat multicultural i heterogènia, en la descomposició de la ciutat en petits fragments espacials, en el debilitament del teixit urbà i en un ressorgiment del particularismes fonamentalismes i reivindicacions d'allò particular, minoritari i local.

A banda d'això, la ciutat interconnectada a nivell planetari es deslliga del seu entorn més proper, és més a prop de les *hub cities*<sup>686</sup> que de la seva realitat limítrofa<sup>687</sup>. La gran ciutat es troba connectada globalment i desconnectada localment<sup>688</sup>. Som més a prop d'Estats Units que d'una Àfrica oblidada.

Per acabar de reblar el clau, la mateixa metodologia d'estudi de la ciutat *realitzada* es constitueix en la forma *flâneuriana*; és a dir, esmicolada a bocins per poder ser digerida i interpretada més fàcilment. Una metodologia, tanmateix, en

<sup>685</sup> RHEINGOLD, H. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. p. 21.

<sup>686</sup> VAN SUSTEREN, A. *Metroolitan Word Atlas*. Rotterdam: 010, 2005.

<sup>687</sup> "Quizá su característica más relevante -crucial para el destino del ya declinante Estado-Nación- es la desconexión de la ciudad con la región circundante y su estrecha vinculación en cambio con otras megaciudades. En una sociedad y sobre todo en un mercado que tiende ante todo al intercambio y promoción de los conocimientos (I+D) y a los flujos comunicacionales, y que está basado en las fluctuaciones de la Bolsa en torno al eje Tokio-Nueva York-Londres (...), la proximidad geográfica apenas representa función alguna, de modo que inmensas aglomeraciones urbanas como la del delta del río de las Perlas, en China, que está aglutinando Guangzhou y Foshan en el interior con los puertos de Macao y Hong-Kong, pueden convivir con no menos extensas zonas de miseria inmediatamente colindantes (...). Así, el sueño de la descentralización y dispersión por toda la tierra de los flamantes internautas, en base al carácter inmaterial y ubicuo de la tecnología comunicacional, parece desvanecerse. Mépolis acabará configurando -digamos, en el espacio geográfico- una red de megalópolis con rápidas comunicaciones entre sí (...), mientras el resto del territorio acabará por depauperarse al extremo y desertizarse". DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p.26.

<sup>688</sup> CASTELLS; M. *La era de la información. Economía sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1) p. 438.

consonància amb els temps en els quals vivim on el coneixement és bàsicament fragmentat (especialitzat): el pensament ja no aplica grans sistemes filosòfics per explicar el món; l'últim va ser Hegel. Ara l'especialista «sap molt bé el seu mínim racó d'univers però ignora l'arrel de tota la resta»<sup>689</sup>. Som «savis ignorants»<sup>690</sup>. La ciutat, doncs, és estudiada fraccionadament a to amb el saber fragmentat actual que també reverbera en d'altres esferes de la vida humana: en l'art, en les relacions personals i familiars, en el sincretisme religiós, en el consum i en l'oci, en el *zapping* del discurs mediàtic, etc<sup>691</sup>.

Per tant, ja no podem explicar la ciutat com en l'època clàssica, medieval, renaixentista o barroca. La ciutat contemporània és massa complexa. Fins a la Modernitat la interpretació de la ciutat estava en mans de la paraula; les muralles acotaven també conceptualment la ciutat<sup>692</sup>. Tanmateix, el seu enderrocament provoca una expansió *il·limitada* de la ciutat; una ciutat que esdevé *difusa*<sup>693</sup> i difícil de representar i analitzar. La seva representació queda en mans de la fotografia i del cinema i el discurs públic articuladori que abans ocupaven la publicitat i el periodisme és substituït per un mosaic de publicacions, *blogs*, *webs* especialitzades, *newsletters*, *tweets*, *fòrums*, etc<sup>694</sup>.

El discurs *de* i *en* la ciutat, per tant, es troba també fragmentat i especialitzat d'acord amb la societat de la informació i el coneixement on ciutat i individu esdevenen nòduls d'una xarxa d'abast planetari, supranacional i extraterritorial.

<sup>689</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 154.

<sup>690</sup> Terme d'Ortega y Gasset: "(...) *antes los hombres podían dividirse, sencillamente, en sabios e ignorantes, en más o menos sabios y más o menos ignorantes. Pero el especialista no puede ser subsumido bajo ninguna de esas dos categorías. No es sabio, porque ignora formalmente cuanto no entra en su especialidad; pero tampoco es un ignorante, porque es «un hombre de ciencia» y conoce muy bien su porciúncula de universo. Habremos de decir que es un sabio-ignorante, cosa sobremanera grave, pues significa que es un señor el cual se comportará en todas las cuestiones que ignora no como un ignorante, sino con toda la petulancia de quien en su cuestión especial es un sabio*". ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 155.

<sup>691</sup> "El que queda de pintura innovadora cavalca entre el minimalisme i l'hiperrealisme; no sembla capaç de representar cap història. El conte ocupa el lloc de la novel·la; l'esquetx, el de la tragèdia; el videoclip, el del cinema. L'urbanisme monumental ha desaparegut en benefici de les autopistes, les rondes perifèriques, l'interiorisme i la urbanització de cap de setmana". (...) *En el camp de saber passa el mateix. No hi ha savis. Hi ha especialistes. (...) No hi ha futur. L'escàndol ja no és possible. No hi ha fets sorprenents, només hi ha el 'déja vu'*". TRESSERRAS, M. *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Tripodos, 2005. p. 46

<sup>692</sup> AZÚA, F. "No ciudad". Revista Sleno. Madrid: Abada, 2003. núm. 14-15.

<sup>693</sup> KAJIMA, M. *Made in Tokyo*. Tokio: Kajima Institute Publishing, 2001.

<sup>694</sup> Blogs o weblog paraula anglosaxona que prové de Web y Log (diari): són els llocs web que periòdicament s'actualitzen amb textos d'un autor i apareixen de forma cronològica. Una Web és un document o informació adaptada per ser visualitzada en la World Wide Web al qual podem accedir mitjançant un monitor de computadora o un dispositiu mòbil. Les Newsletters són publicacions distribuïdes, en paper o electrònicament, les quals aporten informació d'interès per als subscriptors. Els Tweets són els missatges de no més de 140 caràcters que s'escriuen al Twitter i els fòrums són aplicacions web dedicades a les discussions o opinions en línia al voltant d'un tema.

### 2.3.4.2 El divorci entre *urbs* i *civitas* i la mort de la ciutat

Paradòjicament, justo en un momento de la historia en que los diseñadores de políticas y la prensa mundial están descubriendo la ciudad, «la era de la ciudad parece haber terminado»<sup>695</sup>.

Com hem assenyalat en els prolegòmens de la investigació: la ciutat és la unió inseparable del que els romans anomenaven la *urbs* i la *civitas*; és a dir la ciutat sorgeix de la pertinència recíproca entre una població i una entitat espacial concreta i fixa<sup>696</sup>. Mentre que la força de la *polis* grega requeia on estaven els seus ciutadans; la ciutat romana tenia un fort ancoratge amb el territori. La ciutat occidental era, en totes les etapes passades, *urbs* i *civitas* alhora.

En el context contemporani de fragmentació, l'aliatge entre la *urbs* i la *civitas* també es troba en un procés de trencament. Per una banda, i pel que fa a la *urbs*, l'extrema densitat, heterogeneïtat i desorbitada mesura de les ciutats contemporànies, la seva configuració urbanística i la *mort del carrer* ha facilitat el divorci entre els ciutadans (la *civitas*) amb la *urbs*. La imatge paradigmàtica d'aquest procés és el debilitament de l'espai públic, la por a la inseguretat del carrer i la proliferació dels «no-llocs»; a més d'una apropiació frívola dels espais urbans des del consum, la moda i l'espectacle.

Pel que fa a la *civitas*, un dels elements que han afavorit la separació entre *urbs* i *civitas* són les noves tecnologies de la comunicació i informació. Les activitats socials, econòmiques i culturals es desenvolupen ara al ciberespai; a la *ciutat hiperrealitzada*<sup>697</sup>. Les TIC són un dels elements principals que han facilitat aquesta escissió malgrat que no en són les culpables. Les causes d'aquesta separació entre *urbs* i *civitas* les hem de buscar en un context de pensament regit per la fragmentació en totes les esferes de la vida quotidiana i que responen a una manera de pensar determinada com hem vist anteriorment.

Hem esmentat reiteradament la «ciutat global» de Castells i Sassen; McLuhan parlava de l'*Aldea global* com a globalisme; com al món entès com una gran aldea creada pels *mass media*. Des d'una altra perspectiva, Lefebvre i els urbanistes de la Modernitat descobrien la importància cabdal del transport i la comunicació en la transformació de la ciutat cap a un món completament urbanitzat.

<sup>695</sup> WEBBER, M. M. "La era postciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 14. La frase entre cometes pertany a Don Martindale a la introducció del llibre de Max Weber titulat *The City*. WEBER, M. *The City*. Nova York, 1962. p. 67.

<sup>696</sup> CHOAY, F. "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 62

<sup>697</sup> MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, place and the infobahn*. Cambridge: The MIT Press, 1995.

Les TIC, en aquest sentit, han passat a formar part de l'articulació de la *civitas*; l'espai públic, de relació i interacció, de venda i consum, d'entreteniment i de treball es troben en la virtualitat telecomunicativa<sup>698</sup>. Precisament l'economista nord-americà Melvin M. Webber als anys seixanta, després d'aprofundir en la idea del *teletreball*<sup>699</sup>, és dels primers en detectar el desplaçament de la *civitas* a un altre entorn; l'emancipació de l'espectre psíquic de la ciutat i l'aparició del «*the non-place urban realm*». Anys més tard, l'any 1968, el mateix autor utilitzava el concepte «*post-city age*» per parlar de la defunció de la ciutat entesa com havia estat fins aleshores.

Aquest discurs enceta la idea d'una ciutat immersa en un procés d'esvaïment. Són diversos els autors que parlen d'aquesta desterritorialització i desmembrament de la unitat urbana. Una desterritorialització que s'inicia amb la incursió de la dispersió i l'espargiment de les dinàmiques de la globalització en les quals els processos de producció ja no estan centrats en un espai concret sinó dispersos en el globus terrestre; i també en la expansió d'una determinada cultura i ideologia que traspasa fronteres.

Sigui com sigui, s'està configurant una nova forma de ciutat diferent a la que coneixiem fins ara que no té nom. Félix Duque la bateja amb la denominació de *Mépolis*<sup>700</sup>, Melvin M. Webber de *Post-city*<sup>701</sup>, Edward W. Soja de *Postmetropolis*<sup>702</sup> o Paul Virilio de *Ciutat Sobreexposada*<sup>703</sup> o *Metaciutat*<sup>704</sup>. Sigui amb tons més o menys apocalíptics o integrats les noves teories de la ciutat copsen una forma d'absència.

Región urbana, comunidad urbana, distrito urbano..., esas nuevas entidades expresan con bastante eficacia el desvanecimiento de la ciudad y el anacronismo de «municipio»,

<sup>698</sup> Un procés que Manuel Castells recull en la 'Societat Xarxa' la qual defineix de la següent manera: "Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura". CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 50-51. El desplegament complet de la seva teoria es troba a CASTELLS, M. *El surgimiento de la sociedad de redes*. Madrid: Alianza, 1997.

<sup>699</sup> Sobre la definició de teletreball llegiu: QVORTUP, L. "Telework: visions, definitions, realities, barriers". A: OCDE (*Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic*). *Cities and New Technologies*. OCDE: París, 1992. p. 77-108.

<sup>700</sup> DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. També a DUQUE, F. *Mépolis o la novísima Trinidad ontotecnológica*. [En línia] [http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08\\_08.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08_08.pdf) [Consulta: 24 novembre 2009].

<sup>701</sup> WEBBER, M. M. "La era postciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004.

<sup>702</sup> SOJA, E.W. *Postmetrópolis: estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de sueños, 2008.

<sup>703</sup> VIRILIO, P. *La ciudad sobreexposta*. [En línia] <[www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopioteca/03\\_eugenio\\_valdez.pdf](http://www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopioteca/03_eugenio_valdez.pdf)> [Consulta: 22 d'octubre de 2009] Text traduït de VIRILIO, P. "The overexposed city". A: *Rethinking architecture. A reader in cultural theory*. Londres: Routledge, 1997. p. 381-390.

<sup>704</sup> "La 'ciudad real', localmente situada y que incluso daba nombre a la política de las naciones, de el puesto a la 'ciudad virtual', esta 'metaciudad' desterritorializada que se convertirá así en la sede de esta metropolítica cuyo carácter totalitario, o mejor, globalitario, no pasará inadvertido a nadie". VIRILIO, P. *La bomba informática*. Madrid: Cátedra, 1999. p. 20. Una idea que apareix també a VIRILIO, P. *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1999. p. 41-43; 50 i 78.

«pueblo», «ciudad antigua»: unos términos que pronto sólo remitirán a la historia o a nostalgias cargadas de sentido<sup>705</sup>.

Una realitat nova necessita de vocables nous que il·lustrin la complexitat infranquejable de la nova forma de ciutat com a resultat de la desterritorialització, l'evanescència i la interconnexió d'abast planetari. Vocables que parteixin de nous *aprioris*. Com assenyala Malvin Webber, seguim creient que la territorialitat és un atribut necessari dels sistemes socials perquè fins fa poc les societats sempre havien estat estructurades espacial i localment i les societats urbanes sempre succeïen en la ciutat<sup>706</sup>. Però ara aquestes premisses han canviat.

La *civitas* com a dipositària d'allò urbà es va traslladant a la virtualitat de la xarxa; l'espai vital s'eixampla i s'esbossa un altre tipus de societat i de cultura<sup>707</sup>. La cultura mediàtica, de la «virtualitat real»<sup>708</sup> i la *societat del coneixement* i de la *informació* són el resultat d'aquest canvi cultural. El sistema de referència físic i mental, les xarxes materials i immaterials desplegades entre *megalòpolis*<sup>709</sup>, la utilització d'instruments que modifiquen la nostra manera de veure el món, de relacionar-nos amb l'espai i amb el temps, constitueixen el sistema operatiu de la ciutat contemporània i dels seus habitants<sup>710</sup>.

En aquest sentit, l'adveniment d'allò urbà, dirà F. Choay, entès com una nova cultura planetària, única i polimorfa i com una manera d'ocupar l'espai habitable, desfà l'antiga solidaritat entre *urbs* i *civitas* i, en conseqüència, la interacció entre individus esdevé desmultiplicada i deslocalitzada<sup>711</sup>.

Per un altre cantó, les dinàmiques de serveis de la ciutat que es produïen en l'estàtica d'un espai edificat passen també a un espai virtual. L'administració, el banc, la botiga, la universitat ja no es materialitzen en un lloc sinó en la virtualitat d'una xarxa

<sup>705</sup> CHOAY, F. "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 70. També Manuel Castells explica que "la dinámica social construida alrededor de las redes parece disolver la sociedad como forma estable de organización social". CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 44.

<sup>706</sup> WEBBER, M. M. "La era postciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 14.

<sup>707</sup> "La contrapartida de expandir el espacio vital ha sido el papel contractivo de ciudades y naciones como estructuras organizativas de las sociedades. Naturalmente, este descubrimiento es revolucionario. Como Kenneth Boulding ha expresado en pocas palabras, anuncia el fin de la «civilización» como cultura de la civitas" WEBBER, M. M. "La era postciudad". A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 18.

<sup>708</sup> CASTELLS, M. *La era de la información*. Madrid: Alianza, 1996. (vol. 1) p. 405-408.

<sup>709</sup> Megalòpolis són per Félix Duque el conjunt d'illes de l'archipièlag comunicacional. La *nociutat* uneix les megalòpolis. DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p. 27

<sup>710</sup> En la línia de la teoria de McLuhan sobre el pas de «l'home» a «l'home de l'Aldea Global». McLUHAN, H.M. *La galaxia Gutenberg*. Madrid: Aguilar, 1969. CHOAY, F. "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p.70.

<sup>711</sup> CHOAY, F. "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p.70.

telemàtica. La *urbs* ja no és dispositària absoluta dels aspectes funcionals de la ciutat. I, en certa manera, la *urbs* s'aprima i es va fent transparent<sup>712</sup>.

Potser el que avui habitem no és necessàriament una ciutat, sinó un estadi posterior en què, d'altra banda, fora de l'experiència urbana, ja no queda gairebé res. No obstant això, cada vegada és més difícil retrobar la *civitas* enmig de tanta *urbs*<sup>713</sup>.

Ens trobem, així doncs, davant d'una nova facció de ciutat que s'esvaeix i dóna pas a una nova estructura desarticulada fruit de la dissociació entre la *urbs* i la *civitas*. El resultat de tot això és la *No-ciutat*, *Mépolis* o *Post-city*; és la mort de la ciutat tal i com la coneixíem fins ara; és una instància a donar nom a una realitat nova que avança. La ciutat, vista des d'una perspectiva apocalíptica, s'extingeix:

En todo caso, es obvio que la revolución provocada por *Bit City* exige mecanismos de compensación por las mutaciones, amputaciones y prótesis sufridas tanto por el ciudadano como por el entorno urbano. El modelo de ciudad de la "concepción heredada" (...) resulta cada vez más ineficaz. Asistimos hoy al final de *Metrópolis*, en una hecatombe parecida a la que debió llevar a la extinción de los dinosaurios<sup>714</sup>.

Des d'una perspectiva més ponderada, l'evanescència de la ciutat, més que d'una extinció es tracta d'una mutació. La desestructuració de la ciutat es produeix perquè estem canviant de forma. Tota desestabilització és el pas previ al canvi d'estat de les coses.

La ciutat contemporània s'ha desdoblada; les essències d'allò *urbà* s'han instal·lat fora de les seves construccions per dipositar-se en una *ciutat hiperrealitzada*, simultània i entrelaçada amb la *ciutat realitzada*. La *ciutat hiperrealitzada* entesa com aquell entorn virtual -sostingut fonamentalment per la informàtica i les telecomunicacions- juxtaposat a la *ciutat realitzada* que assumeix la funció de receptacle de les relacions i interaccions entre habitants, territori d'intercanvi i representació de les significacions de l'*allò urbà* contemporani; és a dir, lloc de trànsit de les manifestacions amplificades dels atributs de la *ciutat realitzada contemporània*. Aquesta podria ser una primera definició que anirem completant en les properes pàgines.

<sup>712</sup> "Sin duda pertenece a la naturaleza misma de los buenos recipientes el que no se modifique su composición por la reacción que tiene lugar en su interior; pues si los recipientes se modificaran con tanta rapidez como sus contenidos, unos y otros desaparecerían". MUMFORD, L. *La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 125.

<sup>713</sup> NUEZ, I.; RAMONEDA, J. *ATOPIA. Art i ciutat al segle XXI*. Barcelona: CCCB, 2010. p. 11.

<sup>714</sup> DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p. 29.



## 2.4 Resumint la *ciutat realitzada*

Hem dedicat aquest segon bloc a les teories de la *ciutat realitzada*: la ciutat que ha esdevingut la materialització de la *ciutat projectada*. Els discursos sobre ella, com les *realitzacions del directe* televisiu, intenten explicar una realitat que es troba sempre en construcció i en moviment: un objecte amorf, dinàmic, que es fa i es refà contínuament. Perquè la *ciutat realitzada* és un objecte esmunyedís, *actual*, inquiet, de múltiples cares i d'una complexitat inabordable. Per tant, una de les idees que cal remarcar és tant la ciutat moderna i contemporània és una ciutat viva que es troba sempre en procés de transformació.

Aquest canvi constant provoca el seu caràcter d'indefinició i planteja el problema de fons de totes les disciplines 'urbanes'. La ciutat i els seus atributs són un objecte d'estudi que és posat en qüestió però, malgrat tot, s'intueix la ciutat com a *locus* de la *consciència moderna*; com a icona dels temps hipermoderns per on passa l'autocomprensió de nosaltres mateixos i de la nostra civilització.

La seva gran complexitat no emana tan sols de la seva morfologia sinó fonamentalment dels seus habitants. D'aquí l'encertada distinció entre la ciutat i l'*allò urbà*. Tot allò que queda fora de la definició demogràfica i estadística de la ciutat té a veure precisament amb *allò urbà*: amb la forma de vida dels seus habitants, amb les pràctiques urbanes, amb les dinàmiques socials i amb la relació dels individus amb el medi i amb els altres individus.

Així doncs, durant aquest segon bloc i de forma difosa i entrelaçada, hem anat esbossant un esquema dialògic entre l'individu i el seu entorn urbà a partir de diferents perspectives que han anat configurant la faïçó de la ciutat moderna i contemporània en relació a l'individu que l'habita.

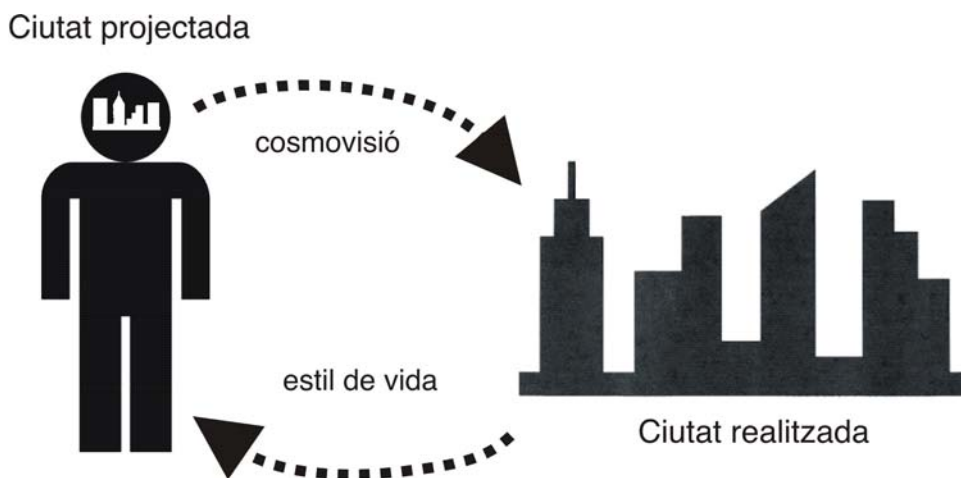
Pel que fa a l'efígie de la ciutat moderna hem fet un breu recorregut pel pensament de G. Simmel, L. Wirth i l'Escola de Chicago perfilant una ciutat densa, heterogènia i sobredimensionada, de temps accelerat i sobresaturada d'estímuls; una ciutat plena d'objectes que es comença a articular al voltant del consum.

La ciutat moderna esdevé una escenari de desconeguts i anònims, de multituds solitàries que, tot i encara mantenir els vincles de veïnatge i la família i una notable implicació en la vida pública a partir de la política i l'associacionisme, es veuen immerses en un fort procés de despersonalització.

Queda implícit en el recorregut d'aquest segon bloc la tensió i reciprocitat que hi ha entre l'individu i l'entorn urbà. Un entorn que ell mateix ha creat i en el qual *habita*,

però que conté elements que d'alguna manera el determinen quan els interioritza. Ens hem adscrit, doncs, a una orientació ecològica, resseguint l'estela de Simmel i de l'Escola de Chicago conscients que, tanmateix, el tarannà dels individus no es deu única i exclusivament als factors geogràfics o ambientals ja que l'individu l'hem afrontat com un tot complex; com a un misteri.

L'apropiació de l'espai i del temps urbans per part de l'individu així com la vida nerviosa que emana del seu context, deriven en una interiorització de la ciutat; en la creació del que hem anomenat la «ciutat interior». Amb ella absorbim la vida psíquica de la ciutat, la intensificació d'estímuls nerviosos i l'adaptació de l'individu a aquest entorn ple de mutacions, de ritmes frenètics i d'allaus d'estímuls i significacions.



L'actitud *blasé*, la indiferència, l'*spleen* o la racionalització econòmica a partir de la *lògica de la moneda* formen part d'aquesta experimentació de la ciutat subjectiva i configuren els paràmetres i el marc de les relacions socials dels individus. La vida psíquica de la ciutat és, com dirà Simmel, l'espai de la raó. I des d'aquesta mentalitat se'n deriva la cosificació de l'altre, la relació freda i reservada; la mirada objectivadora i el desig de reconeixement.

En aquest sentit, el *flâneur* aplicarà la mirada lògica i ordenada a la confusió de la multitud prenent al mateix temps distància, com la d'un espectador que observa els personatges d'una obra de teatre des de la butaca. El *flâneur* mira sense ser vist, des de l'anonimat, sense arriscar res, en una ciutat convertida en espectacle. Descriu així els petits fragments de la vida a la ciutat moderna la qual havia esdevingut el nou objecte artístic en detriment del que havia estat l'objecte de l'art fins aleshores: la naturalesa.

I són aquests petits fragments els que capta Simmel i els seus predecessors sota la denominació d'*estil de vida urbà*, l'estil de vida modern constituït per un dinamisme

accelerat i per la percepció d'un temps sempre transitori que influeix en les interaccions diàries, en l'entramat de relacions reals i simbòliques dins de la ciutat. Un *estil de vida* que troba la seva màxima manifestació en el consum, en el canvi pel canvi tan característic de la modernitat: la moda.

La *ciutat realitzada*, doncs, esdevindrà una ciutat practicada i experimentada des del consum. És a dir, una ciutat basada en un estil de vida consumista, en una cultura del canvi, apropiació i experimentació d'objectes simbòlics i d'interaccions simbòliques; fonamentada en el que més endavant en direm *coses-sentit*.

La ciutat moderna es va convertint, així doncs, en un mostrador ple d'objectes i mercaderies. La ciutat descrita pel caminar sense rumb del *flâneur* proposa una nova manera d'aproximar-se al fenomen urbà; a una ciutat que, com ja hem dit, canvia constantment i se'ns apareix sempre dinàmica, visual, a la moda, plena d'artèries i fluxos de caminants. El temps es torna transitori i l'espai efímer, fortuït i arbitrari. La ciutat contemporània n'accentuarà aquest tarannà convertint la transitorietat en «no llocs» i els fluxos en immediatesa.

D'altra banda, la ciutat contemporània és, per sobre de tot, una ciutat per al consum: per al consum del somni, per al consum de significats i per al consum d'ella mateixa. Porta en la seva genètica un temps precipitat i *impacient* que és esperonat per la lògica consumista basada en l'intercanvi d'informacions i de significats així com també en un consumidor impacient i insatisfet, que es mira i s'escolta a ell mateix des d'una actitud narcisista i que viu el present immediat dels seus desigs. Si la ciutat moderna creixia al ritme de la producció; la ciutat contemporània s'expandeix al ritme del consum. Perquè el consum ha esdevingut el motor de la societat contemporània; l'estil de vida dels seus habitants.

La imatge, la representació i la significació prevalen sobre els objectes i es condensen en la idea de càlcul. La ciutat és *significamentosa* i ja no es narra des de la política, la filosofia o la religió sinó des de les lògiques d'un sistema econòmic que ha fet del consum el seu eix locomotriu. En aquest context, la publicitat articularà la seva narrativa la qual ha ocupat l'espai orfe dels antics metarrelats i memòries col·lectives.

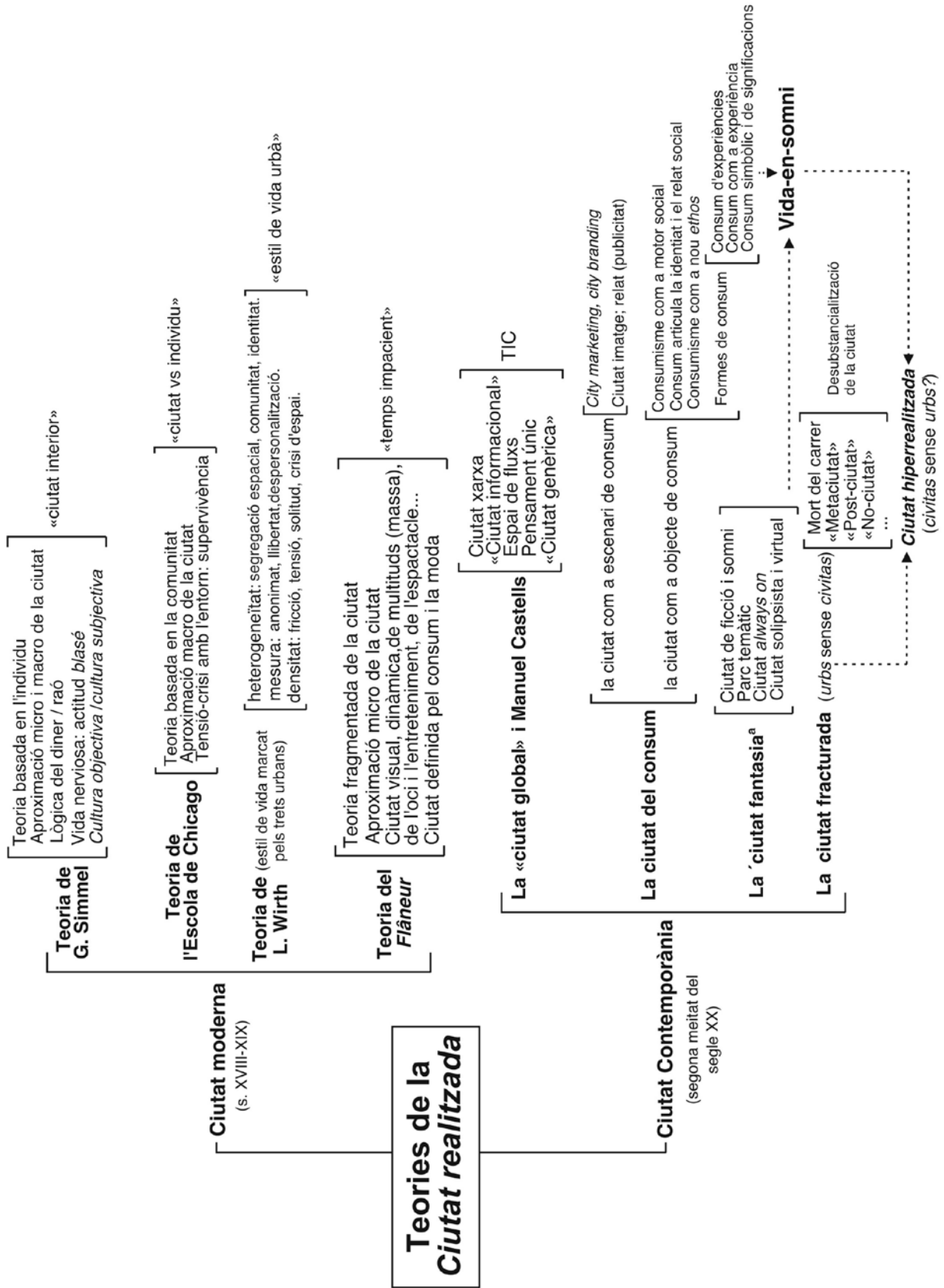
Amb la manca d'un imaginari col·lectiu i de grans relats, la *indústria cultural* genera «bombolles d'immanència», identitats, ficcions i nous imaginaris que parquematitzen la ciutat i la introdueixen en el somni i en la il·lusió. La identitat, tanmateix, esdevé un relat més: despersonalitzada i «genèrica» es buida de sentits groixuts i adopta narratives i imaginaris que conformen una imatge dèbil i estereotipada de l'individu.

La «ciutat genèrica» no té identitat; ha perdut els vincles amb la geografia i amb la història, amb l'espai i amb el temps. En aquest sentit, les teories de ciutat

contemporània perfilen una ciutat sense límits, indefinida, porosa i difusa: una «ciutat global», una ciutat xarxa interconnectada gràcies a les noves tecnologies de la comunicació i informació (TIC); una ciutat desterritorialitzada, fragmentada i evanescent que ha seccionat la unió tradicional entre la *urbs* i la *civitas*.

La *urbs* ja no aixopluga les activitats de la *civitas*. L'essència de la ciutat s'ha instal·lat fora de les seves construccions; s'ha desterritorialitzat. La *ciutat realitzada*, així doncs, es va tornant transparent mentre s'immergeix en una realitat nova recolzada per les recents tecnologies de la comunicació i la informació: la infovirtualitat.

Per últim, presentem tot seguit un esquema que ens serveix per situar les categories, conceptes i elements de la ciutat moderna i contemporània que utilitzarem com a base per analitzar, en el bloc següent, el que hem anomenat la ciutat hiperrealitzada.



PRIMERA PART:

# Ciutat hiperrealitzada

Teoria de la ciutat virtual; anàlisi de la ciutat real

---



### III. La ciutat hiperrealitzada

La ciudad, tal como la entendieron los teóricos urbanos desde Platón y Aristóteles hasta Lewis Mumford y Jane Jacobs, ya no es capaz de mantener su cohesión ni de cumplir su función como ocurría anteriormente. Es a causa de los bits; ellos la han matado. El modelo urbano tradicional no puede coexistir con el ciberespacio. No obstante, ¡viva la nueva metrópolis unida por la red de la era electrónica digital!<sup>715</sup>

#### 3.1. Presentació: què és la ciutat hiperrealitzada?

L'anatomia del tercer capítol dedicat a la *ciutat hiperrealitzada* s'articula en dos moments que s'entrecreuen. Una primera part dedicada a la *ciutat hiperrealitzada* en relació a la *ciutat projectada* (primera part) i un segon moment dedicat a la *ciutat hiperrealitzada* en relació a la *ciutat realitzada* (segona part).

A l'inici de la investigació hem fet una breu aproximació al concepte de ciutat posant de relleu que la definició de ciutat ja no és una qüestió purament demogràfica, estadística o paisatgística sinó que allò essencialment constitutiu de la ciutat es troba en la *civitas*; l'«ànima de la ciutat», els seus habitants.

Tanmateix, la unió íntegra d'*urbs* i *civitas* que havia reeixit fins ara es veu fracturada amb l'èxode de l'*allò urbà* fora de les construccions físiques de la ciutat. En aquest context, les noves tecnologies de la comunicació i informació han esdevingut dipositàries i mediadores d'*allò urbà* contemporani i han situat la *civitas* fora de la geografia i de la *història*, de la concepció tradicional de l'espai i del temps<sup>716</sup>. *Allò urbà* es troba en un escenari desterritorialitzat on no hi ha objectes ni *respectivitats* sinó, com veurem, significats<sup>717</sup> i relacions de significació; relacions ràpides, dislocades i confluents entre individus. La *ciutat hiperrealitzada* és fruit de la pura dispersió o, com

<sup>715</sup> MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

<sup>716</sup> En aquesta direcció apunten alguns pensadors de la ciutat quan fan referència a la 'nociutat' la qual és mobilitat sense més permanència que la llei que regula els canvis: el software que utilitzem en cada cas. Félix Duque dirà que la nociutat és "el resultado de una revolución tecnológica cuya primera y más extraordinaria característica es la negación de aquello que constituía la base formal de las ciudades: la geografía y la historia, el espacio y el tiempo, que la ciudad –ahora, en claro peligro de extinción- se encargaba de articular". DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p. 25. Aquest filòsof utilitza 'Mépolis' o 'nociudad' per referir-se a la 'Telépolis' d'Echeverría però ell prefereix l'ús de 'Mépolis' perquè el terme porta en ell mateix el concepte de nociutat. Per a Félix Duque les nociutats tenen una triple personalitat: a) Bit city o online city b) Old line city c) Sim city –ciutat del simulacre-.

<sup>717</sup> 'Significat' entès com a 'contingut' semàntic d'un signe lingüístic. El mot podria ser substituït, com fa L. Hjelmslev, per 'contingut' distingint així entre *substància* i *forma* del pla del contingut. La diferència entre substància i forma equivaldria a la oposició entre el pensament i la manera com organitzem el procés de comunicació lingüística.



diria Félix Duque «mobilitat sense més permanència que la llei que regula els canvis: el *software*»<sup>718</sup>.

La *ciutat hiperrealitzada* sorgeix, tal i com hem assenyalat en el capítol anterior, del procés de desmaterialització de la ciutat real la qual es va dissolent a poc a poc cedint els serveis i el tarannà de la ciutat física als seus equivalents virtuals. *Ciutat de bits*<sup>719</sup>, *Telépolis*<sup>720</sup>, *Mépolis*<sup>721</sup>, *Cibercities*<sup>722</sup> o *E-Topia*<sup>723</sup> són formes de denominar la ciutat resultant d'aquest procés de virtualització de la realitat urbana. Les sèus de les institucions, les biblioteques, els museus, els cinemes, les escoles, els campus universitaris i les botigues així com les entitats financeres han estat immerses en un procés de virtualització al mateix temps que les formes de relacions de l'habitant de la ciutat han estat alterades per aquest procés de virtualització.

A aquesta *ciutat* resultant del divorci entre *urbs* i *civitas*, sustentada per la informàtica i les telecomunicacions, que conté l'hàbit de la vida urbana contemporània i que és de complexió infovirtual (i virtualitzant)<sup>724</sup> l'hem anomenada la *ciutat hiperrealitzada*.

<sup>718</sup> **DUQUE, F.** "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: **AZÚA, F.** [et al.] *La arquitectura de a no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p. 25. Félix Duque diu en referència al que ell anomena Mépolis que "[Mépolis] el resultado de una revolución tecnológica cuya primera y más extraordinaria característica es la negación de aquello que constituía la base formal de las ciudades: la geografía y la historia, el espacio y el tiempo, que la ciudad –ahora, en claro peligro de extinción- se encargaba de articular".

<sup>719</sup> **MITCHELL, W. J.** *City of bits. Space, place and the infobahn*. Cambridge: MIT Press, 1995.

<sup>720</sup> **ECHEVERRÍA, J.** *Telépolis*. Barcelona: Destino, 1994. **ECHEVERRÍA, J.** Los señores del aire: *Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino, 1999. **ECHEVERRÍA, J.** Un mundo virtual. Barcelona: Plaza & Janés, 2000.

<sup>721</sup> **DUQUE, F.** "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: **AZÚA, F.** [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004.

<sup>722</sup> **BOYER, M.C.** *Cibercities. Visual perception in the age of electronic communication*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996. **GIBSON, W.** *Neuromancer*. Nova York: Ace Books, 1984.

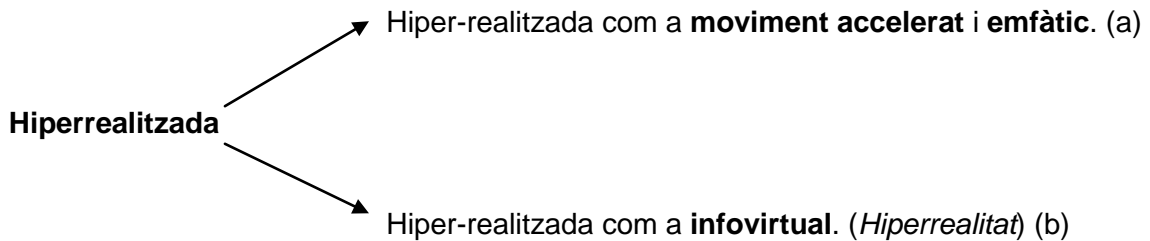
<sup>723</sup> Terme emprat per William J. Mitchell per parlar d'una ciutat construïda dins la xarxa. Segons l'autor, la tasca dels urbanistes i dissenyadors urbans és la de crear softwares que creïn entorns virtuals perquè la tendència és que moltes de les activitats econòmiques, socials i culturals de la ciutat ara es desenvoluparan en el ciberespai. Vegeu **MITCHELL, W. J.** *City of bits. Space, place and the infobahn*. Cambridge: The MIT Press, 1995. I també **MITCHELL, W. J.** *E-Topia: Urban life, Jim-but not as we know it*. Cambridge: The MIT Press, 1999.

Pel que fa als termes emprats per diferents autors (Ciutat de bits, E-Topia, Cibertopia, Telépolis...) els hem considerat tots emparentats. Amb els diferents matisos tots parlen d'una ciutat virtualitzada però es posa l'èmfasi en aspectes diferents i connoten valoracions optimistes o escèptiques davant del que nosaltres hem anomenat la *ciutat virtual hiperrealitzada*.

<sup>724</sup> La virtualització no és una cosa nova. Com assenyala Pierre Lévy, el procés de virtualització és típicament humà i forma part d'un procés d'humanització que va començar amb la virtualització del llenguatge, la tècnica i la violència dels contractes socials. **LÉVY, P.** *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós, 1999: "La humanidad surge a partir de tres procesos de virtualización. El primero está vinculado a los signos: la virtualización del tiempo real. El segundo, a las técnicas: la virtualización de las acciones, del cuerpo y del entorno físico. El tercer proceso crece con la complejidad de las relaciones sociales: para designarlo de la manera más sintética posible, se trata de la virtualización de la violencia". p.72 Pel que fa a la virtualització de la violència mitjançant els contractes socials, Lévy, explica que les regles de comportament, la religió, el dret i l'ètica posen fre al conflicte virtualitzant les relacions socials. El contracte defineix una relació independent d'una situació particular; lliure de les variants emocionals de les parts implicades i lliure de les fluctuacions de les relacions de força. El llenguatge virtualitza un temps real, obre el passat, el present i el futur. El text (mapes, esquemes, simulacions, pel·lícules, obres d'art...) i els discursos elaborats amb intencionalitat virtualitzen una activitat mental, una funció cognitiva. El text se separa del temps i del seu emissor i ens remet a la memòria, al record, la fantasia, a la reproducció de pensaments, de sentiments, d'imatges... a la representació. El text, doncs, es deslocalitza i descincronitza i, per tant, participa de l'esfera virtual. Igualment, la tècnica, segons Lévy, virtualitza l'acció. L'eina no és només una extensió del cos sinó una virtualització: "Según Marshall McLuhan y André Leroi-Gourman, las herramientas son prolongaciones o extensiones del cuerpo. En mi opinión esta teoría no hace justicia a la especificidad del fenómeno técnico. (...) Más que una extensión del cuerpo, una herramienta es una virtualización de la acción. El martillo puede crear la ilusión de ser una prolongación del brazo. La rueda, en cambio, evidentemente no es una prolongación de la pierna pero sí la virtualización del desplazamiento". **LÉVY, P.** *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós, 1999. p. 70.

### 3.1.1. La ciutat hiper-realitzada

L'ús del neologisme 'hiperrealitzada' ens servirà no només per designar la nova ciutat emergent sinó que també ens serà útil per mostrar la seva idiosincràsia. La seva definició s'articula en dues accepcions:



(a) Per una banda, el prefix 'hiper' pot significar tant el moviment accelerat cap al 'més enllà' com també exageració o excés. Ambdós significats del prefix expressen - per sobre d'altres com ara: 'post', 'meta' o 'trans'<sup>725</sup>- l'accent que descriu el tarannà de la ciutat contemporània; una ciutat en acceleració constant, precipitada i sense límits on els atributs de la *ciutat realitzada* (de la Modernitat i la contemporaneïtat) es desenvolupen en la seva màxima exageració.

La *ciutat hiperrealitzada*, com veurem en les següents pàgines, no només és un producte fruit de l'acceleració dels canvis que s'han produït a Occident en els tres darrers segles sinó que actua com a agent d'acceleració. La *ciutat hiperrealitzada*, com veurem, accelera i emfasitza els atributs de la ciutat contemporània (de la *ciutat realitzada*).

En aquest sentit, utilitzem també 'hiperrealitzada' per emparentar-la amb l'estela filosòfica de l'obra de G. Lipovetsky i amb la seva etiqueta d'hipermodernitat per designar els temps presents<sup>726</sup>. Ens adscriuim al seu anàlisi que fa al galop el qual concep el temps present com una deriva accentuada del que es va iniciar en la Modernitat.

D'aquesta manera, el mot conté ja per ell mateix, el discurs programàtic del que és: una accentuació de la ciutat ja donada; de la ciutat realitzada que hem presentat a

<sup>725</sup> 'Post' i 'meta' connotarien un després i 'trans' un canvi de condició.

<sup>726</sup> "La veritat és que no estem vivint de cap manera la fi de la modernitat. La hipòtesi que exposo aquí és que, ben al contrari, som a l'era d'intensificació de la modernitat, d'una segona modernitat. No som en una era «post», sinó en una era «hiper»: hipercapitalisme, miperpotència, hiperterrorisme, hipermercat, hiperclasse, hipermitjans, hiperconsum. (...) Així doncs, la idea de societat hipermoderna implica la idea d'excés, la idea d'excedència en una societat d'extrem, de la superació de límits, de tots els límits". LIPOVETSKY, G. *Els temps hipermoderns. Conferència celebrada al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona*. (26 de febrer de 2007). Barcelona: CCCB, 2007. p. 8.

la segona part. No és una *ciutat hiperprojectada*, ni una ciutat independent o paral·lela a la contemporània sinó la versió més amplificada d'aquesta.

(b) En segon lloc, fem la paraula 'hiperrealitzada' per assenyalar la seva complexió infovirtual; és a dir, la seva adhesió a la *hiperrealitat*. Amb la denominació 'ciutat hiperreal', a més de recollir el fil discursiu de P. Virilio i J. Baudrillard aquest neologisme conserva la noció de 'real'. Perquè la *ciutat hiperrealitzada* no és una ens de la raó; no és una *desrealització* sinó una forma de *realitat* deslligada ontològicament de l'ésser que al capdavall podem viure com a realitat.

La *ciutat hiperrealitzada* està construïda sobre una base plasmàtica, un sistema binòmic de zeros i uns, intangible que redimensiona les dues coordenades de l'existència humana: espai i temps, i en modifica la seva cosmovisió. D'aquesta manera, la *ciutat hiperrealitzada* modela l'individu a partir de la interiorització dels seus valors i de l'experiència espai-temps que arrelen en el que hem anomenat la «ciutat interior».

Per últim, *Ciutat realitzada* i *ciutat hiperrealitzada* s'entrellacen i coexisteixen l'una amb l'altra; simultàniament, en una relació de correspondència i retroalimentació. Com veurem més endavant, la *ciutat realitzada* 'realitza' (fa real, actualitza) la *ciutat hiperrealitzada* i la *ciutat hiperrealitzada* virtualitza (ensomnia) la *ciutat realitzada* fent cada cop més difícil la distinció entre l'una i l'altra; entre realitat i virtualitat.

### 3.1.2 La ciutat infovirtual

La *ciutat hiperrealitzada* que mostrem aquí, doncs, és infovirtual<sup>727</sup>. Per això, de vegades fem indistintament el terme *ciutat infovirtual* o *ciutat hiperrealitzada*. La infovirtualitat enderroca definitivament les muralles de la ciutat, difumina els límits del possible; entenent per 'infovirtual' tota aquella *realitat* suportada i generada per un sistema informàtic, ontològicament irreal però perceptivament real.

RV [Realitat Virtual] puede definirse como un sistema informático que genera entornos sintéticos en tiempo real y que se erigen en una realidad ilusoria (de *illudere*: engañar), pues se trata de una realidad perceptiva sin soporte objetivo, sin res extensa, ya que existe sólo dentro del ordenador. Por eso puede afirmarse que la RV es una pseudorealidad alternativa, perceptivamente hiperrealista, pero ontológicamente fantástica, que actualiza insospechadamente la vieja reprimenda de Pascal, cuando escribió: «¡Qué vanidad la de la

<sup>727</sup>

Infovirtualitat entesa com una forma de virtualitat generada per les tecnologies informàtiques i telemàtiques. Aquest terme és emprat per Javier Echeverría per distingir-la d'altres tipus de virtualitat: ECHEVERRÍA, J. *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés, 2000. p. 27 i 39.

pintura, que provoca la admiración por el parecido de las cosas, de las que no se admira los originales!»<sup>728</sup>.

Ens adscriuim a aquesta definició de virtualitat que fa Romà Gubern per fixar el terme que defineix la complexió de la *ciutat hiperrealitzada* que la distingeix de la *ciutat realitzada*. La *ciutat hiperrealitzada*, en tant que infovirtual, es troba desterritorialitzada, és una ciutat sense lloc concret, *outòpica*, vinculada als «no llocs».

La infovirtualitat, serà l'àmbit, context, suport i modalitat existencial de l'habitant *cibernètic*, l'internauta, l'*avatar*, l'individu virtual: el lloc dipositari i constitutiu de l'*allò urbà* contemporani, de la *ciutat hiperrealitzada*; el lloc d'intercanvi de paraules i de signes. Així ho vam constatar en la tesina que precedeix aquesta investigació que va ser titulada *La representació de l'individu a la ciutat hiperrealitzada*<sup>729</sup> on fèiem un abordatge teòric i acadèmic al món virtual *Second Life*.

Des de la perspectiva ontològica, la designació 'realitat virtual' esdevindria, no obstant, una paradoxa evident perquè està formada per dos conceptes contradictoris i excloents entre sí. Per una banda, *allò virtual* entronca amb la tradició dels mons de ficció<sup>730</sup>, la fantasia i l'aparença, i d'altra banda, tenim *allò* que anomenem *realitat*. Ambdós elements són plantejats dins la tradició filosòfica clàssica amb la dicotomia entre *allò real* i *allò aparent*<sup>731</sup>. La nostra exploració sobre la ciutat infovirtual reposa,

<sup>728</sup> GUBERN, R. *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama, 1996. p. 156.

La nostra opció teòrica coincideix amb la de Romà Gubern que acabem de citar. No obstant J. Echeverría – i d'altres autors- creu que els espais virtuals són entorns reals en tant que els seus efectes són reals sobre les persones que perceben i actuen en aquests entorns: "En una palabra, las tecnologías P-M generan una nueva modalidad de realidad porque las máquinas M son reales, al ser producto de acciones humanas intencionales y funcionan conforme al diseño previo, y porque las percepciones que suscita pueden ser intercambiadas entre sujetos diferentes. Si varias personas se ponen los mismos cascos y gafas estereoscópicas, ven lo mismo, lo que ha sido programado que vean, sin prejuicio de que sus sensaciones, sentimientos y acciones puedan diferir luego en función de la idiosincrasia de cada cual. La realidad infovirtual es tan real como puedan serlo los programas de televisión o las transferencias de dinero electrónico. Puesto que nadie habla de dinero virtual al usar su tarjeta de crédito ni de imágenes virtuales al utilizar el mando a distancia". ECHEVERRÍA, J. *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés, 2000. p. 69.

<sup>729</sup> SÀNCHEZ, J. *La representació de l'individu a la ciutat hiperrealitzada*. Director: Miquel Tresserras. Barcelona: Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull, 2008.

<sup>730</sup> "Basta soñar para conocer la realidad virtual" ECHEVERRÍA, J. *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés, 2000. p. 25. En aquesta definició de virtual entesa com a 'cosa imaginada' hi encabiríem tot el primer capítol que hem titulat 'La ciutat projectada' ja que la ciutat imaginada es manifesta en la literatura, l'urbanisme, la filosofia i la política. En aquest sentit, la *ciutat pensada* és també virtual. La virtualització és una pràctica antiga: la mateixa escriptura pot ser considerada la virtualització de la escriptura i l'art, les pel·lícules, mapes i esquemes virtualitzen activitats mentals. (Llegiu LÉVY, P. *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós. 1999. p. 19-70.) Echeverría utilitza el mot 'infovirtual' per distingir una modalitat de virtualitat de totes les altres. 'Infovirtual' és un terme que connota les següents apreciacions: a) és generada pels ordinadors i els sistemes informàtics, b) implica la creació d'un món artificial, c) els usuaris tenen la impressió de ser en aquell món artificial, d) és possible moure's, interactuar directa o indirectament. Per tant, la Realitat infovirtual (RIV) prové del conjunt de tecnologies informàtiques que permeten simular les percepcions humanes, generant un entorn o món virtual que dóna la sensació de realitat, i ens fa sentir més o menys immersos i tenim la capacitat d'intervenir en ell. És en el sentit 'd'infovirtual' que nosaltres emprarem el mot 'virtual' en la mostra proposta teòrica de la *ciutat hiperrealitzada*.

<sup>731</sup> No ens endinsarem en aquest exercici en la definició de la 'realitat' perquè és un concepte filosòfic especialment dens i transversal durant tota la història del pensament humà. Tot i això, la pregunta per la 'realitat' és pertinent encara que d'un abast immens. La 'realitat' (del llatí *res*, cosa, objecte) és un concepte exorbitant que ens obligaria a recórrer tota la història de la filosofia i a les diverses teories epistemològiques i ontològiques possibles. No ho farem malgrat que és evident que l'enfoc de la recerca es fa des d'una òptica concreta; la que proposem en el punt següent "La mudança de la cosa-sentit a l'espai virtual: la virtualització" i següents. La mirada sobre la realitat d'aquestes pàgines, com hem dit, entroncarà amb la distinció clàssica entre aparença i realitat. Distinció que més endavant relacionarem amb els termes zubirinians de *cosa-sentit* (aparença, sentit) i *cosa-real* (realitat, *realitas*). Així que d'entrada, no ens qüestionem

precisament, sobre aquesta tradició filosòfica que separa el «ser» del «semblar». Així doncs, prenent la definició de 'virtual' com allò imaginat, no és possible afirmar que quelcom és *virtual* i *real* a la vegada. Per tant, en lloc de parlar de *realitat virtual* preferim utilitzar, des d'ara, l'expressió *món virtual* o *entorn infovirtual*.

En certa manera, en termes platònics, el món infovirtual correspondria a un nou mite de la caverna reformulat i readaptat amb les noves tecnologies. Seguint la metàfora de Plató, les ombres no serien més que ficcions, hologrames i representacions de la pantalla convertits en vida. Ombres que existeixen com a *pseudorealitats*; com la imatge d'un mirall contrafet que poden esdevenir perceptivament tan reals –o més– com la realitat o ésser-ne una imatge borrosa<sup>732</sup>.

Tanmateix, el nostre plantejament inicial fuig del discerniment entre què és i què no és real malgrat que la remor de fons de la pregunta es fa present en tot l'itinerari d'investigació. Una pregunta que sorgeix, com dèiem a l'inici de la investigació, d'una certa atracció de la comunitat investigadora per indagar en tot allò que desapareix o és posat qüestionat: en aquest cas *la realitat*<sup>733</sup>.

D'altra banda, és inesquivable fer referència explícita a dos conceptes fermats a qualsevol estudi de la ciutat: *espai* i *temps* són les dimensions fonamentals de l'existència humana perquè dins d'aquests paràmetres vivim la nostra existència i quotidianitat i, a més a més, la seva concepció determina profundament cada cultura i la seva percepció de la realitat. No és en va que les cultures es diferencien les unes de les altres en funció del valor que atorguen a l'espai i al temps<sup>734</sup>. Amb aquesta darrera afirmació queda implícita la idea que cada canvi en la concepció d'aquests dos paràmetres desemboca en una cultura sensiblement diferent, tal i com havíem exposat a la *ciutat projectada*.

En el transcurs de la història de la humanitat, la tècnica i la tecnologia han tingut la capacitat de transformar les percepcions de l'espai i del temps i, per tant, de modificar la cultura. Lewis Mumford, com havíem anunciat abans, situa l'aparició del

---

l'existència d'un món real i d'un món aparent i, així mateix, refusem *ad hoc* les teories sol·lipsistes que neguen la existència de la realitat. Ara bé, des del punt de vista epistemològic sí que ens podríem arribar a qüestionar si podem o no conèixer la realitat ja que, quin absurd seria, investigar la ciutat sense cap bri ambicions de veritat. Evidentment, que és substancial partir de la possibilitat de conèixer la 'realitat' externa a nosaltres mateixos (realisme) i les seves representacions. Tanmateix no neguem que la mateixa aparença ja conté una part de realitat; en tant que existeix com a *fenomen*. La resposta a aquestes qüestions seran abordades a l'apartat dedicat a l'encontre estètic i següents d'una manera més profunda.

<sup>732</sup> Alguns entusiastes de la 'realitat virtual' com ara N. Negroponte afirmen que la 'realitat virtual' pot ser, fins i tot, més real que la mateixa realitat. **NEGROPONTE, N.** *Viure en digital*. Palma: Universitat de les Illes Balears/Moll, 1997. p. 9. També pessimistes com Braudillard, des d'una altra perspectiva assenyala la substitució de la realitat per la simulació Vegeu: **BAUDRILLARD, J.** *El Crimen perfecto*. Barcelona: Anagrama, 1996.

<sup>733</sup> La infovirtualitat ens fa preguntar pel que és la realitat: "Los progresos de la simulación, el realismo creciente de las técnicas virtuales, permiten entremezclar cada vez más estrechamente lo real y lo virtual, plantean nuevos interrogantes sobre nuestra capacidad de aprehensión de la realidad y sobre el impacto mismo de los métodos empleados desde el punto de vista filosófico o epistemológico". **QUÉAU, Ph.** *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós, 1995.p. 39

<sup>734</sup> **DUCH, Li.** *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 289.

rellotge com a peça clau de l'edat moderna industrial<sup>735</sup>. El temps que marcava el rellotge regulava les funcions orgàniques; ja no es menjava ni dormia quan hom tenia gana o son sinó quan el rellotge ho indicava. De la mateixa manera l'electricitat a la ciutat va fer canviar els hàbits i costums dels seus habitants, els transports la percepció de les distàncies i el cinema i la fotografia la relació de l'individu amb les imatges mentals de la realitat<sup>736</sup>.

Així doncs, les noves virtualitats contemporànies prodigades per les noves tecnologies no només separen l'*aquí* i l'*ara* sinó que sotraguen fortament l'espai i el temps i n'aporten una nova concepció i valoració<sup>737</sup>; en aquest sentit, podríem parlar d'una nova cultura on, per una banda, les distàncies s'escurcen i desapareixen, proliferen els «no llocs» i la dispersió, l'espai es fragmenta, es deslocalitza i es desterritorialitza l'*allò urbà*, i alhora, el temps es precipita, s'accelera, es torna efímer, es desincronitza i se'ns apareix determinat per la immediatesa, la provisionalitat i la simultaneïtat.

La *ciutat hiperrealitzada* és el paradigma d'aquesta nova faceta del temps i l'espai. Aquesta nova percepció del temps des d'una perspectiva fenomenològica (Husserl) o des de la vivència i d'un espai com *a priori* de la sensibilitat (Kant; *intuïció pura*) determinen la seva relació espacial i temporal amb el món i amb ell mateix. L'espai-temps, així doncs, condiona la percepció *qualitativa*, subjectiva, que els individus tenen de la realitat<sup>738</sup>.

<sup>735</sup> "El instrumento pronto se extendió fuera del monasterio; y el sonido regular de las campanas trajo una nueva regularidad a la vida del trabajador y del comerciante. Las campanas del reloj de la torre casi determinaban la existencia urbana. La medición del tiempo pasó al servicio del tiempo, al recuento del tiempo y al racionamiento del tiempo. Al ocurrir esto, la eternidad dejó poco a poco de servir como medida y foco de las acciones humanas. (...) El reloj, no la máquina de vapor, es la máquina clave de la moderna edad industrial". MUMFORD, L. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2000. p. 31. Una altra dada a tenir en compte és que fins a mitjans del segle XIX cada ciutat i comarca es regia per l'hora solar del lloc i l'any 1855 tot el territori de la Gran Bretanya es posen a l'hora del meridià Greenwich.

<sup>736</sup> És especialment suggeridor en aquest aspecte el llibre de Paul Virilio: VIRILIO, P. *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra, 1989. Sobre la importància de la tècnica en la comunicació també és cèlebre les consideracions que s'han fet a partir de la cita de McLuhan «el mitjà és el missatge». Llegiu McLUHAN, H.M. *La Galaxia Gutenberg*. Madrid: Aguilar, 1969.

<sup>737</sup> Manuel Castells a la introducció del capítol VI de *El surgimiento de la sociedad de redes* exposa el canvi de l'espai-temps de la *ciutat realitzada* amb un cert esceptisme. Reconeix l'alteració de l'espai i del temps dins la societat tardocapitalista: "Espacio y tiempo son las dimensiones materiales fundamentales de la vida humana. (...) Tanto el espacio como el tiempo han sido transformados bajo el efecto combinado del paradigma de la tecnología de la información y de las formas y procesos sociales inducidos por el proceso actual de cambio histórico, como se ha presentado en este libro. Sin embargo, el perfil real de esa transformación se aleja mucho de las extrapolaciones de sentido común del determinismo tecnológico. Por ejemplo, parece obvio que las telecomunicaciones avanzadas harían ubicuo el emplazamiento de las oficinas, con lo que se permitiría que las sedes centrales de las grandes compañías abandonararan los distritos comerciales céntricos, caros, congestionados y desagradables, para situarse en lugares bonitos de todo el mundo. No obstante, el análisis empírico de Mitchell Moss sobre el impacto de las telecomunicaciones en el mundo empresarial de Manhattan en la década de 1980, descubrió que estos nuevos y avanzados medios de telecomunicación se encontraban entre los factores responsables de que hubiera aminorado la reubicación de las empresas fuera de Nueva York, por razones que expondré más adelante". CASTELLS, M. *El surgimiento de la sociedad de redes*. Madrid: Alianza, 1997. p. 365.

<sup>738</sup> DUCH, LI. *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 295. D'altra banda, subratllem l'expressió 'unitat de temps i espai' perquè, tal i com afirma Lluís Duch, temps i espai són una unitat soldada; «el temps humà és experimentat i viscut espacialment, i l'espai, temporalment»: "[Espai i temps són] una unitat indissoluble, un mode característic dels humans d'instal·lar-se en el món, una determinació que afecta tot allò que pensen, fan i senten els individus i les col·lectivitats. A la pràctica, aquesta co-implicació íntima d'espai i de temps pot comprovar-se pel fet que el temps humà és experimentat i viscut espacialment, i l'espai, temporalment. Temps i espai com a magnituds antropològiques, per tant, constitueixen una única i mateixa

Com veurem més endavant, la *ciutat hiperrealitzada* no té rostre; és categòricament *genèrica*. Spengler deia que el rostre de la ciutat contenia la seva història i que els seus gests «representen la història psíquica de la cultura»<sup>739</sup> mentre Victor Hugo manifestava que la mirada intel·ligent sap veure l'esperit d'un segle en un picaportes<sup>740</sup>. La ciutat, com a lloc no és una dada, sinó «el resultat d'una condensació»<sup>741</sup> i així mateix ho assenyalava Lewis Mumford<sup>742</sup>. Doncs bé: la *ciutat hiperrealitzada* no té rostre perquè no té història i els seus gests són tan freds com la tecnologia que l'ha forjada.

Així doncs, la constitució infovirtual de la *ciutat hiperrealitzada* determinarà tots els aspectes que d'ara endavant analitzarem. Si bé fins ara espai i temps havien anat sorgint de forma subjacent en els capítols anteriors; en la teoria de la *ciutat hiperrealitzada* apareixen d'una forma més explícita per la seva idiosincràsia.

### 3.1.3 La metàfora de la ciutat xarxa

*Ciutat de bits, Telépolis, Mépolis, Cibercities o E-Topia* són algunes de les denominacions que els teòrics de la ciutat empenen per designar una nova realitat urbana infovirtual a la qual anomenem *ciutat hiperrealitzada* i que, com hem apuntat abans, neix d'un procés d'evanescència.

La inaprehensibilitat de la ciutat infovirtual sumada a la complexitat dels fenòmens que es donen en el seu interior en relació amb la *ciutat realitzada* conformen un objecte d'estudi clarament impracticable però no per això desdenyable. No tenim un llenguatge capaç de descriure la nova ciutat però tenim interès en fer-ho.

Anteriorment la ciutat moderna industrial emprava la metàfora de la ciutat com a màquina en contraposició a la metàfora clàssica de la ciutat com a organisme (com a cos humà) però la nova *ciutat realitzada* contemporània és difícil de representar. En aquest sentit, la *ciutat hiperrealitzada* experimenta l'emfasització d'aquesta dificultat per ser representada fins a l'extrem de la irrepresentabilitat.

El recurs metafòric, en aquesta tessitura, esdevé una eina per copsar les faccions de la *ciutat hiperrealitzada*. No les faccions estrictament físiques sinó com a

---

realitat antropològica, «estructuralment soldada»: DUCH, LI. *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000. p. 295.

<sup>739</sup> SPENGLER, O. *La decadència de Occidente. Bosquejo de una morfologia de la història universal*. Madrid: Espasa-Calpe, 1966. (11<sup>a</sup> ed.) p. 115.

<sup>740</sup> HUGO, V. *Nostra Senyora de París*. Barcelona: Edicions 62, 1981. p. 115.

<sup>741</sup> CORBOZ, A. "El territorio como palimpsesto" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 34.

<sup>742</sup> "A través de sus duraderos edificios y estructuras institucionales, y de sus aún más duraderas formas simbólicas de la literatura y el arte, la ciudad une el tiempo pasado con el presente y el futuro". MUMFORD, L. *La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 125.

forma d'organització, de manera percebre i d'experimentar el món. La imatge que se'ns apareix -com veurem en el següent apartat- és la d'una ciutat xarxa: una imatge que ja s'empra, per exemple, en les teories de Manuel Castells sobre la *societat xarxa*, la «ciutat global» i la «ciutat informacional»<sup>743</sup> i que se'ns apareix amb la forma d'un núvol fet de constel·lacions unides a través de nodes interconnectats; un espai de fluxos immens que es transfigura constantment.

Una imatge més suggeridora que la de xarxa però menys plàstica és la metàfora configurada a partir de patrons i *sinapsis* neuronals en tant que coincideixen perfectament amb les interaccions i fluxos informatius, amb la societat del coneixement i amb la concepció de xarxes connectades a d'altres xarxes. La *ciutat hiperrealitzada* seria com un gran cervell interconnectat.

La imatge d'aquesta teranyina mutant ens ajuda a copsar la naturalesa de la *ciutat hiperrealitzada* a través de la metàfora, la qual actua com a instrument d'aprehensió quan ja no ens queden paraules per descriure una realitat massa nova i complexa. Perquè, com dirà Nicholas Carr: «la nostra adaptació mental i social a les noves tecnologies es reflexa i reforça en el canvi de les metàfores que fem per descriure i explicar el funcionament de la naturalesa»<sup>744</sup>.

<sup>743</sup> «Una red es un conjunto de nodos interconectados. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red, de forma que los especialmente importantes se denominan «centros» en algunas versiones de la teoría de redes. En todo caso, cualquier componente de una red (...) es un nodo, y su función y significado dependen de los programas de la red y de su interacción con otros nodos de ésta. (...) La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características espaciales, sino de su capacidad para contribuir a la eficacia de la red para lograr sus objetivos, definidos por los valores e intereses programados en las redes. (...) en la vida social las redes son estructuras comunicativas. Las redes son las pautas de contacto creadas por el flujo de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y en el espacio». **CASTELLS, M.** *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 45.

<sup>744</sup> **CARR, N.** *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2011.





## **3.2. CIUTAT HIPERREALITZADA COM A CIUTAT PROJECTADA**

### **3.2.1 Projectar la ciutat en la infovirtualitat**

- 3.2.1.1 Les interfícies com a porta d'entrada a la ciutat hiperrealitzada.
- 3.2.1.2 La metàfora com a element d'apropiació de la infovirtualitat.
- 3.2.1.3 La fesomia de la ciutat hiperrealitzada: el mapa sense referent.
- 3.2.1.4 La hiperrealització de l'espai.

### **3.2.2 Ciutat hiperrealitzada des de la política.**

- 3.2.2.1 La ciutat hiperrealitzada i la polis.

- a) *Polis, ciutat contemporània i ciutat feliç.*
- b) *Polis, ciutat contemporània i ètica*
- c) *Polis, ciutat tecnocràtica i nova Atlàntida.*

- 3.2.2.2 *Ciutat hiperrealitzada, poder i política contemporània.*

- a) *Ciutat hiperrealitzada i democràcia directa.*
- b) *El vot electrònic i la participació.*
- c) *El poder de crear imatges.*
- d) *El control de la xarxa.*

### **3.2.3 La ciutat hiperrealitzada com a ciutat utòpica.**

- 3.2.3.1 La ciutat hiperrealitzada com a utopia de 'comunicació total'.
- 3.2.3.2 La ciutat hiperrealitzada com a distopia.
- 3.2.3.3 La tecnoutopia: desig, descontentament i esperança.

- a) *El desig individualista.*
- b) *El descontentament tebi.*
- c) *La desesperança.*

## 3.2 Ciutat hiperrealitzada i ciutat projectada

El ciberespacio. Una alucinación consensual experimentada diariamente por billones de legítimos operadores, en todas las naciones, por niños a quienes se enseña altos conceptos matemáticos... Una representación gráfica de la información abstraída de los bancos de todos los ordenadores del sistema humano. Una complejidad inimaginable. Líneas de luz clasificadas en el no-espacio de la mente, conglomerados y constelaciones de información. Como las luces de una ciudad que se aleja...<sup>745</sup>

En aquest capítol s'estudia la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* a partir dels elements que hem exposat en el primer bloc dedicat a la *ciutat projectada* (la dels polítics, filòsofs i urbanistes) combinant-los amb la nova realitat infovirtual originada per les noves Tecnologies de la Informació i Comunicació (TIC). A mode d'introducció assenyalarem breument algunes idees que desenvoluparem en aquest capítol.

En primer lloc, la *ciutat hiperrealitzada* ha estat concebuda per acollir i gestionar les activitats de la *civitas*; sobretot el consum i les relacions interpersonals. La seva atenció recau en la projecció creativa d'espais infovirtuals, de *software*, d'interfícies i d'aplicacions que facilitin la comunicació, l'intercanvi de significats entre usuaris i el consum de continguts. D'aquesta forma, la projecció de la ciutat infovirtual se'ns presenta com un espai preeminentment simbòlic que acull les activitats que abans acollia la *urbs*.

En segon lloc, la *ciutat hiperrealitzada* permet una nova manera de pensar l'espai sense els inconvenients de la materialitat. Per una banda, les noves tecnologies ofereixen noves eines per projectar la ciutat des de la representació; per pre-planificar allò que es pretén posar en pràctica en la *ciutat realitzada*. Parlaríem així de l'*arquitectrònica*, de la simulació amb tècniques 3D que permetrien contemplar els projectes abans de ser duts a terme.

I, d'altra banda, la projecció s'adreça a la immersió en la xarxa; amb la creació de jocs i de mons infovirtuals, paral·lels i simultanis, d'utopies en acció o fugides del món que ens fan capbussar-nos en un punt de vista infovirtual.

En tercer lloc, la projecció d'aquests espais reconfiguren la nostra percepció i experimentació de l'espai a partir dels sistemes de localització, dels geoportals, de les imatges satèl·lit, dels mapes de carrers, carreteres, itineraris i dels sistemes GPS; la majoria dels quals es basen en representacions de la realitat; en metàfores que alteren substancialment la nostra percepció de l'espai i que modifiquen la nostra experiència del territori i, per tant, la nostra cosmovisió.

<sup>745</sup> GIBSON, W. (1984) *Neuromante*. Barcelona: Minotauro, 1996 (6ª ed). p. 69-70.

En quart lloc, la *ciutat hiperrealitzada* és un entorn que acull l'activitat política. En ella es pot fer possible la democràcia directa, el diàleg i el debat públic, i la pretesa pluralitat informativa. La xarxa esdevé un potencial no realitzat d'una altra organització social possible que altera tant la concepció del poder de l'Estat com la posició de l'individu en el món. Així mateix, la *ciutat hiperrealitzada* se'ns projecta com l'hereva d'una ciutat tecnocràtica, que ha desplaçat el seu discurs polític a l'esfera del consum i de la tècnica. La *ciutat hiperrealitzada* se'ns presenta, així doncs, com l'antítesi de la *polis* grega.

Per últim, aquests espais infovirtuals tenen la potencialitat d'esdevenir utopies en acció; continuadores o no d'uns valors, tonificadores d'una societat, cohesionadores o disgregadores, alternatives o paral·leles, integrades o d'evasió. Són capaces, en definitiva, de vehicular la pulsó utòpica de la *civitas* i de plantejar nous models socials o reforçar-ne d'altres, de prodigar-los per tot el planeta, de donar veu a la minoria, de crear opinió, de facilitar la participació ciutadana a tots els individus del planeta i d'esdevenir la imatge utòpica de la 'comunicació total'. La *ciutat hiperrealitzada* té la possibilitat de relatar utopies, d'esdevenir-ne una o, en cas contrari, de convertir-se en una distopia.

### 3.2.1. Projectar la ciutat en la infovirtualitat

The texts that follow reimagine architecture and urbanism in the new context suggested by these observations -that of the digital telecommunications revolution, the ongoing miniaturization of electronics, the commodification of bits, and the growing domination of software over materialized form. They adumbrate the emergent but still invisible cities of the twenty-first century<sup>746</sup>.

Projectar la ciutat en la infovirtualitat permet imaginar-la al marge de la noció tradicional d'espai. A banda del volum que ocupa el *hardware* on s'emmagatzemen les dades, l'espai concebut en la infovirtualitat (el ciberespai)<sup>747</sup> s'aproxima més a la infinitud de l'univers i a l'experiència del seu continu il·limitat que no pas al *topos* d'Aristòtil, al repartiment d'àtoms en el buit o a la delimitació o lloc que ocupen les coses.

Les noves tecnologies de la informació i comunicació han participat, com hem vist, en aquest canvi de percepció de l'espai i del temps. Dirà Manuel Castells, recollint la idea de H. Lefebvre, «que l'espai és la expressió de la societat. I donat que les nostres societats estan patint una transformació estructural, és una hipòtesi raonable suggerir que estan sorgint noves formes i processos espacials»<sup>748</sup>.

L'experiència de l'espai en la *ciutat realitzada* s'havia vist modificada per la velocitat (P. Virilio), pels «no llocs» (M. Augé) i pels espais de fluxos (M. Castells). L'acceleració ha comprimit la distància convertint-la en velocitat i transmissió<sup>749</sup>.

El canvi de paradigma és manifest en la «ciutat global» on els conceptes de centre i perifèria ja no tenen res a veure amb la geografia sinó amb la connectivitat a la xarxa global<sup>750</sup>, així com també amb la millora de transports els quals han fet perceptivament el món una mica més petit. D'aquesta manera, les possibles circumscripcions que es proposin per a la nova ciutat ja no poden basar-se en conceptes com ara interior o exterior o en divisions espacials estanques perquè la nova ciutat conté estructures mòbils, reticulars i selvàtiques<sup>751</sup>. La conversió d'un espai urbà

<sup>746</sup> MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. Massachusetts: MIT, 1996. p. 5. (El llibre està també en versió digital. MITCHELL, W.J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. [En línia] <[http://mitpress.mit.edu/e-books/city\\_of\\_bits/contents.html](http://mitpress.mit.edu/e-books/city_of_bits/contents.html)>. [15 abril 2011]).

<sup>747</sup> Terme de William Gibson aparegut l'any 1984 a la seva novel·la *Neuromante*. GIBSON, W. *Neuromante*. Barcelona: Minotauro, 1996 (6ª ed).

<sup>748</sup> CASTELLS; M. *La era de la informació. Economía sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1) p. 444.

<sup>749</sup> VIRILIO, P. *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama, 1998. (2a ed.)

<sup>750</sup> "Si la metrópolis es todavía un lugar, un sitio geográfico, ya no tiene nada que ver con la oposición clásica campo / ciudad ni con la de centro / periferia. La ciudad ya no está organizada en un estado localizado y axial". VIRILIO, P. *La ciudad sobreexpuesta*. [En línia] <[www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopiotea/03\\_eugenio\\_valdez.pdf](http://www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopiotea/03_eugenio_valdez.pdf)> [Consulta: 22 d'octubre de 2009]. p. 5

<sup>751</sup> ECHEVERRIA, J. *Telópolis*. Barcelona: Destino, 1994. p. 19. Néstor García Canclini també fa referència a aquesta organització caòtica de la nova ciutat: "La mancha urbana se derramó sobre un enorme territorio, en el que ya casi no existen ejes organizadores. Es evidente que la ciudad actual no puede ser narrada, descrita, ni explicada como a

delimitat en un espai reticular sense límits trastoca l'essència constitutiva clàssica de la ciutat i la transfigura profundament.

Per això, la complexió de la *ciutat hiperrealitzada*, en tant que infovirtual, altera les bases formals que articulaven fins ara l'existència de les ciutats en geografia i història i en les quals es fonamentava l'urbanisme.

Per aquest motiu i per il·lustrar aquest canvi en la concepció espacial de la ciutat fem la noció de *territori* i d'*espai infovirtual*. 'Territori' entès com al lloc de representació i d'intercanvi de símbols, lloc de comunicació sempre en procés, sempre estructurant-se<sup>752</sup>; un territori paradoxalment desterritorialitzat i desmaterialitzat, pròfug de l'espai i del temps<sup>753</sup>.

D'altra banda, també emprarem l'expressió 'espai infovirtual' en la direcció que ho fa J. Echeverría amb la denominació de «Tercer entorn» entès com a un escenari informacional, representacional, digital, mòbil i reticular<sup>754</sup>. L'ús d'aquestes denominacions adverteixen tant el canvi de concepció de l'espai com el seu tarannà essencialment simbòlic. La projecció de la *ciutat hiperrealitzada s'i-rrealitza* en un territori de significació, comunicacional i, per tant, cultural el qual no és de naturalesa física i estable sinó infovirtual i dinàmica.

L'aparició i el protagonisme creixent d'aquest espai o territori infovirtual en la societat contemporània va debilitant les funcions i el valor simbòlic de la *urbs*. El territori físic urbà (*urbs*) no desapareix però l'experiència de l'espai urbà per part de l'individu canvia perquè l'espai vital (de les *pràctiques urbanes*, de l'*allò urbà*, de les interaccions entre individus) es trasllada a l'espai infovirtual:

La contrapartida de expandir el espacio vital ha sido el papel contractivo de ciudades y naciones como estructuras organizativas de las sociedades. Naturalmente, este descubrimiento es revolucionario. Como Kenneth Boulding ha expresado en pocas palabras, anuncia el fin de la «civilización» como cultura de la *civitas*<sup>755</sup>.

---

*principios de siglo. El sentido de vivir juntos en la capital se estructuraba en torno de marcas históricas compartidas y en un espacio abarcable (...) por todos los que habitaban la ciudad*. GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Méjico: Grijalbo, 1995. p. 96.

<sup>752</sup> La noció de territori porta implícita la vessant política i social i, per tant, simbòlica i cultural. Llegim en la definició del diccionari de llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans: "*Extensió de terra que forma una circumscripció política. / Superfície de terra subjecta a una determinada qualificació en la planificació urbanística / Porció de la superfície terrestre subjecta d'apropiació per un grup d'individus a fi de portar a terme qualsevol activitat*".

<sup>753</sup> "El corazón de Mépolis está formado de chips de silicio, sus nervios son de fibra óptica y sus venas de cuarzo líquido. La tecnología que está engendrando la hiperrealidad de nuestras ciudades está basada en la miniaturización, en la progresiva desmaterialización y, por ende, en la pérdida de sentido respecto al lugar y al momento". DUQUE, F. *Mépolis o la novísima Trinidad ontotecnológica*. [En línia] <[http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08\\_08.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08_08.pdf)> [Consulta: 24 novembre 2009]

<sup>754</sup> ECHEVERRÍA, J. *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés, 2000.; ECHEVERRÍA, J. *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino, 1999.; ECHEVERRÍA, J. *Telépolis*. Barcelona: Destino, 1994.

<sup>755</sup> WEBBER, M. M. "La era postciudad" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 18. Webber també assenyala el canvi de mentalitat per afrontar l'estudi de la ciutat contemporània: "*Como las sociedades del pasado estaban estructuradas espacial y localmente, y como las sociedades urbanas solían estar basadas exclusivamente en las ciudades, parece que seguimos partiendo de la base de que la territorialidad es un atributo necesario de los sistemas sociales*". p. 14

El transvasament d'allò urbà a l'entorn virtual buida la *urbs* de significació provocant l'afany de l'urbanisme contemporani per relligar la *urbs* amb la *civitas*<sup>756</sup>; per reterritorialitzar la ciutat, per reconquerir els llocs que han estat desplaçats pels fluxos - com ara el carrer- sense renunciar, tanmateix, a la «ciutat global». Així ho veïem en els manifestos dels nous urbanismes d'Europa i dels Estats Units amb la seva intenció de compactar una ciutat massa desarticulada i disgregada.

D'altra banda, la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* ja no es fonamenta en l'*habitar* heideggerià<sup>757</sup> que estava centrat en l'ésser sinó en la il·lusió ontològica que precisament suposa la infovirtualitat. L'urbanista de la *ciutat hiperrealitzada* ja no necessita materials de construcció per donar aixopluc a les pràctiques urbanes ni a les necessitats humanes sinó de *software*, energia, coneixement de protocols<sup>758</sup> i tecnologia per tal de confeccionar els entorns infovirtuals de la *civitas* i de l'allò urbà que albergaran l'univers de significacions de la societat contemporània.

### 3.2.1.1 Les interfícies com a porta d'entrada a la ciutat hiperrealitzada

La interfaz moldea la manera en que el usuario concibe el propio ordenador. Y determina también el modo en que piensa en cualquier objeto mediático al que accede a través del ordenador. Al despojar a los diferentes medios de sus diferencias originales, la interfaz les impone su propia lógica<sup>759</sup>.

La geografia de la xarxa pot ser encarada des de diferents perspectives. Per una banda, la geografia tècnica; és a dir, la infraestructura física que suporta la xarxa. D'altra banda, la geografia dels usuaris; és a dir l'estudi de les connexions dels usuaris des d'un punt de vista espacial i, en darrer lloc, la geografia de continguts<sup>760</sup>.

<sup>756</sup> (...) debe devolverle a la condición urbana entendida en el segundo sentido, su primer sentido, es decir, el del tipo ideal de la experiencia urbana, el de las exigencias corporales, escénicas, estéticas y políticas que son su resorte y su matriz. Confrontados como nos vemos hoy a economías de una escala inédita, en forma de archipiélago, a desigualdades y disparidades nuevas que socavan y disuelven la ciudad de ayer, la invitación está cargada de consecuencias. Es necesario reconquistar sucesivamente el sentido de lo local en un imaginario del no lugar y de la ciudad virtual que lo anula, reconquistar lugares, pero también reconquistar un lugar que aliente la formación de una comunidad política y no sea un espacio de repliegue. La condición urbana no se adquiere, tiene que ver con la creación de lugares, con la recomposición de lugares y con una lucha por los lugares democráticos (...) esta reconquista se da en combinación con una triple exigencia de orden arquitectónico, urbanístico y político" **MONGIN, O.** La Condición Urbana. La ciudad a la hora de la mundialización. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2006. p. 272.

<sup>757</sup> Per a Heidegger edificar té com a finalitat l'*habitar* i *habitar* és, en definitiva, la finalitat de tota construcció. 'Construir' i 'habitar' són els dos termes al voltant dels quals gira la seva reflexió titulada "Construir, habitar i pensar" (1954). Per una banda, les construccions donen una morada a l'ésser humà i el fan sentir-se com a casa. *Construir* és, en el seu ésser, *fer habitar*. Cal tenir en compte que no totes les construccions són per a viure (pont, mall, estadis, autopista, teatres...). **HEIDEGGER, M.** "Construir, habitar y pensar". Revista Aporte (1983), núm. 8-9, p. 15-25.

<sup>758</sup> Es parla d'arquitectura de protocols al software i hardware que faciliten l'intercanvi de dades entre sistemes mitjançant aplicacions.

<sup>759</sup> **MANOVICH, L.** *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2005. p. 113

<sup>760</sup> **CASTELLS, M.** *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001. p. 236.

En aquest apartat i en els següents ens centrarem principalment en la projecció dels espais que immergeixen l'individu en la *ciutat hiperrealitzada*; en la projecció i la representació del que anomenem ciberespai sense oblidar els altres enfocaments geogràfics que vinculen la xarxa amb l'individu.

La interfície<sup>761</sup> és la porta d'entrada a la *ciutat hiperrealitzada*<sup>762</sup>, determina com manipulem els elements en la pantalla, la representació icònica, els menús dinàmics, les finestres i la gestió de dades. Cada interfície gràfica té una manera d'organitzar la informació, de relacionar el temps amb l'espai, de presentar els continguts a l'individu, de jerarquitzar, de cercar i de mostrar, de manipular dades i determina la manera com es comunicaran els individus. En aquest sentit, la interfície esdevé una gramàtica i una manera d'aproximar-se a les significacions que resideixen en la ciutat infovirtual; a una manera de 'moure's' en la xarxa seguint unes lògiques determinades en cada interfície dissenyada.

El disseny de la interfície estarà determinada per les activitats de la *civitas* i en els seus múltiples usos:

a) En primer lloc, els individus projecten un ordre mental en les *interfícies gràfiques (software)* de l'usuari (GUI)<sup>763</sup> que són, juntament amb les *interfícies de hardware* (un ratolí, pantalla tàctil, teclat...), les 'portes' d'entrada a la *ciutat hiperrealitzada*. Des d'elles s'entra i se surt, s'interactua i transmet. La pantalla n'és l'aparell predominant. Icones i metàfora viva de la ciutat i dels seus elements, en les *interfícies* s'hi troba la virtualització dels serveis i una nova forma de relacionar-se (apropiar-se) del territori infovirtual.

*Interfícies* que ens connecten amb les empreses, l'administració, els bancs, les biblioteques, les institucions i universitats per realitzar gestions en línia, per informar-nos, per votar o fer enquestes, etc.<sup>764</sup> És la projecció de la ciutat infovirtual al servei de la comunicació social.

<sup>761</sup> Definim la interfície des del software i des del hardware entenent per interfície la definició que en fa Manovich: en "*El término interfaz entre el hombre y el ordenador, o interfaz de usuario, describe las maneras en que éste interactúa con el equipo. Comprende los dispositivos de entrada i salida física de datos, como el monitor, el teclado y el ratón. Integra también las metáforas que se usan para conceptualizar la organización de los datos informáticos*". **MANOVICH, L.** *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2005. p. 119

<sup>762</sup> "*En esta nueva perspectiva, carente de horizontes, a la ciudad no se entra ni por una puerta ni por un 'arc de triomphe', sino mediante un sistema electrónico. (...) En términos de acceso, la telemática reemplaza a la puerta de entrada. El sonido de las puertas da lugar al martilleo de los bancos de información y a los ritos de pasaje de una cultura técnica cuyo progreso es enmascarado por la inmaterialidad de sus partes y sus redes. (...) Donde una vez se entraba a la ciudad necesariamente a través de una entrada física, ahora se pasa a través de un protocolo audiovisual en que los métodos de recepción y vigilancia han transformado hasta las formas de salud público y de recibimiento diario*". **VIRILIO, P.** *La ciudad sobreexpuesta*. [En línia]

<[www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopioteca/03\\_eugenio\\_valdez.pdf](http://www.lugaradudas.org/publicaciones/fotocopioteca/03_eugenio_valdez.pdf)> [Consulta: 22 d'octubre de 2009]. p. 5-6.

<sup>763</sup> De l'anglès; *Graphical User Interface*.

<sup>764</sup> "*Here the idea of the city provides the actual interface between the computer and the user - so allowing the 'city' to be 'explored' by clicking on and 'entering' its various elements. As computing and telecommunications power burgeon and costs reduce, and as the growth of the Internet continues apace, it seems certain that such urban-style electronic*



b) En segon lloc, la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* s'ocupa de la creació de territoris de consum i d'intercanvi: telecompres, ús de canals específics, videojocs, *item selling*, música i entreteniment (*podcasts*), subhastes, continguts audiovisuals etc. La *ciutat hiperrealitzada* està constituïda fonamentalment per territoris de consum. Uns territoris auto i hiperfragmentats pels consumidors els quals s'agrupen per interessos, necessitats i desigs similars. La projecció d'aquests territoris especialitzats o, com diu Stephen Graham, de *ciutats privades i comercials*<sup>765</sup>, serveixen per embolcallar uns serveis dirigits especialment al consumisme. És la projecció de la ciutat infovirtual al servei del consumisme.

c) En tercer lloc, la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* s'adreça al territori de les *comunitats virtuals*<sup>766</sup> i les xarxes socials configurant un mapa dispers de la *civitas*, un espai fragmentadíssim amb fòrums, grups, *xats* i *webs* que, com veurem més endavant, són la metàfora viva de l'«individualisme en xarxa». És la projecció de la ciutat infovirtual que acull les relacions entre individus.

d) Per últim, la creació de mons infovirtuals que ens permeten la immersió en la imatge, experimentar un altre espai-temps i viure en la simulació. Fem referència principalment a les *SIM Cities* (ciutats simulades), als MMORPG (*Massively multiplayer online role-playing games*) i als MUD's (*Multi-User Dungeon*)<sup>767</sup> que esdevenen la projecció dels desigs i de les pors traduïdes en la producció d'un món paral·lel (o simultani) a partir de la creació d'un escenari, d'unes lògiques i d'unes regles determinades que conformen la totalitat d'un *cosmos* sotmès a un *logos* engendrat per la imaginació dels seus creadors. És la projecció de la ciutat al servei de la narració de la utopia i la distopia; del joc i l'entreteniment, de la vida en virtual i la simulació.

Recapitulant, la creació de la *ciutat hiperrealitzada* és fruit d'una projecció a dos nivells. Per una banda, a nivell d'infraestructura i d'interfície-hardware, feta de cables, xips, satèl·lits, microprocesadors i discs durs constitueixen la base física de la *ciutat hiperrealitzada*. I, d'altra banda, d'una projecció a nivell d'interfície-software que permet

---

*spaces will further proliferate. They also seem likely to become less like 2D screen images and a bit more like real 'places' in that people using Virtual Reality technologies will interact with the increasingly multisensory '3D' environments as electronic constructions (of themselves or other people)*. GRAHAM, S. *Cyberspace and the city*. [En línia] <[www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf](http://www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf)> [Consulta: 18 novembre 2008]

<sup>765</sup> GRAHAM, S. *Cyberspace and the city*. [En línia]

<[www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf](http://www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf)> [Consulta: 18 novembre 2008]

<sup>766</sup> El concepte de comunitat virtual serà tractat més endavant seguint RHEINGOLD, H. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996.

<sup>767</sup> La llista de mons virtuals és molt prolífica: *Worlds Chat* (1994), *Active worlds* (1995), *Whyville* (1999), *Cyworlds Korea* (2000), *The Sims Online* (2002), *Gaia Online* (2003), *Guild Wars* (2005), *Second Life* (2003), *World of Warcraft* o *Eve*.

l'accés de l'individu als continguts i a les activitats de la xarxa; a la immersió a la ciutat infovirtual.

La metàfrasi de la projecció urbanística de la ciutat, com vèiem en el primer bloc, eren els traçats dels seus carrers, el dibuix del plànol urbà, la gestió de l'espai des de diferents punts de vista segons una determinada cosmovisió. Doncs bé, en la *ciutat hiperrealitzada* aquesta traducció passa sempre per la metàfora; la qual conceptualitza l'organització de les dades en forma d'imatges.

En aquest sentit, la producció de territoris simbòlics es basa, en definitiva, en la metàfora. L'*urbanista* de la *ciutat hiperrealitzada* és un cercador i inventor de metàfores perquè l'individu s'apropii de l'espai infovirtual des de la familiaritat<sup>768</sup>.

### 3.2.1.2 La metàfora com a element d'apropiació del territori infovirtual

Los iconos parecen convertirse en indispensables para vivir la ciudad: la biblioteca es proyectada como icono de la biblioteca, el ayuntamiento es el icono del ayuntamiento, el teatro el icono del teatro, el rascacielos de las grandes corporaciones es el icono de las grandes corporaciones<sup>769</sup>.

La immersió en un nou entorn infovirtual fet ontològicament d'absències, ens fa aproximar-nos a ell a partir d'allò que ens és familiar<sup>770</sup>. Com que pròpiament no hi ha espais sinó territoris i com que pròpiament no hi ha ésser sinó representacions la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* s'expressa, fonamentalment, a partir de les imatges de la *ciutat realitzada* o d'unes representacions que ens siguin comprensibles<sup>771</sup>.

D'aquesta manera, a nivell icònic les interfícies fan referència a la tangibilitat del món de la *ciutat realitzada*. En una interfície de full en blanc, per exemple, utilitzem un

<sup>768</sup> En aquesta direcció es troba el llibre de David Siegel *Creating Killer Web Sites* el qual elabora una manual per a creadors de pàgines web: "A strong metaphor can guide a visitor and glue a site together....Metaphors pull in visitors, making them feel at home while giving them features to explore. Examples of metaphors include galleries, comic strips, television channels, magazines, tabloids, store environments, museums, postcard racks, amusement parks, inside things (computers, human body, buildings, ant farm, and so on), safaris, cities, and cupboards". **SIEGEL, D.** *Creating Killer Web Sites*. Indianapolis: Hayden Books, 1996. p. 35.

<sup>769</sup> **AMENDOLA, G.** *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 49.

<sup>770</sup> Sovint intentant immerngint-nos en una realitat a partir de les nostres percepcions; de la nostra manera d'habitar el món: "Here the idea of the city provides the actual interface between the computer and the user - so allowing the 'city' to be 'explored' by clicking on and 'entering' its various elements. As computing and telecommunications power burgeon and costs reduce, and as the growth of the Internet continues apace, it seems certain that such urban-style electronic spaces will further proliferate. They also seem likely to become less like 2D screen images and a bit more like real 'places' in that people using Virtual Reality technologies will interact with the increasingly multisensory '3D' environments as electronic constructions (of themselves or other people)". **GRAHAM, S.** *Cyberspace and the city*. [En línia] <[www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf](http://www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf)> [Consulta: 18 novembre 2008]

<sup>771</sup> "As a technical level, ICTs are relatively easy to map. The physical architecture and topology of the networks can be mapped onto geographic space of visualization. Cyberspace, however, provides a much greater challenge: the effective mapping of visual spatial forms (...), and the use of spatializations to provide comprehensibility for non-spatial or immaterial information that is difficult to navigate through and understand due to its complexity and mutability". **DODGE, M.; KITCHIN, R.** *Mapping Cyberspace*. London: Routledge, 2001. p. 70.

llapis i un paper sense que pròpiament hi siguin; tissors, blocs de notes, sobres, cartes, carpetes, càmeres de fotos, agendes i escuts per fer referència a l'acció dels objectes i no pas als objectes en sí mateixos<sup>772</sup>. Són metàfores dirigides a la intenció més que no pas a la comprensió: és a dir, al seu ús ('per escriure', 'per retallar', 'per enviar', 'per protegir'...).

Allò important no és l'objecte sinó la seva significació. Una idea que també és confirmable en la *ciutat realitzada* com, per exemple, quan premem el botó de 'fletxa amunt' en l'ascensor quan volem pujar responent a la nostra intenció i no pas a la nostra posició o comprensió: un xemple de *significamentació*<sup>773</sup>. La significació en la *ciutat hiperrealitzada* és més important que l'objecte mateix perquè pròpiament no hi ha objecte sinó significats d'objectes.

La ciutat infovirtual, doncs, pot ser explicada des del vocabulari quotidià; des dels objectes que fem normalment i des de les significacions del nostre entorn més pròxim i quotidià: la ciutat.

La imatge de portal, finestra, fòrum són formes de concebre el ciberespai com una ciutat. S'empra el vocabulari urbà per descriure i analitzar, per exemple, la xarxa Internet entesa com una gran ciutat universal. La *World Wide Web* evoca la imatge d'un gran plànol laberíntic dels carrers d'una gran ciutat que abraça tot el planeta<sup>774</sup>. Aquesta imatge de la *ciutat hiperrealitzada* com a xarxa global és la metàfora generalment més utilitzada per apel·lar a una realitat inaprehensible, fluctuant i informacional.

Concebíem així el mapa de la «ciutat global» de Sassen i Castells en el bloc anterior; com si fos una immensa xarxa reticular formada per nodes interconnectats. La circulació en la infovirtualitat no ens obliga a haver de passar per intermediaris perquè

<sup>772</sup> "En los primeros días de los gráficos por ordenador llegamos a familiarizarnos con objetos "virtuales" que eran como los físicos, pero podían realizar tareas informáticas. Aprendimos a "pintar" con pinceles virtuales, a almacenar "documentos" digitales arrastrándolos hacia "carpetas de archivo" en pantalla, a borrar por medio de iconos con forma de papelería, y así sucesivamente. Era como si los objetos físicos conocidos hubieran sido succionados del escritorio hacia el ordenador para vivir allí una vida posterior fantasmal, mágicamente enriquecida. En la actualidad, por medio de la inserción de inteligencia e interconectividad en productos materiales y de la creación de sistemas de marcas y sensores, podemos revertir el proceso. Podemos devolver ese tipo de capacidad informática a las cosas físicas cotidianas; podemos conseguir la funcionalidad sin la virtualidad". MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001. p. 49.

<sup>773</sup> Rubert de Ventós exposa dos casos més de *significamentació*: el primer explica que buscant un disc el troba a la secció de 'nostàlgia' que és una taxonomia psicològica. Per trobar un disc s'ha de pensar la intenció amb la qual el busco. Un segon exemple és descrit a partir d'un vol a Nova York; l'autor buscava el recipient de llet per al cafè i no el trobava, fins que finalment la hostessa li assenyala el petit recipient on no hi posa 'llet' sinó "for your coffee". El missatge ens ve a l'encontre: "El rótulo no indica qué hay en el bote sinó para qué es; no describe el objeto sinó que anticipa -y prescribe- mi uso del mismo. Las indicaciones de nuestro entorno ya no se dirigen entonces a nuestra comprensión sino a nuestra intención". RUBERT DE VENTÓS, X. *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998. p. 14

<sup>774</sup> "The 'home page' of any WWW server invites me to step, like Alice through the looking glass, into the vast information flea market of the Web—a cyberspace zone now consisting of countless millions of interconnected pages. The astonishing thing is that a WWW page displayed on my screen may originate from a machine located anywhere on the Internet. In fact, as I move from page to page, I am logging into computers scattered around the world. But as I see it, I jump almost instantaneously from virtual place to virtual place by following the hyperlinks that programmers have established much as I might trace a path from station to station through the London Underground. If I were to diagram these connections, I would have a kind of subway map of cyberspace". MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. Massachusetts: MIT, 1996. p. 49.

el *link* i l'*hiperlink* permeten saltar d'un lloc a un altre digitalment, sense recorreguts ni itineraris només a través de la velocitat de connexió. Una velocitat subratllada per Paul Virilio pel que fa a la *ciutat realitzada* contemporània i que arriba ara al seu màxim apogeu en la ciutat infovirtual.

La metàfora de la ciutat aplicada al ciberespai, tanmateix, esbossa una ciutat dispersa, acèfala i *difusa*; sense centre ni límit; una enorme conurbació planetària en mutació contínua<sup>775</sup>. Dins d'aquesta conurbació trobem carrers molt freqüentats amb continguts majoritaris, afluències i concurrències multitudinàries i, al mateix temps, carrers de poc trànsit, de continguts residuals i privats<sup>776</sup>. La ciutat emprada com a metàfora de la xarxa, tal i com farà Javier Echeverría amb la seva «Telépolis»<sup>777</sup>, ens ajuda a concebre el ciberespai com si fos una ciutat.

A mode de resum, la metàfora s'utilitza a dos nivells. Per una banda com a apropiació de l'espai infovirtual amb l'ús d'ícones i d'interfícies; d'elements que es dirigeixen a les nostres intencions i que han estat dissenyades per immersir-nos en la *ciutat hiperrealitzada*. Per un altre cantó, el ciberespai pot ser concebut com una gran ciutat planetària amb els ses carrers i avingudes. La imatge de la ciutat ens pot ajudar, doncs, a comprendre la idiosincràsia de la xarxa o del ciberespai.

No obstant això, també podem assenyalar una inversió dels termes de la metàfora. La imatge de la xarxa, per exemple, en ajuda a comprendre la nostra ciutat contemporània. És a dir, que no és el món *offline* qui ens ajuda a comprendre l'espai infovirtual sinó que és el tarannà de la xarxa qui ens ajuda a comprendre millor el món on vivim. Manovich<sup>778</sup> diu que si amb la interfície gràfica d'usuari (GUI), l'entorn físic arribava a la pantalla de l'ordinador, ara les convencions de la GUI s'integren en la nostra realitat de manera que veiem el món com si fos una interfície<sup>779</sup>.

<sup>775</sup> DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de la no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004.

<sup>776</sup> Per *transitar* per alguns carrers de la *ciutat hiperrealitzada* cal descendir la mirada, per d'altres cal mirar globalment. Cada interfície de la xarxa té la seva estructura interna, la seva façana web i els seus racons públics i privats; d'espais tancats i oberts, restringits i públics. Alhora, des de la mirada *macro*, tenim les grans avingudes que se'ns apareixen com a metàfora dels motors de recerca i de les interfícies dels sistemes operatius.

<sup>777</sup> ECHEVERRÍA, J. *Telépolis*. Barcelona: Destino, 1994.

<sup>778</sup> En la mateixa línia, comenta com una col·lecció de dades i un espai per on circular es converteixen en dues formes que podem trobar en els nous mitjans: la base de dades (per emmagatzemar qualsevol tipus d'informació) i l'espai 3D virtual i interactiu. Quan aquestes convencions s'integren en el terreny informàtic, aquestes passen a incorporar tècniques particulars de l'ordinador per a estructurar i accedir a les dades, com la modularitat, així com la seva lògica fonamental que és la de la programació informàtica. MANOVICH, L. *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós, 2005. p. 278.

<sup>779</sup> L'element 'pantalla' és un punt comú que serveix d'enllaç en una sopesada transició a un nou període dominat pels nous mitjans. Tots els nous mitjans es basen en la interfície de la pantalla. MANOVICH, L. *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós, 2005.

Les bases de dades i els espais virtuals 3D, dirà Manovich<sup>780</sup>, s'han tornat autèntiques formes culturals, que mitjançant un procés de transcodificació s'estan reintegrant en la cultura en sentit ampli, literal i conceptual.

### 3.2.1.3 La fesomia de la ciutat hiperrealitzada: el mapa sense referent geogràfic

Here, data with no inherent spatial properties is mapped onto a defined spatial framework so that it might be better understood. These spatialisations employ a number of graphical techniques and visual metaphors ranging from two-dimensional static representations to immersive three-dimensional landscapes<sup>781</sup>.

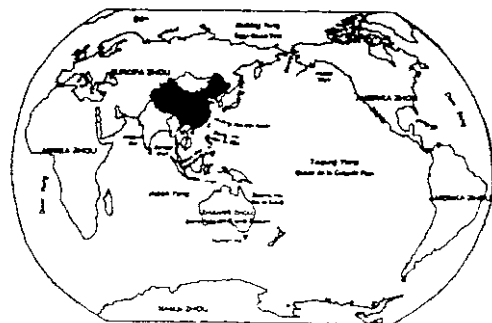
El mapa és possiblement la millor manera d'expressar en metàfora el que acaben d'assenyalar en l'apartat anterior i la millor forma d'il·lustrar la planificació i la fesomia de la *ciutat hiperrealitzada*. De fet, els materials gràfics que ha proporcionat la cartografia han estat especialment prolífics en moments d'expansió territorial com ara la romanització o les conquestes colonials del segle XIX; en moments en els què es necessitava reduir i simplificar una realitat massa gran i complexa per ser abarcada.

El mapa és una manera de representar el món; una projecció loquaç de la mentalitat de cada època i de cada cosmovisió<sup>782</sup>. El mapa sobre Amèrica de Waldseemüller, per exemple, va sacsejar fortament la cosmovisió europea<sup>783</sup> perquè el mapa és capaç de transformar un fenomen natural en una concepció artificial i intel·lectual; una realitat rica i complexa en un pensament abstracte.

Fig. 1. El món vist des de Nord-Amèrica<sup>784</sup>



Fig. 2. El món vist des de la Xina<sup>785</sup>



<sup>780</sup> MANOVICH, L. *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós, 2005. p. 279.

<sup>781</sup> DODGE, M.; KITCHIN, R. *Mapping Cyberspace*. London: Routledge, 2001.

<sup>782</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras vidas?* Madrid: Taurus, 2010. p. 56-57.

<sup>783</sup> Llegiu BURKE, J.; ORNSTEIN, R. *Del hacha al chip. Cómo la tecnología cambia nuestras mentes*. p. 175- 203.

<sup>784</sup> CHALIAND, G.; RAGEAU, J.P. *Atlas estratégico y geopolítico*. Madrid: Alianza, 1986. p.14.

<sup>785</sup> CHALIAND, G.; RAGEAU, J.P. *Atlas estratégico y geopolítico*. Madrid: Alianza, 1986. p. 17.

Fig. 3. El món vist des l'Antiga Unió Soviètica<sup>786</sup>.

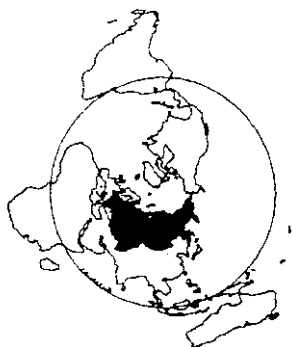


Fig. 4. El món vist des d'Europa<sup>787</sup>.



En l'era moderna, es realitzen dos tipus de representació i de projecció del territori físic: el mapa i el paisatge natural. Cadascuna de les representacions respon a un tipus de cosmovisió. Pel que fa al mapa, servia per recolzar les ciències i fomentava una manera d'entendre la Natura com a objecte d'explotació i de bé comú. Aquesta idea tindrà la seva màxima expressió en el positivisme i en la revolució tecnològica del s.XIX<sup>788</sup>. Aquesta representació del territori físic correspondria, doncs, a una visió mecanicista i individualista del món.

D'altra banda, el paisatge natural concebia la Natura com a alteritat, com un subjecte<sup>789</sup>; una idea que ha anat apareixent durant tota la investigació i que té el seu fonament en la cosmovisió organícista-holista.

Per un altre cantó i a to amb el tarannà individualista i mecanicista del nostre temps, la representació de la *ciutat hiperrealitzada* no és un paisatge sinó un mapa; el mapa d'un conglomerat de territoris alhora fragmentats i interconnectats sense un referent físic determinant. D'aquesta manera, la imatge urbanística de la *ciutat hiperrealitzada* és un mapa sense vincle amb el territori físic; sense un referent extern a ell: el fons és blanc i no hi ha ni continents ni representacions de la *physis* perquè se n'ha independitzat. L'únic material possible és el hardware.

És un mapamundi elaborat a partir de fluxos entre nodes interconnectats i aïllats, heterogenis i dispersats en un espai sense geografia ni història. La figura següent podria representar el fotograma d'un instant de la *ciutat hiperrealitzada*; una imatge instantània que no és tornarà a repetir mai més. La imatge fugaç de la *ciutat*

<sup>786</sup> CHALIAND, G.; RAGEAU, J.P. *Atlas estratégico y geopolítico*. Madrid: Alianza, 1986. p. 15.

<sup>787</sup> CHALIAND, G.; RAGEAU, J.P. *Atlas estratégico y geopolítico*. Madrid: Alianza, 1986. p. 16.

<sup>788</sup> CORBOZ, A. "El territorio como palimpsesto" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 29.

<sup>789</sup> "[El paisaje considera] la misma naturaleza como una especie de pedagogo del alma humana, hasta el punto que el romanticismo, germánico sobre todo, la percibirá como un ser místico que mantiene un diálogo continuo con los hombres, es decir, como un sujeto. A la hipertrofia de la Razón responde una hipertrofia del Sentimiento. Contra los que trabajan en instrumentalizar la ciencia con vistas a un dominio cada vez más eficaz sobre el territorio, se sublevan aquellos que buscan una relación de intersubjetividad con la naturaleza". CORBOZ, A. "El territorio como palimpsesto" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 29-30

*hiperrealitzada*: sempre canviant, amorfa, proteica i aleatòria és el retrat al·legòric del nostre món contemporani (Figura 5)<sup>790</sup>.

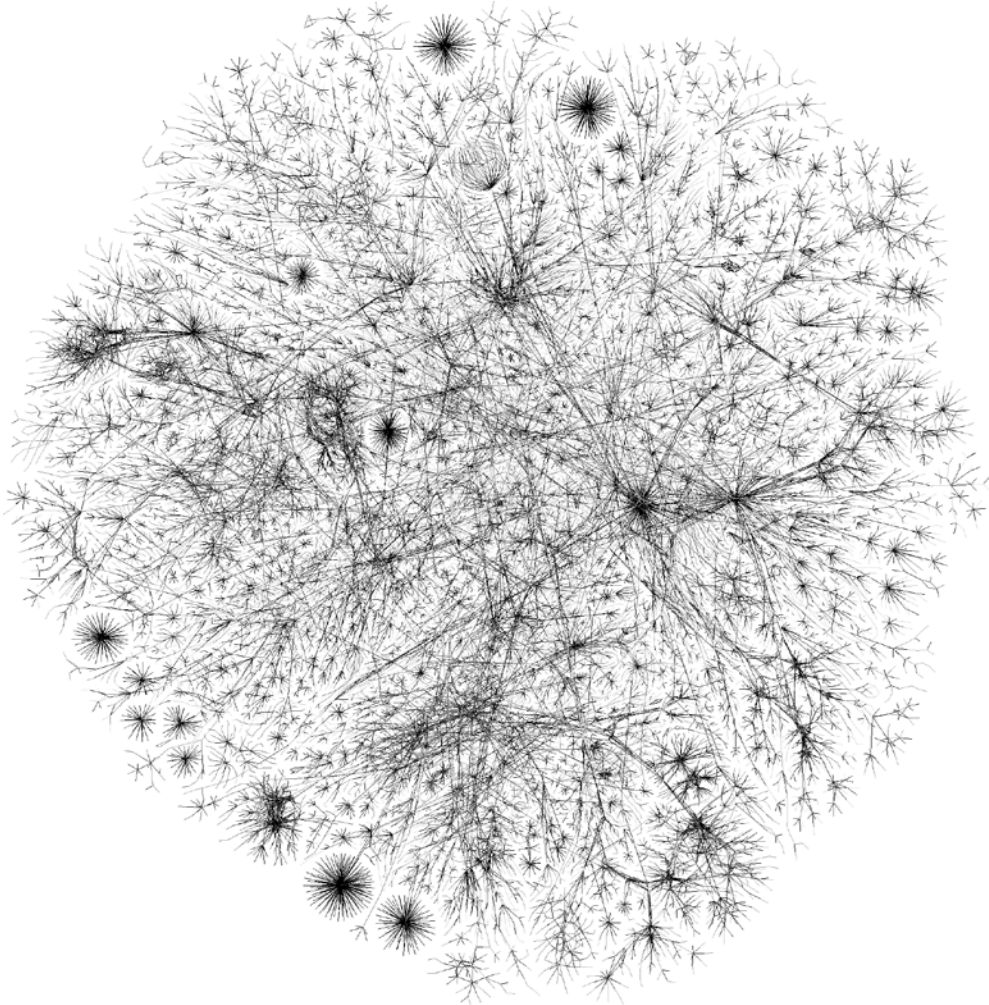


Figura 5

No hi ha cap control o voluntat d'urbanisme global ni cap planificació espacial en aquesta imatge sinó que la facció de la *ciutat hiperrealitzada* és espontània i incontrolada. Aquesta representació cibergeogràfica<sup>791</sup> il·lustra l'expressió virtual del

<sup>790</sup> Imatge elaborada a partir de les il·lustracions de Hal Burch i Bill Cheswick del seu llibre **DODGE, M.; KITCHIN, R.** *Atlas of Cyberspace*. London: Addison Wesley-Pearson Education, 2001. p. 43. Tanmateix en la mateixa línia hem consultat d'altres imatges semblants a The opte project: <<http://www.opte.org>> [Consulta: 23 octubre 2010]

<sup>791</sup> Representacions elaborades per una Cibergeografia com a estudi de la naturalesa espacial de les comunicacions de xarxes informàtiques, en particular la Internet, la World Wide Web i que tendeix a fer èmfasi en els aspectes més quantitius de la mesura i cartografia de la geografia del ciberespai. La cibergeografia estudia tant la infraestructura física, els fluxos de trànsit, les dades demogràfiques de les comunitats ciberespai nou com la percepció i la visualització d'aquests espais digitals. Són especialment interessants les 'visualitzacions de la informació' i els 'Mapes d'Internet' així com *L'Atlas del Ciberespai* els qual conté una gran quantitat de mapes i representacions gràfiques creades per visualitzar Ciberespai. Vegeu: **DODGE, M.; KITCHIN, R.** *Atlas of Cyberspace*. London: Addison Wesley-Pearson Education, 2001.

recorregut i de la comunicació<sup>792</sup>; de la velocitat, de la cristallització del moviment en la deriva 'hiper' d'un mapa de carreteres (Figura 6)<sup>793</sup>, de metro i transport (Figures 7-8)<sup>794</sup> en els quals no només es representa la geografia sinó també la virtualitat de la intenció o de l'acció de moviment. Allò important és el flux, la interacció i la circulació i no tant la descripció física del territori.

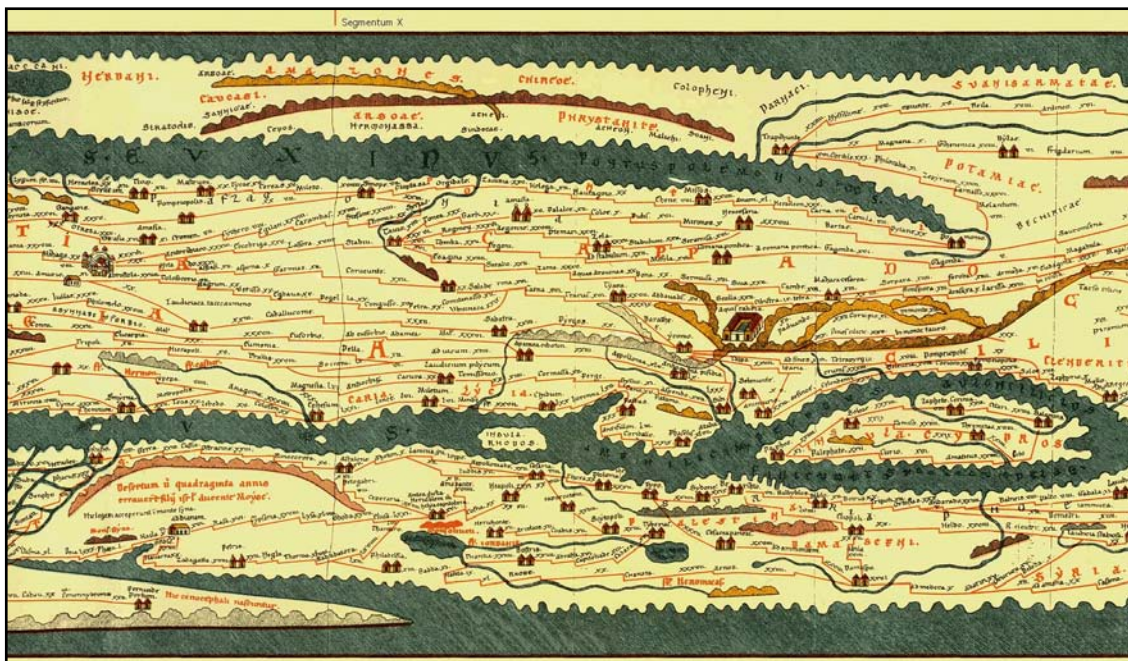


Figura 6. Taula de Peutinger dels camins de l'Imperi Romà



Figura 7.

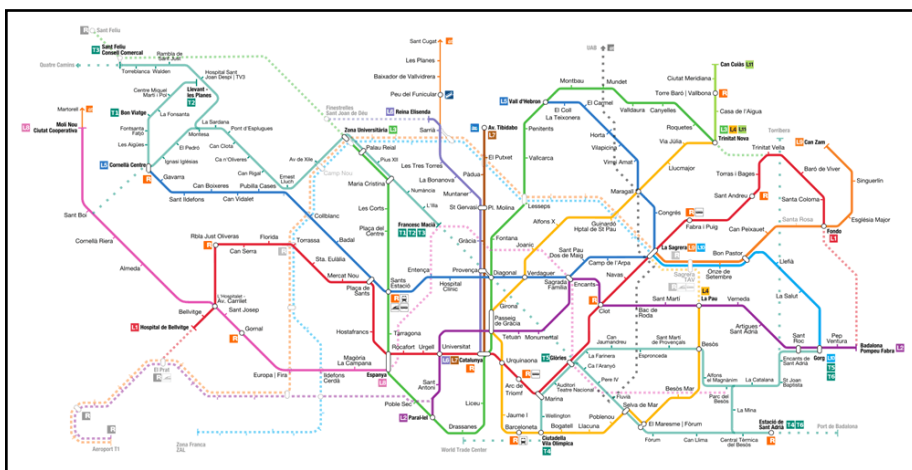


Figura 8.

<sup>792</sup> "Maps are powerful graphic tools that classify, represent and communicate spatial relations; a concentrated database of information on the location, shape and size of key features of the landscape and the connections between them". **DODGE, M.; KITCHIN, R.** Mapping Cyberspace. London: Routledge, 2001. p. 65

<sup>793</sup> Taula de Peutinger és un mapa de l'Imperi Romà (segle I i II d.C) del qual només se'n conserven còpies la més antiga de les quals és del segle XIII. Observem que el mapa no reproduïx bé el terreny perquè allò important és la xarxa de camins i carreteres. D'igual manera els mapes de transport no es preocupen pel territori sinó per les estacions, direccions i parades.

<sup>794</sup> Figura 7: Recorregut d'una línia d'autobús de la ciutat de Barcelona. Figura 8: plànol de les línies de metro de la ciutat de Barcelona.



Simmel deia que només l'èsser humà és capaç de fer quallar el moviment en un camí<sup>795</sup>, i el mapa permet cristal·litzar en una imatge els *camins* que prenen les dades i les significacions. I no hi ha pròpiament mapes de camins a la ciutat *hiperrealitzada* sinó canals de conducció de significacions. El mapa del territori infovirtual és una instantània d'un univers de significació i comunicació sense cap lligam ontològic significatiu amb el referent i sempre en transfiguració.

La geografia, en el sentit clàssic, queda relegada així en un segon pla; com a «geografia tècnica» vinculada amb la disposició de les infraestructures de telecomunicacions i a la distribució dels seus usuaris<sup>796</sup>. La *ciutat hiperrealitzada* conté la seva pròpia geografia reticular ancorada a una *physis* que actua com un hardware.

Així doncs, la representació del rostre de la *ciutat hiperrealitzada* s'emparenta amb un mapa mutant fet d'itineraris, de fluxos i de moviment.

D'altra banda, si bé era l'individu, l'arquitecte o l'urbanista qui projectava anteriorment el rostre de la ciutat, a la *ciutat hiperrealitzada* no hi ha un artífex de la seva projecció global. La *ciutat hiperrealitzada* no és una ciutat pensada ni projectada per l'individu sinó que es projecta globalment ella mateixa. No hi ha una planificació a escala global com passava en l'activitat constitutiva de l'urbanisme sinó que la projecció és desenvolupa en micropartícules independents que generen un 'tot' canviant; una gran taca borrosa<sup>797</sup>.

L'individu produeix petites parcel·les de *software*, individualment i les vincula en petites xarxes. Crea interfícies, webs, aplicacions que apareixen i desapareixen però no controla la forma global de la xarxa; ningú no governa la projecció ni la imatge total de la *ciutat hiperrealitzada*, la qual sens presenta d'una manera polimorfa, imprevisible i sense control.

<sup>795</sup> "La construcción de un camino es, por así decirlo, una realización específicamente humana; también el animal supera continuamente, y a menudo de la forma más habilidosa y difícil, una distancia, pero cuyo comienzo y final permanecen desligados; no produce la maravilla del camino: hacer cuajar el movimiento en una figura fija que precede de él y en la que queda suprimido", SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 46-47.

<sup>796</sup> La distribució d'usuaris i d'estructures en telecomunicacions és especialment rellevant en els estudis sociològics sobre la immersió dels individus en la *ciutat hiperrealitzada* a nivell planetari. Els usos i l'accés a les noves tecnologies no és igual per a tothom i amaga desigualtats socials i el domini de continguts d'uns països per sobre d'uns altres. Així ho assenyala Manuel Castells a CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001. p. 237-259.

<sup>797</sup> El disseny de la xarxa no està projectat a nivell global sinó a nivell individual. La xarxa està composta per blogs, webs, portals etc. creats de forma individual. La fragmentació interconnectada de la ciutat infovirtual és un reflex del context contemporani; és la màxima expressió de la simultaneïtat entre allò global i allò local, del punt de vista macroscòpic i microscòpic: de la doble mirada sobre la ciutat; des de la panoràmica global d'una gran ciutat planetària a la mirada microcòsmica flâneuriana d'un instant viscut en una cantonada.

### 3.2.1.4 La hiperrealització de l'espai

As a result, we are beginning to know and use cities in new ways. Long ago the urban theorist Kevin Lynch pointed out the fundamental relationship between human cognition and urban form—the importance of the learned mental maps that knowledgeable locals carry about inside their skulls. These mental maps, together with the landmarks and edges that provide orientation within the urban fabric, are what make a city seem familiar and comprehensible (...) the invisible landmarks provided by electronic positioning systems—to orient us in the urban fabric, to capture and process knowledge of our surroundings, and to get us to where we want to go<sup>798</sup>.

Tota tècnica modifica la nostra manera de pensar. Diu N. Postman<sup>799</sup> que la tecnologia canvia les coses sobre les quals pensem, el caràcter dels símbols que tenim i la manera de percebre la realitat. Així mateix ho diuen H.M. McLuhan<sup>800</sup> i N. Carr<sup>801</sup>. Ja no veiem la realitat com és sinó com el nostre llenguatge diu que és i, seguint Manuel Castells<sup>802</sup>, els nostres llenguatges són els mitjans de comunicació i els nostres mitjans de comunicació les nostres metàfores, les quals exerceixen la funció constitutiva de la cultura.

En aquest sentit, emprant la cèlebre frase de McLuhan direm que «la xarxa és el missatge»<sup>803</sup>. Allò important en la comunicació no és pròpiament ni el significat ni la informació sinó l'estructura i el tarannà del mitjà de comunicació. I la *ciutat hiperrealitzada*, fonamentada en les TIC, té la capacitat no només de modificar el seu espai i el seu temps intern sinó de modificar la percepció de l'espai i del temps de l'individu. Tal i com havíem vist en el primer bloc dedicat a la *ciutat projectada*, la tecnologia modifica la nostra mentalitat i la nostra manera d'experimentar l'espai i el temps.

La *ciutat hiperrealitzada* també afecta la nostra manera de percebre la *urbs* afegint un tel d'infovirtualitat a la *ciutat realitzada*; incorporant una dimensió més a la *urbs* a partir de les noves tecnologies. Els sistemes de geolocalització, el GPS<sup>804</sup>, el

<sup>798</sup> MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. Massachusetts: MIT, 1996. p. 26.

<sup>799</sup> POSTMAN, N. *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994. p. 27-29.

<sup>800</sup> McLuhan, H. M. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Mèxic: Diana, 1971.

<sup>801</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010.

<sup>802</sup> CASTELLS, M. *El surgimiento de la sociedad de redes*. Madrid: Alianza, 1997. p.327.

<sup>803</sup> Així mateix ho expressa Manuel Castells en la seva 'obertura' de llibre *La galaxia Internet*. Internet és el text de les nostres vides, la base tecnològica de la forma organitzativa que caracteritza la era de la informació. CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001.

<sup>804</sup> GPS (Global Positioning System) Sistema de Posicionament Global a través de satèl·lit.

*check-in*<sup>805</sup> o la realitat augmentada<sup>806</sup> són alguns dels exemples que modifiquen la nostra experiència de la *urbs* afegint-hi més significació.

Aquest vel d'infovirtualitat és, en definitiva, una capa més de significació. El GPS, per exemple, no esdevé un simple mapa sinó un substitut de la nostra orientació; un guia en directe. Amb ell ja no necessitem fites de referència, no ens cal mirar l'entorn per arribar a un lloc. El camí no és objecte de la nostra observació directa perquè fitem la realitat a través de la pantalla que ens va indicant. En aquest sentit, allò important no és el camí sinó el punt d'arribada; perquè l'individu no mira el territori sinó la pantalla que interpreta el territori per ell.

També modifiquen la nostra percepció totes aquelles representacions de l'espai com ara *Google earth* o *Google maps*<sup>807</sup> en les quals la percepció del món des de l'atalaia conté uns implícits com ara la noció de control sobre la immensitat de la imatge del globus o la concepció de la totalitat en relació a l'individu. La representació del món es domestica des del realisme de la fotografia del satèl·lit o també des de la cartografia d'un mapa universal.

D'altra banda, i com a exemple més suggeridor, la realitat augmentada ens relaciona amb el territori des de la pantalla. A través d'ella mirem una realitat plena de notes i apunts: hiper-significada. Caminem sobre la línia de la realitat-virtualitat; una realitat significada doblement per l'individu.

Per una banda, l'espai se'ns presenta com una realitat plena d'anotacions extres. Amb la realitat augmentada se sobresignifica el territori. D'altra banda, creem realitats hologràfiques que es posicionen en l'espai com una realitat més però sense *ser-hi*. La realitat augmentada com a tecnologia, doncs, genera un dels paradigmes més eloqüents de la complexió de la *ciutat hiperrealitzada* perquè permet generar des de la infovirtualitat quelcom que se situa dins les coordenades d'espai i temps de la *realitat*.

En aquest sentit, la realitat augmentada permet experimentar el que William J. Mitchell anomena «llocs intel·ligents»<sup>808</sup>; que són punts de connexió entre el món físic i el món infovirtual convertint la realitat en un entorn físic per on els bits flueixen superposadament.

<sup>805</sup> El check-in és una aplicació per a les xarxes socials que permet saber on són els components de la xarxa social en temps real. Permet saber en quin establiment de la ciutat es troba cada subjecte (restaurant, pub, botiga, gimnàs...) i pot servir per forçar trobades, per donar i rebre suggeriments sobre consum etc.

<sup>806</sup> La realitat augmentada permet completar amb més significacions una realitat que estem veient. Mirem la realitat a través de la pantalla del mòbil. L'aparell reconeix el lloc on estem mirant i ens dona informació addicional. Si mirem a través de la pantalla una muntanya o un edifici ens pot indicar el nom, característiques, l'arquitecte, recomanacions, publicitat... L'efecte és una realitat comentada amb un segon nivell de significació.

<sup>807</sup> *Google Earth, ArcGIs Explorer ESRI, Spot, Landsat, meteosat, etc.*

<sup>808</sup> MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001. p. 37.

D'aquesta manera, la ciutat del segle XXI, segons Mitchell, integrarà nous materials. A més del formigó i l'acer la nova arquitectura haurà d'incloure silici i programes de software perquè esdevindran edificis intel·ligents que interactuaran amb nosaltres a partir de sensors òptics, acústics i electromagnètics el quals incorporats a la roba, al nostre cos i a la infraestructura urbana es comunicaran entre ells i amb nosaltres.

A mode de resum, la hiperrealització de l'espai és la infovirtualització de la *urbs*; la immersió de l'espai físic en la infovirtualitat i en la hipersignificació. La *urbs* tant amb la incorporació de les noves tecnologies en la construcció com en l'assimilació del temps ofert per les TIC es va aprimant i transformant en una «ciberciutat»<sup>809</sup>.

En aquest sentit durant diversos moments de la investigació hem exposat diverses formes d'hiperrealització de la *urbs*. En el bloc 1 dedicat a la ciutat projectada hem exposat una arquitectura hiperreal que difuminava la línia divisòria entre realitat i virtualitat. Més endavant, en el segon bloc dedicat a la ciutat realitzada, hem fet una aproximació a la hiperrealització de la *urbs* a través de la *Fantasy City* en la qual el parc temàtic afegia capes d'il·lusió i fantasia a una realitat urbana basada en el consum i l'entreteniment. Ambdues formes d'hiperrealització queden recollides aquí posant de manifest que la hiperrealització de l'espai vindrà donada per qualsevol agent arquitectònic, estructural o tècnic que ens immergeixi en els mons de ficció, en el somni o la il·lusió.

---

<sup>809</sup> Una de les ciutats on es manifesta clarament aquest procés d'hiperrealització de la *ciutat realitzada* és Houston. Carlos García Vázquez la situa com a paradigma de ciberciutat. Vegeu **GARCÍA, C.** *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. 207-225. Sobre el terme «ciberciutat» emprat aquí en el sentit que ho fa Christine Boyer: **BOYER, M. C.** *Cybercities. Visual perception in the age of electronic communication*. New York: Princeton Architectural Press, 1996.

### 3.2.2 Ciutat hiperrealitzada des de la política

Governments of the Industrial World, you weary giants of flesh and steel, I come from Cyberspace, the new home of Mind. On behalf of the future, I ask you of the past to leave us alone. You are not welcome among us. You have no sovereignty where we gather. We have no elected government, nor are we likely to have one, so I address you with no greater authority than that with which liberty itself always speaks. I declare the global social space we are building to be naturally independent of the tyrannies you seek to impose on us. You have no moral right to rule us nor do you possess any methods of enforcement we have true reason to fear<sup>810</sup>.

Aquest capítol està articulat en dos parts. El primer apartat està dedicat a la *polis* en contraposició a la *ciutat realitzada* contemporània entrellaçant-la en determinats moments amb la ciutat infovirtual i resseguint les tres idees vinculades a la *polis* que hem assenyalat al primer bloc de la investigació quan fèiem referència a la ciutat dels polítics i dels filòsofs.

Recordem aquestes tres idees en forma d'apunt. Per un cantó, la idea aristotèlica que assenyalava la ciutat com a lloc propi de l'ésser humà; un lloc per ser feliç (a), d'altra banda, la impossible constitució de la *polis* al marge de la ètica (b) i, per últim, la *polis* com la possibilitat d'assolir la perfecció humana mitjançant la política (c).

En un segon moment farem una breu aproximació a les noves tecnologies i a la política contemporània centrant-nos en les seves possibilitats i perills perquè la *ciutat hiperrealitzada* es conforma com un espai que transforma la política actual i es configura com el nou dipòsit per a les utopies socials. És un espai de poder i contrapoder, d'informació i contrainformació, de visibilitat i d'invisibilitat.

#### 3.2.2.1 La ciutat hiperrealitzada i la polis

##### a) Polis, ciutat contemporània i ciutat feliç

La *polis* es perfilava i constituïa com a context de felicitat<sup>811</sup>. I ens preguntem si les ciutats (i els Estats) contemporànies tenen també aquesta vocació. La pregunta és gruixuda i pertinent però difícil de respondre. Tot i això, necessitem esclarir si la genètica de la ciutat contemporània conté encara aquest germen fundacional que

<sup>810</sup> PERRY, B. *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. [En línia] Davos, 8 de febrer 1996. <<https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>>. [Consulta: 14 de gener de 2011]

<sup>811</sup> ARISTÒTIL. *Política*. Madrid: Gredos, 1988. p. 442.

defineix i legitima el sentit de l'estructura urbana que ens agrupa i ens organitza d'una determinada manera.

Així doncs ens preguntem si la *ciutat realitzada* s'ha construït amb vocació de *ciutat feliç* o, pel contrari, guarda alguna altra propensió. D'una manera succinta podríem afirmar que la ciutat d'ara i d'abans no sorgeix només per motius econòmics, eventualitats de la història, de la necessitat<sup>812</sup> o la temença<sup>813</sup> sinó que també és fruit de la imaginació, de la utopia i del desig de felicitat. Una primera afirmació que queda tàcita en tot el primer bloc dedicat a la *ciutat projectada* i que donem per bona malgrat els múltiples matisos i objeccions que es puguin fer.

D'aquí, l'estret vincle entre ciutat i utopia; entre *polis* i política; entre ciutat i felicitat. Per això, queda implícita i explícita -ara i abans- la premissa eudemonista *ad hoc* que afirma que la finalitat de la ciutat i de les *accions*<sup>814</sup> humanes és encaminar-nos cap a la felicitat<sup>815</sup>. L'ètica i la ciutat queden, d'aquesta manera, unides. I tant la *polis* com la ciutat contemporània resten embolcallades per aquest desig de felicitat que esdevé un element intrínsec i latent en la construcció i constitució de la ciutat.

Dit això, queda respondre sobre quina idea o idees de felicitat ha estat construïda la ciutat contemporània. Aristòtil ja exposa a la *Política* que en una ciutat conviuen diferents conceptes de felicitat i, per tant, diferents estils de vida. Amb els mitjans de comunicació social i les TIC la pluralitat d'imatges de felicitat es multipliquen alhora que dibuixen i nodreixen un panorama de multidiversitat semàntica al voltant de la definició de felicitat: unes definicions propinades, en darrer terme, per les lògiques de producció i de consum i no de la ètica ni la política com en el cas de la *polis*.

El mateix tarannà narcisista de l'individu contemporani fa que l'assoliment de la felicitat continuï sent una preocupació. La recerca i la insatisfacció constants alimenten un nou estil de vida basat en l'elecció i el consum. Busquem sense trobar: «Qui parla de felicitat acostuma a tenir els ulls tristos»<sup>816</sup> diu el poeta; perquè la ciutat contemporània no està construïda per a la perfecció humana sinó per a la satisfacció del desig mitjançant el consum i, fins i tot com hem vist en el bloc anterior, el consumisme no serà el camí de la felicitat sinó la felicitat mateixa. Si allò constitutiu (l'*allò urbà*) de la *polis* grega era la política, allò constitutiu (l'*allò urbà* contemporani) de

<sup>812</sup> Vegeu **PLATÓ**. *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos, 1992. p.122.

<sup>813</sup> En el sentit de Th. Hobbes al *Leviatán*; a la temença a l'*homo homini lupus* en estat salvatge deriva en el conseqüent contracte social (*artificial*) que protegeix els individus els uns dels altres sacrificant una part de la seva llibertat i els seus drets posant-los en mans d'un sistema o d'un governador. I també en el sentit de temença a la individualitat davant de la intempèrie d'una natura adversa.

<sup>814</sup> La felicitat s'experimenta de forma passiva com a resultat de les nostres accions que han estat motivades per les nostres creences, valors, coneixements, imaginació, desigs...

<sup>815</sup> No entrem a definir el concepte ni afirmem la convicció de poder assolir 'la felicitat' sinó que aquí fem referència a un 'anar cap a...' a entendre la felicitat, sigui quina sigui la seva definició, com a un horitzó on dirigir-se que pot esdevenir assolible o inassolible depenent del concepte de felicitat que tenim.

<sup>816</sup> Citat a **LIPOVETSKY, G.** *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p.13

la *ciutat realitzada* és el consum, el qual esdevé un estil de vida que articula la quotidianitat dels individus que viuen en la ciutat.

D'altra banda, l'escenari fragmentat de discursos sobre la felicitat sumat al tarannà individualista, subjectivista i narcisista de l'individu contemporani és un terreny fecund per a les *indústries culturals* i per a la societat de consum. D'aquesta manera, els discursos i les imatges de felicitat també esdevenen un producte de consum.

La ciutat, en aquest sentit, se'ns presenta com un gran aparador d'ofertes de felicitat. L'individu contemporani passeja per la ciutat enmig de les propostes de felicitat que s'hi couen; propostes individuals que proven de satisfer la *demanda*; propostes *targetitzades*, parcel·lades, consumibles i exigibles: basades en el benestar, el desig, el plaer, l'autorealització, l'èxit, la singularitat però també en la solidaritat, la transcendència, la generositat, l'esforç, la solidaritat i l'amor. Tot això dins de les coordenades d'un present sense futur; de la provisionalitat i de la mobilitat permanent com a estil de vida i dins del que Lipovetsky anomena la «beneficència mediàtica» i el «*show del cor*» que són teatralitzacions del Bé<sup>817</sup>.

En aquest escenari fragmentat, la felicitat se'ns apareix sovint com un valor privat i individual, que és de dret<sup>818</sup>, conseqüència d'un pensament individualista i subjectivista que s'allunya dels valors col·lectius. La felicitat esdevé, d'aquesta manera, una imatge privada tutelada pel poder de l'Estat.

El paper del poder públic, així doncs, és l'encarregat de crear el context idoni perquè cadascú pugui viure la seva felicitat. És a dir, que la política serà la responsable d'elaborar un escenari desdibuixat i genèric que permeti que sobrevisquin totes les felicitats individuals possibles; fins i tot les antagoniques. Reblant el clau, la tasca del poder públic és la de vetllar per al manteniment d'un context de convivència que sostingui les diferents imatges de felicitat sense carregar excessivament el context d'ideologies que puguin excloure unes o altres.

En aquest sentit, l'escenari polític que es conforma ja no és com el de la *polis*, el qual com llegim en la *Política* o en l'*Ètica de Nicòmac* d'Aristòtil<sup>819</sup> tenia un ritme encaminat a assolir la «vida bona» col·lectivament, sinó que esdevé un marc a to amb un context despulat de metarrelats i d'ideologies on no trobem una idea de felicitat fonda sinó un trencadís de felicitats individuals vinculades generalment al consum, a l'autorealització i al narcisisme.

<sup>817</sup> Lipovetsky diu la beneficència mediàtica és posmoralista i funciona com una nova manera de consumir en una certa teatralització del Bé. L'era posmoralista intenta reconciliar el plaer i la bona intenció; la caritat *business*, diu el filòsof, no expressa la rehabilitació de la moral sinó la seva dissolució. LIPOVETSKY, G. *El crepusculo del deber: ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama, 1994.

<sup>818</sup> Com ja hem assenyalat anteriorment quan fèiem referència al preàmbul de la Declaració d'Independència dels Estats Units d'Amèrica l'any 1776 la felicitat apareix com un dret.

<sup>819</sup> ARISTÒTIL. *Política*. Madrid: Gredos, 1988.

En aquest sentit, i a diferència de la *polis*, la narrativa sobre la felicitat que abans era en mans de la política i la religió, ara es troba articulada per les indústries culturals i la publicitat perquè en l'àrea social i pública és el mercat i no la política qui reforça, oblida o abandona les diferents propostes de felicitat.

D'aquesta manera, les propostes de felicitat genèriques i col·lectives deriven, doncs, en una definició descafeïnada, feble i laxa. La ciutat contemporània, doncs, no s'erigeix sobre una definició estable o forta de felicitat proporcionada per una ideologia, creença o ètica sinó sobre el mínim comú denominador on hi tenen cabuda totes les imatges de felicitat possibles; una *felicitat light*<sup>820</sup> i aprimada que pertoca només a l'esfera privada perquè forma part de la cultura de la felicitat subjectiva.

En aquest sentit, la *ciutat hiperrealitzada* esdevé la possibilitat d'encaixar perfectament totes aquestes imatges dèbils i parcel·lades de felicitat. El caràcter fragmentat de la ciutat infovirtual correspon al discurs fragmentat sobre la felicitat; el qual s'acomoda al nou suport que li és tan afí. I no només això sinó que la immersió en una vida infovirtual esdevindrà en ella mateixa una proposta de felicitat que ens permetrà viure plenament l'estil de vida contemporani occidental: el consumisme.

#### b) *Polis, ciutat contemporània i postmoralisme*

El camí per assolir la felicitat comporta una ètica; de fet, tot acte humà implica una raó ètica. La ciutat (*urbs* i *civitas*) com a producte de l'acció humana, per tant, suposen una ètica i l'estil de vida que s'hi efectua també.

Per tant, els valors projectats en la *ciutat realitzada* es manifesten en les seves infraestructures, en les seves polítiques d'urbanisme, serveis i administració a més de la seva morfologia i de l'estil de vida dels seus habitants. D'aquesta manera, de la constitució escènica de les grans ciutats se'n desprèn un flaire ètic; no sempre escrit, ni sistematitzat, una idea (o idees) de felicitat implícita, uns valors intrínsecs a l'organització i a la valoració de l'espai que coincideixen amb uns valors ètics determinats.

Ja hem apuntat en l'apartat anterior, que el consum es converteix en una finalitat en ell mateix; és a dir, no com a mitjà per aconseguir la felicitat sinó com a horitzó mateix de felicitat. En aquest sentit, la nostra ètica és el consum<sup>821</sup> perquè ell configura i determina el nostre estil de vida, les nostres relacions i la nostra identitat.

<sup>820</sup> LIPOVETSKY, G. *El crepúsculo del deber: ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama, 1994.

<sup>821</sup> "El consumo, como toda actividad humana consciente, es expresión de la libertad y, por eso mismo, entra por derecho propio en el ámbito ético, el ámbito de las acciones que se eligen y tienen que ser, por tanto, implícita o explícitamente justificadas". CORTINA, A. *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus, 2002. p. 179.



En aquest sentit, el consumisme és el nou *ethos*<sup>822</sup> de la ciutat contemporània el qual esdevé el motor de la societat<sup>823</sup>. I el consum pel consum, com a *ethos* reforça la imatge moderna i contemporània del crepuscle d'allò moral, del postmoralisme<sup>824</sup>, el nihilisme (en el sentit de Heidegger) o el relativisme moral.

La *urbs* i la *civitas* reflecteixen aquest tarannà posmoralista; la d'una ciutat que ha reemplaçat el deure pel desig i que s'ha encarat i dedicat al consum il·limitat, al *self-love*, a l'autorealització i a tot un seguit d'aspectes vinculats al narcisisme, a l'individualisme i a la felicitat subjectiva.

Des d'una altra perspectiva, la constitució infovirtual de la *ciutat hiperrealitzada* suportada per les TIC ens fan reprendre les consideracions de l'Escola de Frankfurt davant de l'ombra d'una tecnologia sense ètica. Les interaccions entre individus en l'espai infovirtual s'articulen en la distància a través de la mediació tecnològica; una mediació que aparentment no té risc i que dilueix allò que toca en una simulació<sup>825</sup>.

Els ressons del simulacre en la *ciutat hiperrealitzada* poden convertir-la en un territori de jocs aparentment innocu. Però la *ciutat hiperrealitzada*, com ja subratllem en un altre apartat, és un instrument de doble tall.

Per una banda, la il·lusió de l'anonimat i la distància entre individus en un escenari de simulació provoquen la percepció d'un espai sense ètica, de llibertat absoluta, sense risc ni responsabilitat on les accions són inofensives perquè només es mouen en el terreny de la significació i de la simulació.

D'altra banda, les accions que es desenvolupen dins seu tenen repercussions ben reals sigui en el terreny del consum o en el de les relacions interpersonals. Un exemple significatiu són els casos de *cyberbulling*<sup>826</sup> o, des d'una perspectiva més àmplia, la influència dels fluxos de la «ciutat global» que configuren un ordre mundial

<sup>822</sup> *Ethos* és el costum; l'estil de vida i la manera de viure. En el sentit aristotèlic també pot ésser entès com la part apetitiva de l'ànima on rauen els desigs. **ARISTÒTIL**. *Ètica a Nicómaco*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1985. p. 19.

<sup>823</sup> "El *ethos* del consumo ha penetrado en todas las esferas de nuestra vida. A medida que la cultura, el ocio, el sexo, la política e incluso la muerte, se convierten en mercancía, el consumo construye la fuerza cada vez mayor de nuestro modo de ver el mundo. Como ha señalado William Leiss, en la actualidad el mejor indicador de la conciencia social es el *Index of Consumer Sentiment*, el cual refleja el optimismo acerca de la situación mundial en función de las ganas de gastar". **SORKIN, M. [et al.]** *Variaciones sobre un parque temático. La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. p. 23.

<sup>824</sup> Terme emprat per Lipovetsky però assenyalat anteriorment per Ortega y Gasset: "Esta es la cuestión: Europa se ha quedado sin moral. No es que el hombre-masa menosprecie una anticuada en beneficio de otra emergente, sino que el centro de su régimen vital consiste precisamente en la aspiración a vivir sin supeditarse a moral ninguna. No creáis una palabra cuando oigáis a los jóvenes hablar de la «nueva moral». Niego rotundamente que exista hoy en ningún rincón del continente grupo alguno informado por un nuevo *ethos* que tenga visos de una moral. Cuando se habla de la «nueva», no se hace sino cometer una inmoralidad más y buscar el medio más cómodo para meter contrabando". **ORTEGA Y GASSET, J.** *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 235.

<sup>825</sup> **BAUDRILLARD, J.** *Cultura y simulacro. La precesión de los simulacros. El efecto Beaubourg. La sombra de las mayorías silenciosas. El fin de lo social*. Barcelona: Kairós, 1978.

<sup>826</sup> **HEIRMAN, W.; WALRAVE, M.** "Assessing issues and concerning about the Meditation of Technology in Cyberbulling" A: *La metamorfosi de l'espai mediàtic*. (V Congrés de Comunicació i Realitat) Barcelona: Trípodos, 2010. p. 307-315.

de poder a partir de la intangibilitat de la circulació d'informació<sup>827</sup>. Que un entorn sigui infovirtual, doncs, no vol dir que sigui innocu.

Així doncs, les accions dins la *ciutat hiperrealitzada* són com la virtualitat de les paraules; com projectils de significació amb un efecte *real* en les persones que les capten. Per tant, la *ciutat hiperrealitzada* resulta ser, inevitablement, un espai de significats que condiona la conducta de cada individu i que configura un nou ordre mundial, econòmic i polític.

Per últim, i a mode conclusiu, direm que la ciutat infovirtual no és un espai sense ètica; com a producte i espai de relacions humanes no és possible entendre-la al marge de l'ètica. Però, tanmateix, l'escenari que conforma la ciutat infovirtual il·lustra concisament el caràcter postmoral i nihilista del nostre context contemporani construït a partir de valors aprimats, tebis i transparents que conviuen els uns amb els altres sense fer-se nosa. La ciutat, lluny de la idea de la *polis*, s'erigeix sobre un nou *ethos* que no humanitza l'individu sinó que, com veurem en el següent punt, el desterra del que abans havia estat la ciutat.

### c) *Polis, ciutat tecnocràtica i nova Atlàntida*

En el primer bloc dedicat a la *ciutat projectada* hem exposat les dues cosmovisions transversals en tota la investigació: l'*organicisme / holisme* i el *mecanicisme / individualisme*. Dins d'aquesta última cosmovisió il·lustràvem amb el text de Protàgores dos tipus de cultura: la cultura tècnica i la cultura d'acció pràctica, social i política. Georg Simmel, tanmateix, apuntava també dos tipus de cultura que conviuen harmònicament en la *polis* grega i cohabitaven desequilibradament en la ciutat contemporània: la *cultura objectiva* i la *cultura subjectiva*<sup>828</sup>.

Manifestàvem que en el nostre context contemporani la cultura tècnica havia suplantat o prevalgut sobre la cultura política i que la *cultura objectiva* predominava sobre la *cultura subjectiva* significat el pas d'un medi natural a un medi tècnic; és a dir, del món viscut en contacte directe amb la Naturalesa al món viscut des dels objectes culturals, les màquines, les institucions, les convencions i l'economia.

Aquest desajustament entre els dos nivells de cultura que proposava Simmel, no afavoreixen, doncs, el perfeccionament de la vida subjectiva ni l'orientació cap a la felicitat. La ciutat entesa com a producte de la *cultura objectiva* quan no està al servei del creixement humà de l'individu esdevé el seu ofec.

<sup>827</sup> SASSEN, S. *Cities in the World Economy*. Sage: London, 1993 i SASSEN, S. *The global city, New York, London, Tokio*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

<sup>828</sup> SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001.

La ciutat, llavors, s converteix en una distopia; en un gran mecanisme deshumanitzador que esclafa l'individu i el sotmet a la seva lògica productiva i de consum. La pel·lícula de ciència ficció titulada *Metropolis* (1927) de Fritz Lang (1890-1976) és una expressió d'aquest malestar produït per la ciutat moderna, en aquell cas industrialitzada. A través de l'art descobrim, diran Iván de la Nuez i Josep Ramoneda, allò que «la fragmentació postmoderna semblava negar: el *pathos* universal compartit. La constatació que hi ha manifestacions del malestar que es donen de maneres molt semblants a les diverses ciutats del planeta»<sup>829</sup>.

El malestar, en darrer terme, amaga una societat tecnocràtica que ha racionalitzat l'administració pública en funció de criteris d'eficàcia i que ha substituït el discurs ideològic, polític o religiós pel discurs dels tècnics. La ciutat contemporània és una nova Atlàntida plena d'artefactes i riquesa; amb unes lleis establertes però sense una *política*, en el seu sentit clàssic, que humanitzi l'individu.

Ja havíem dit amb Aristòtil en el primer capítol d'aquesta recerca, que ni la ciutat ni l'estat es reduïen a un compendi de lleis a les quals els individus s'hi adscriuen per conveniència sinó que, a més de garantir els drets amb el compliment de les lleis, la *polis* havia de ser capaç de convertir els *ciutadans* en persones bones i justes. És a dir, que l'ètica era part constitutiva fonamental de la *polis* i que, per tant, sense ètica no era possible *polis*.

D'aquesta manera, si la ciutat no era capaç d'humanitzar o civilitzar l'home, de fer-lo més perfecte, més humà a través de la *política* llavors la *polis* deixava de ser-ho per esdevenir un assentament de *bàrbars* en el sentit que aplica Isòcrates en el seu Panegíric<sup>830</sup>. Els bàrbars ni coneixen la igualtat jurídica ni practiquen la política. I és precisament la política l'ànima i la identitat de la *polis*<sup>831</sup>.

A la *polis*, la força ètica de l'Estat es trobava en la comunitat, en els seus ciutadans, perquè els ciutadans eren l'Estat; eren la comunitat en sentit estricte: en ella naixia i moria l'estat<sup>832</sup>. Knauss diu que el fonament de l'Estat grec -és a dir, la comunitat, tal i com es conforma en entitat política partint de l'assemblea originària- es fa patent en la manera com els grecs parlen de l'Estat.

<sup>829</sup> NUEZ, I.; RAMONEDA, J. *ATOPIA. Art i ciutat al segle XXI*. Barcelona: CCCB, 2010. p. 5. Llibre sobre l'exposició del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona del 25 de febrer al 24 de maig de 2010. L'exposició tenia un to pessimista i tractava, en general, del malestar de l'individu en la ciutat; en una ciutat que el deshumanitza.

<sup>830</sup> La diferència entre bàrbars i no bàrbars tant per Aristòtil com per Isòcrates rau en la política. Per això, la *polis* es contraposa al món bàrbar. Entre grecs també s'enfrontaven entre ciutats i entre identitats marcades pels seus models polítics. Aquestes disputes entre pobles grecs per motius de diferències polítiques es troba molt ben il·lustrada en 'La història del Peloponès' especialment en el volum II en els discursos de Pèricles. **TUCIDIDES**. *Historia de la guerra del Peloponès*. Madrid: Akal, 1989.

<sup>831</sup> Plató al Timeu diu que la «ciutat dels atenencs era la millor en la guerra i la més absolutament obedient a les lleis» i on es va donar la millor organització política de totes les que hi havia hagut mai. **PLATÓ**. *Diàlogos. Filebo, Timeu, Critias*. Madrid: Gredos, 1992. (vol. VI). p. 166.

<sup>832</sup> En sentit clàssic des de l'Iliada d'Homer la polis era unitat política, aglomeració urbana i conjunt de ciutadans. Aristòtil fa prevaldre el ciutadans per sobre de tots els altres.

No es parla mai de l'Àtica en sentit jurídic territorial, com ho fem nosaltres de França o Espanya sinó que l'expressió política per a l'Estat atenenc no és Atenes sinó la forma personal «els atenencs»<sup>833</sup>. Així doncs, aquesta expressió ens mena a la idea que són els individus i no l'estat –entès com a institució de poder territorial- on recau la força ètica, política i identitària.

A la *polis*, la cultura política preval sobre la cultura tècnica. Mentre que a l'Estat democràtic la política -estatal, regional o municipal- està profundament enxopada d'una mentalitat tecnològica. En aquest sentit, la tecnologia (la cultura tècnica) preval sobre la cultura política i conforma una mentalitat nascuda d'una forma de *raó instrumental* més atenta a la maximització de la satisfacció de les necessitats i a la minimització dels seus costos que no pas a la humanització dels individus; la burocràcia<sup>834</sup>. La tecnocràcia pretén promoure o imposar el ritme de les relacions socials segons el batec de la tecnologia:

La despolititzación de la masa de la población, que viene legitimada por la conciencia tecnocrática, es al mismo tiempo una objetivación de los hombres en categorías tanto de la acción racional con respecto a fines como del comportamiento adaptativo: los modelos cosificados de la ciencia transmigran al mundo sociocultural de la vida y obtienen allí un poder objetivo sobre la autocomprensión<sup>835</sup>.

Metafòricament, la imatge de la ciutat i l'Estat contemporani europeu, en aquest sentit, respondrien més aviat a un mecanisme que no pas a un organisme com tractava de ser la *polis*. La tècnica i la lògica tecnològica sense ètica porten a la decadència de la civilització. I un bon exemple mitològic-legendari és l'Atlàntida, la mateixa illa que va inspirar Bacon en la seva obra abans citada.

El *Critias* de Plató dibuixa la facció rica i exuberant d'una illa dominada per la tècnica. Una ciutat que millora, fins i tot, les estructures traçades pel déu Poseidó; amb ponts i canals, comunicacions entre territoris i d'altres obres d'unes dimensions colossals.

<sup>833</sup> **KNAUSS, B.** *La Polis. Individuo y estado en la Grecia antigua*. Madrid: Aguilar, 1979. p. 42-60.

<sup>834</sup> L'Holocaust nazi va ser una expressió d'aquesta racionalitat tècnica aplicada a una finalitat deshumanitzadora a través de la burocràcia i la lògica tecnològica les quals actuen com una maquinària de destrucció humana. "En la administración estrictamente burocrática, los siguientes aspectos alcanzan el punto óptimo: precisión, rapidez, falta de ambigüedad, conocimiento de los expedientes, continuidad, discreción, unidad, estricta subordinación y reducción de las fricciones y de los costos materiales y de personal. La burocratización ofrece sobre todo una posibilidad óptima para poner en práctica el principio de creciente especialización de las funciones administrativas siguiendo consideraciones puramente objetivas... El cumplimiento 'objetivo' de las tareas significa principalmente que estas tareas se llevan a cabo según normas calculables y sin tener en cuenta las personas". **GERTH, H.H.; WRIGHT, C.** *From Max Weber*. London: Routledge & Kegan Paul, 1970. p. 214-215. Citat a **BAUMAN, Z.** *Modernidad y Holocausto*. Madrid: Sequitur, 1997. p.18.

<sup>835</sup> **HABERMAS, J.** *Ciencia y técnica como 'ideología'*. Madrid: Tecnos, 2002 (4ª ed). p. 99.

Però els mandataris de l'Atlàntida perden el referent diví; l'ètica. No són capaços de veure la «vida veritable respecte la felicitat»<sup>836</sup>. En aquest sentit, l'Atlàntida interpel·la el nostre temps; la nostra civilització rica i tecnificada que llueix també un clar debilitament de la ideologia, dels metarrelats i de l'ètica cerca angoixada i exigent l'acompliment de l'èxit i l'autorealització personal entesos com escenari idoni per a una felicitat individual.

A l'Atlàntida, malgrat la seva gran tecnificació i riquesa, li manca la vida política, la fesomia, l'ètica i l'esperit dels seus habitants<sup>837</sup>. La *polis*, tanmateix, té un rostre humà, perquè allò essencial i constitutiu de la ciutat grega no està en Poseidó, ni en monarques absoluts, ni en les lleis sinó en la comunitat de ciutadans i en les seves virtuts ètiques; és a dir, en la *política*.

En aquest sentit, preguntant-nos per la relació entre la *polis* i la ciutat contemporània estem amb Knauss quan afirma que la ciutat occidental no és hereva de la *polis* sinó de l'Atlàntida; és hereva del model romà i no del grec<sup>838</sup>.

La *ciutat realitzada*, sense ètica ni *política* es troba com la gran Atlàntida plena de riquesa i d'artilugis però també mancada d'un esperit i d'una fesomia. Una tecnologia sense ètica o, en tot cas, una ètica que no humanitza l'individu.

La *ciutat hiperrealitzada* és el mirall del nostre temps; en ella trobem tots aquells atributs hipermoderns i, per tant, tot el tint *posmoral* de la *ciutat realitzada* en el sentit que ho exposa Lipovetsky a *El Crepúsculo del deber*<sup>839</sup> tal i com hem dit en el punt anterior. I, sembla clar, que quan més a prop s'està de la societat que descriu Lipovetsky més lluny ens trobem de la *polis* de l'antiga Grècia sense que això vulgui dir que la *polis* hagi de ser concebuda com un estat polític ideal.

En aquest sentit, en la *ciutat hiperrealitzada* hi reconeixem –com veurem més endavant– tots els elements descrits per Lipovetsky i, per tant, sembla raonable afirmar que la ciutat contemporània (tant *realitzada* com la *hiperrealitzada*) no només és diferent a la *polis* sinó que pot ser concebuda com la seva antítesi. I, per tant, les

<sup>836</sup> "Mas cuando se agotó en ellos la parte divina porque se había mezclado muchas veces con muchos mortales y predominó el carácter humano, ya no pudieron soportar las circunstancias que los rodeaban y se pervirtieron, y al que los podía observar les parecían desvergonzados, ya que habían destruido lo más bello de entre lo más valioso, y los que no pudieron observar la vida verdadera respecto de la felicidad, creían entonces que eran los más perfectos y felices, porque estaban llenos de injusta soberbia y de poder. El Dios de Dioses Zeus, que reina por medio de leyes puesto que puede ver tales cosas, se dio cuenta de que una estirpe buena estaba dispuesta de manera indigna y decidió aplicarles un castigo para que se hicieran más ordenados y alcanzaran la prudencia. Reunió a todos los dioses en su mansión más importante, la que, instalada en el centro del universo, tiene vista a todo lo que participa de la generación y, tras reunirlos, dijo..." PLATÓ. *Diálogos. Filebo, Timeo, Critias*. Madrid: Gredos, 1992. (vol. VI). p. 296. El text acaba aquí d'una manera sobtada sense esbrinar quines paraules va dir Zeus finalment.

<sup>837</sup> Quan Plató descriu Atenes ho fa d'una manera diferent a la l'Atlàntida. La descripció de l'Atlàntida ens revela tota la seva esplendor, riquesa i poder en mans de la tècnica però ens diu poca cosa dels seus habitants. En canvi, en la descripció de l'Àtica l'únic element tècnic descrit és la muralla que envolta l'Acropolis però, d'altra banda, es dona tot el protagonisme a la descripció dels seus habitants<sup>837</sup>. L'ànima d'Atenes són els atenencs.

<sup>838</sup> KNAUSS, B. *La Polis. Individuo y estado en la Grecia antigua*. Madrid: Aguilar, 1979. p. 46.

<sup>839</sup> LIPOVETSKY, G. *El Crepúsculo del deber: la ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama, 1994.

denominacions com ara Metròpolis, Megàpolis, Megalòpolis, Heteròpolis<sup>840</sup>, Postmetropolis<sup>841</sup>, Mèpolis<sup>842</sup>, Mesòpolis, Metàpolis<sup>843</sup>, Telèpolis<sup>844</sup>, Tecnòpolis<sup>845</sup>,... per designar la ciutat actual no han de vincular-se conceptualment amb l'antiga *polis* grega.

Així doncs, i a mode de conclusió de la ciutat contemporània confrontada a la *polis*, direm que en un context hipermodern viscut en la ciutat contemporània, on els valors ètics es troben, si no ferits de mort, debilitats; no és possible l'existència de cap nova *polis*. L'absència d'una ètica sustentada sobre metarrelats que donava el sentit polític de la *polis* ha estat suplantada per la *nihilitat* de la tecnologia; per la buidor política de la tecnocràcia i per la substitució del discurs i l'acció política pel discurs i l'acció del consum.

En aquest sentit si el lloc connatural a l'ésser humà per Aristòtil era la *polis* i la *ciutat hiperrealitzada* s'erigeix com la seva antítesi podríem afirmar que la *ciutat hiperrealitzada* no és el l'indret propi de l'ésser humà; no és el lloc 'natural'<sup>846</sup> on s'humanitza l'individu sinó més aviat on es deshumanitza. La mancança d'una ètica i d'una política fan del *ciudadà* contemporani un *bàrbar*, un individu condemnat a l'error però, com passava amb els darrers governants de l'Atlàntida, convençut de la felicitat que obté a través del consum i de les virtuts de la tecnologia<sup>847</sup>.

En aquesta direcció, quan més gran és la ingerència dels valors de la *ciutat hiperrealitzada* en la *ciutat realitzada*, més deshumanitzadora i més tecnocràtica és la ciutat. D'aquesta manera, si partim d'un punt de vista clàssic entenent l'existència de l'ésser humà com a metafísica (fora de la *physis*; és a dir fora de la natura, en la ciutat) l'individu ni acaba de trobar el seu lloc a la Natura ni tampoc l'acaba de trobar a la ciutat en tant que la ciutat deshumanitza l'individu.

<sup>840</sup> JENCKS, Ch. *Heteropolis. Los Angeles. The riots & hetero-architecture*. Londres: Academy editions, 1993.

<sup>841</sup> SOJA, E. W. *Postmetropolis. Critical studies of cities and regions*. Oxford: Blackwell Publishers, 2000.

<sup>842</sup> DUQUE, F. *Mépolis o la novísima Trinidad ontotecnológica*. [En línia]

[http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08\\_08.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08_08.pdf) [Consulta: 24 novembre 2009]

<sup>843</sup> ASCHER, F. *Metápolis ou l'avenir des villes*. París: Odile Jacob, 1995.

<sup>844</sup> ECHEVERRÍA, J. *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino, 1999. ECHEVERRÍA, J. *Telépolis*. Barcelona: Destino, 1994.

<sup>845</sup> POSTMAN, N. *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'índex, 1994. CASTELLS, M.; HALL, P. *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Madrid: 1994.

<sup>846</sup> "La ciutat existeix per naturalesa, o, altrament dit, la ciutat és natural en l'home; fundant ciutats, els homes no fan més que dur a terme el que la seva naturalesa els inclina a fer. Els homes tendeixen per naturalesa a la ciutat perquè per naturalesa tenen tendència a la felicitat, a viure junts per tal de satisfer les necessitats de la seva naturalesa d'acord amb la jerarquia d'aquestes necessitats; la ciutat, podríem dir, és l'única associació capaç de consagrar-se a la vida excel·lent. L'home és l'únic ésser terrenal orientat a la felicitat, i és capaç de felicitat". STRAUSS, L. *La ciutat i l'home*. Barcelona: barcelonesa, 2000. p. 71.

<sup>847</sup> Deia Freud sense conèixer encara les revolucionàries innovacions de les tecnologies de la comunicació i informació: "(...) la humanidad ha realizado extraordinarios progresos de las ciencias naturales y en su aplicación técnica, afianzando en medida otrora inconcebible dominio sobre la Naturaleza. (...) pero comienza a sospechar que este recién adquirido dominio del espacio y el tiempo, esta sujeción de las fuerzas naturales, cumplimiento de un anhelo multimilenario, no ha elevado la satisfacción placentera que exige la vida, no le ha hecho, en su sentir, más feliz. FREUD, S. *El malestar en la cultura y otros ensayos*. Madrid: Alianza, 2005. p. 33.

D'aquesta manera, sense un espai per a la *política* i encallat amb el consum com a camí i destí de la felicitat, l'individu es troba errant per l'existència sense casa; com si fos talment un vagabund.

### 3.2.2.2 *Ciutat hiperrealitzada, poder i política contemporània*

A la democracia representativa se le acaba el tiempo y debe ajustarse al nuevo escenario tecnológico y volverse más participativa, más directa, más informacional, en consonancia con la sociedad emergente<sup>848</sup>.

Són moltes les reflexions acadèmiques sobre la influència i la potencialitat de les TIC en la política contemporània. Pretendre compendiar-ho tot en unes poques pàgines és infactible. No obstant això, cal que esbossem les línies bàsiques de reflexió per completar la visió de conjunt i l'abast de la *ciutat hiperrealitzada* en relació a la política contemporània.

Tanmateix, els elements del discurs varien en aquest darrer apartat per l'evolució mateixa que ha fet el terme 'política' des del segle XVI quan neix un nou concepte modern d'Estat a Europa en un moment en el qual la moral i la política se separen (un fet que no es donava a la *polis* o a la ciutat romana) i que es crea un nou àmbit específicament polític amb una nova idea d'Estat.

En el context contemporani la política s'ha professionalitzat i les decisions són cada cop més tècniques i més burocràtiques. La mentalitat tecnocràtica, com hem assenyalat anteriorment, converteix l'Estat en un engranatge mecànic que gestiona el poder però alhora les TIC se'ns presenten ingènuament com una possibilitat de desburocratització i de contrapoder enmig d'un escenari globalitzat.

Hereus d'aquest context encarem aquest breu apartat dedicat la política contemporània i la *ciutat hiperrealitzada* a partir de dues formes de poder: el poder horitzontal (diàleg i participació) i el poder vertical (control i domini).

#### a) *La democràcia directa*

Les noves tecnologies a partir de les quals s'erigeix la *ciutat hiperrealitzada* permeten la democràcia directa i la forma de govern plebiscitari. L'ús de les TIC facilita la comunicació entre els professionals de la política i els ciutadans (interactivitat i bidireccionalitat); permeten que l'agenda política vagi al ritme dels ciutadans i, al mateix

<sup>848</sup> *Manifiesto de la e-democracia y los Nuevos Derechos*. [En línia] <<http://www.internautas.org/html/6252.html>> [Consulta: 17 de novembre de 2010]

temps, ofereix informació útil per a la construcció d'opinió mitjançant eines de debat i diàleg que milloren la comunicació i la informació del ciutadà. Les noves tecnologies, així doncs, esdevenen un potencial d'enriquir la cultura política.

Pel que fa a l'acompliment de la democràcia directa, les reflexions teòriques apunten sempre en dues direccions vinculades a l'accessibilitat de les TIC com a tema fonamental. L'accés, dirà l'economista i sociòleg Jeremy Rifkin, és una de les qüestions més importants de la pròxima era<sup>849</sup>.

Per una banda, la condició prèvia per a la democràcia directa és l'accés de tothom als dispositius tecnològics que permeten estar connectats a la xarxa. D'altra banda, l'accés a la xarxa a partir de les aptituds de l'individu que es connecta; és a dir, de les seves competències com a usuari (*alfabetització digital*). Dues idees que en el següent capítol se'ns apareixen vinculades al que hem anomenat 'utopia de la comunicació total' la qual es fonamenta en una accessibilitat universal a la xarxa tots els nivells.

Pel que fa a l'accés a les TIC, les reflexions giren al voltant del concepte de *ruptura digital (digital divide)*; un dels termes que utilitzen els teòrics de la comunicació per designar la desigualtat en l'accés i en l'ús de les TIC per raons socioeconòmiques. Segons l'*Internet World Stats*<sup>850</sup>, per exemple, l'índex de penetració d'Internet als Estats Units és del 78.3 % mentre que a Àfrica és de l'11.4%; això vol dir que un de cada deu africans utilitzen Internet mentre que als Estats Units prop de vuit de cada deu nord-americans utilitzen Internet. Japó, Estats Units, Alemanya i el Regne Unit són països on més del 75 % de la seva població utilitza Internet. La comparació d'aquestes dades amb els nivells riquesa de cada país constaten, com és de suposar, que els països més rics tenen més accessibilitat a Internet que no pas els més pobres.

D'altra banda, el concepte d'*alfabetització digital*<sup>851</sup> ens condueix a les aptituds de l'usuari davant de l'ús de les noves tecnologies. Tenir accés a Internet o als aparells telemàtics no significa saber-los utilitzar. L'ús de les TIC comporta una nova mentalitat; una manera determinada de fer i de dominar un nou llenguatge. Amb encert s'utilitza la metàfora de 'navegar' a la xarxa; un cop accedim a ella cal saber-s'hi moure.

Les reflexions sobre l'accessibilitat, resumint, giren al voltant dels conceptes d'integració i d'exclusió d'aquells que poden i saben connectar-se a la xarxa i d'aquells que no poden ni saben connectar-se a la xarxa. Des de la perspectiva socioeconòmica, alguns teòrics assenyalen l'escissió radical que suposa l'accés o no als sistemes de

<sup>849</sup> RIFKIN, J. *La era de los accesos. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000. p. 303.

<sup>850</sup> MINIWATTS MARKETING GROUP. *Internet World Stats*. [En línia] <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>> 2011. [Consulta: 20 d'abril de 2011]

<sup>851</sup> GUTIÉRREZ, A. *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa: 2003. p. 13-48. MAJÓ, J.; MARQUÉS, P. *La revolución educativa en la era Internet*. Barcelona: Praxis, 2002.



comunicació i informació; un fenomen que no és pas nou però que en el present s'accelera i fa augmentar les diferències.

La brecha de las comunicaciones entre las naciones desarrolladas y las que están en vías de desarrollo es tan grande que muchos observadores afirman que el mundo se está dividiendo rápidamente entre ricos y pobres en información<sup>852</sup>.

Aquesta darrera afirmació sembla especialment rellevant per a la prospecció que estem fent. Allò important (allò que marca la diferència, allò que determina qui és dins i qui és fora, qui existeix i qui no) ho determina l'accés a la xarxa.

Això té, per descomptat, un pes en el context de globalització present. Ésser dins o ésser fora es dona tant a nivell dels individus, com a nivell de les nacions, dels estats o, fins i tot, dels continents. Hi pot haver, des d'aquesta perspectiva, pobles o continents la representació dels quals sigui irrellevant i l'accés als mitjans sigui irrisòria. I ho diu Rifkinun estudiós, fins on sabem, no especialment compromès amb la causa socialista<sup>853</sup>.

En aquest mateix sentit, es dirigeixen les reflexions d'altres sociòlegs com Manuel Castells o el mateix Pierre Bourdieu que assenyala la progressiva exclusió en què es troben els individus o col·lectius privats, en molts casos per raons estructurals, dels accessos a la informació<sup>854</sup>.

Per tant, l'accés als nous mitjans d'informació és determinant a l'hora d'establir qui té el poder, qui existeix, qui és dins; encara que la cadena causal bé es podria presentar exactament al revés. Qui ja tenia el poder, qui ja existia, qui ja era dins, és qui ha tallat i ha repartit el pes, i les formes de dominació es perpetuen en un nou mitjà potent, immediat, capaç de canviar fins a cert punt les relacions econòmiques, de crear una economia reticular i ingràvida, per dir-ho amb els termes de Rifkin. D'això, però, ens n'ocuparem més endavant en l'apartat dedicat al poder i la xarxa.

<sup>852</sup> RIFKIN, J. *La era de los accesos. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000. p. 297.

<sup>853</sup> "Muchos millones más –los trabajadores pobres y las familias de clase media-baja- carecen, simplemente, de dinero, formación y tiempo para poder participar en los nuevos mundos-red electrónicos. se arriesgan a quedarse aún más atrás, a medida que los ricos se conecten entre sí, erijan sus propias redes sociales y comerciales de interés común, y se aislen del resto. Quienes se queden fuera tendrán que bastarse a sí mismos en un mundo cada vez más pobre e inhóspito". RIFKIN, J. *La era de los accesos. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000. p. 300.

<sup>854</sup> L'individu acaba per identificar-se amb les situacions de les quals és subjecte, i els horitzons en les perspectives venes condicionats quan no determinats per la situació del present, situació socio-econòmica i situació hermenèutica i projectiva no són en aquest sentit desvinculables: "Los límites objetivos se convierten en sentido de los límites, anticipación práctica de los límites objetivos adquirida mediante la experiencia de los límites objetivos, sense of one's place que llevan a excluirse (bienes, personas, lugares, etcétera) de aquello de que se está excluido". BOURDIEU, P. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1998. p. 482.

b) *El vot electrònic i la participació*

Un cop assegurat l'accés a la xarxa com a condició *sine qua non* per a una *ciberdemocràcia*<sup>855</sup> entrem en el terreny de la participació mitjançant el vot electrònic (també l'*e-mail*, *mailing list*, *newsgroups*, *web sites*, *fòrums*...) i el dret a la informació, els quals obren la via a una forma de govern plebiscitari que implica l'individu en la vida pública al mateix temps que socava la democràcia representativa i retorna el poder individual del ciutadà. Tanmateix, la fórmula de la democràcia directa mitjançant el vot electrònic suposa tant uns avantatges com uns perills.

Com a aspecte positiu les reflexions acadèmiques subratllen la comoditat per participar en l'esfera pública tant en el vot com en el debat previ sobre les qüestions col·lectives i, per tant, l'afavoriment de la revitalització d'una política en crisi de legitimitat i participació<sup>856</sup>. Les TIC permeten una democràcia més participativa i interactiva a més d'un diàleg fluït entre representants polítics i ciutadans. A més a més, amb l'accés universal a les TIC es podria assegurar la representativitat de les minories marginades dins la societat.

D'altra banda, com a un primer perill s'assenyalen els propis de la debilitat de la xarxa: els virus i sabotatges, la manipulació fraudulenta de resultats, etc.

Per un altre cantó, les bases de la democràcia (i més encara d'una *e-democràcia*) es basen en un tipus ideal de ciutadà<sup>857</sup>; un ciutadà responsable, preocupat pel bé de la col·lectivitat, que no només té accés a la informació sinó que és capaç de crear-se una opinió i reflexió a partir d'una bona gestió de la informació. El ciutadà ideal és crític amb les informacions i els bombardeigs de propaganda: contrasta, desconfia i verifica: un procés que necessita capacitat, temps i dedicació.

Un temps del qual no disposa. La immediatesa i la velocitat es presenten com un perill que ja es fa palès en la política actual la qual fa prevaler el rendiment de les seves accions a curt termini en detriment dels resultats a llarg termini<sup>858</sup>. Una

<sup>855</sup> 'Ciberdemocràcia', 'democràcia digital', 'democràcia virtual', 'democràcia electrònica', 'e-democràcia', 'teledemocràcia', 'netdemocràcia', 'república electrònica' són termes que expressen en general un mateix fenomen o idea. Per a una breu aproximació a la qüestió llegiu: **CAMPOS, E.** "Ciberdemocràcia: presupuestos teóricos y estado de la cuestión según una revisión bibliográfica". A: *La utopia digital en els mitjans de comunicació: dels discursos als fets. Un balanç.* (III Congrés de Comunicació i Realitat). Barcelona: Trípod, 2005. p. 853-864.

<sup>856</sup> Parlem d'una crisi en la democràcia representativa manifesta en estudis com el de Lipset i en la creixent desconfiança en les institucions i els polítics, en la participació electoral, en el desinterès creient pels temes polítics, etc. **LIPSET, S.M.** "Algunos requisitos sociales de la democracia: desarrollo económico y legitimidad política". A: **BATLLE, A.** *Diez textos básicos de Ciencia Política.* Barcelona: Ariel, 1992. **PUTNAM, R.** *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario.* Barcelona: Círculo de lectores, 2003. **CASTELLS, M.** *Comunicación y poder.* Madrid: Alianza, 2009. p. 376-392.

<sup>857</sup> **BECK, U.** *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad.* Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>858</sup> Virilio, en un altre sentit, vincula el poder amb la velocitat: "La velocidad es el poder mismo. (...) lo propio de la veocidad absoluta es ser también poder absoluto, control absoluto, instantáneo, es decir, un poder casi divino". (**VIRILIO, P.** *Cibermundo, la política de lo peor.* Madrid: Cátedra, 1997. p. 18-19.; una idea que rebla en el seu llibre

acceleració manifesta en el tarannà de l'individu contemporani que viu en present, apressat i precipitadament, intentant satisfer els seus desigs al moment.

L'individu, tot i volent, no té prou temps per pair l'allau d'informació que propicien les TIC, per agafar distància en les decisions col·lectives, per sobreposar la raó a l'emotivitat. La immediatesa pot crear efectes inesperats, inestabilitat, confusió i precipitació. La política, a més de caure en el populisme, es podria veure immersa en una tirania d'allò immediat, sense projectes a llarg termini i en les mans de la incompetència del ciutadà. El que Ignacio Ramonet anomena la «interactivitat de cibercretinisme»<sup>859</sup>. A més, el retrat d'aquest ciutadà ideal no correspon al perfil de l'individu contemporani el qual el situem en l'òrbita d'un individualisme que prioritza els seus interessos als de la col·lectivitat.

Recapitulant, el vot electrònic d'una democràcia directa necessita tant d'una accessibilitat a la xarxa de tots els ciutadans, de la seguretat i fiabilitat de la xarxa, com d'uns ciutadans competents, responsables i actius, preocupats per la col·lectivitat present i futura, reflexius i ben informats<sup>860</sup>.

### c) El poder de crear imatges

Tant els mèdia com les TIC han modificat la manera de fer política. Gilles Lipovetsky diu que l'esfera d'allò polític ha entrat en la publicitat i en el *look*; allò important és vendre un producte, seduir i crear una imatge<sup>861</sup>. Paul Virilio<sup>862</sup> assenyala també que la política es redissenya al voltant de les imatges i no al voltant del discurs o de l'argumentació lògica i raonada. Això suposa l'absència de discurs i de raonaments fonamentats en el llenguatge.

La imatge esdevé, així doncs, una manera de modelar la ment de l'individu perquè, en definitiva, les idees són sempre imatges -visuales o no<sup>863</sup>- i, com diran Berger i Luckmann<sup>864</sup>, els mitjans de comunicació social i les xarxes de comunicacions funcionen com a generadors de valors en el desenvolupament de l'univers simbòlic

---

*Velocidad y política* en el qual aprofundeix en el poder dromocràtic. **VIRILIO, P.** (1977) *Velocidad y política*. Buenos Aires: La marca, 2006.

<sup>859</sup> **RAMONET, I.** *Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo*. Madrid: Debate, 1997. Citat a **CEBRIÁN, J. L.** *La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*. Madrid: Taurus, 1998. p. 99.

<sup>860</sup> "(...) tal y como lo sospechaba De Tocqueville, liberar a la gente puede volverla indiferente. El individuo es el enemigo número uno del ciudadano, sugería De Tocqueville. El "ciudadano" es una persona inclinada a procurar su propio bienestar a través del bienestar de su ciudad –mientras que el individuo tiende a la pasividad, el escepticismo y la desconfianza hacia la 'causa común', el 'bien común', la 'sociedad buena' o la 'sociedad justa'. **BAUMAN, Z.** *Modernidad líquida*. Mèxic: Fondo de Cultura Económico, 2002. p. 41.

<sup>861</sup> **LIPOVETSKY, G.** *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996. Llegiu també Paul Virilio, que expressa el mateix que Lipovetsky amb un to provocador: **VIRILIO, P.** *La bomba informática*. Madrid: Cátedra, 1999. p. 84-88

<sup>862</sup> **VIRILIO, P.** *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra, 1989.

<sup>863</sup> **CASTELLS, M.** *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 261.

<sup>864</sup> **BERGER, P.L.; LUCKMANN, T.** *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1984. p. 45.

dels individus, en la interpretació de la realitat i en la generació i en l'articulació del discurs.

D'aquesta manera, tant els mèdia com les TIC es configuren com a espais de poder<sup>865</sup> perquè el poder rau en la possibilitat de difondre idees a través de les imatges i de les representacions. Unes imatges que poden ser creades per legitimar i reforçar allò establert o per desmembrar i qüestionar el *món de vida*.

Donada l'existència de la perspectiva antropològica sobre les qüestions de manteniment de poders i de perpetuació de les formes de dominació a través de les imatges sembla encertat preguntar-nos què es perpetua i com.

Exposem breument com es dóna la perpetuació en els patrons a les diferents societats, què és el que permet que les principals representacions i l'imaginari col·lectiu es perpetui, i quina incidència té la dimensió de l'imaginari (de les imatges) sobre la realitat social.

La genealogia d'aquest procés es troba en la dialèctica, l'objectivació, la institucionalització i la legitimació; que respon també a l'esquema d'externalització, objectivació, internalització; esquemes que permeten tenir una idea clara de l'individu com a ésser social, i que reflecteixen el control social que s'imposa en la quotidianeïtat<sup>866</sup>.

La institucionalització és, a més, racionalitzada, donant lloc a esquemes de pensament a través dels quals es dóna compte de la realitat; esquemes que, en darrer terme, són universos simbòlics amb els quals «la societat sencera adquireix un sentit i s'enfronta al caos i al terror anòmic»<sup>867</sup>.

En aquest escenari, la legitimació, dóna compte i justifica l'estat de les coses, és una forma elaborada de manteniment de l'ordre social que es presenta simultàniament i complementant la institucionalització.

D'aquesta manera, la societat tendeix a perpetuar els patrons que la vehiculen, a transmetre els models i pautes establertes, a crear, institucionalitzar, i legitimar un estat de les coses, present, fins que aquest és percebut com a natural, inqüestionat i obvi; necessari i normal. Per tant, des del punt de vista polític, les TIC podrien ser concebudes com a instruments de continuïtat i reforç dels patrons transferits, de

<sup>865</sup> CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p.262.

<sup>866</sup> "La institucionalización se origina en la repetición de la misma acción según pautas que se convierten en típicas (...) aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores (...) es el mecanismo más primario de control social". LAMO DE ESPINOSA, E.; GONZÁLEZ, J.M.; TORRES, C. *La sociología del conocimiento y de la ciencia*. Madrid: Alianza, 1994. p. 411.

<sup>867</sup> LAMO DE ESPINOSA, E.; GONZÁLEZ, J.M.; TORRES, C. *La sociología del conocimiento y de la ciencia*. Madrid: Alianza, 1994. p. 415.

legitimació o deslegitimació d'idees. Si els individus defineixen les situacions com a reals, les situacions són reals en les seves conseqüències<sup>868</sup>.

En aquest mateix sentit cal pensar en el concepte de representacions col·lectives i d'imatges culturals com a pautes que reafirmen allò institucionalitzat, que se'ns presenten com a comprensibles i que influeixen d'alguna manera en l'acció, motivant-la o pantant-la i s'orienten per tant a una comprensió pràctica de la facticitat:

Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal<sup>869</sup>.

A través d'aquestes representacions es poden donar pautes de capteniment col·lectives, i per tant tenen una força en la vida social que cal no menystenir: «La força de les representacions col·lectives consisteixen precisament en moure els individus a l'acció, en exercir una pressió social sobre l'individu a través de vies mentals»<sup>870</sup>. Les representacions col·lectives tendeixen, doncs, a perpetuar-se a si mateixes amb els valors i models que incorporen i amb la seva capacitat de moure'ns a l'acció.

En aquest sentit, es fa palès en diferents esdeveniments polítics i socials, el protagonisme de les TIC i l'interès dels òrgans de govern per controlar les representacions i imatges que són difoses en la *societat de la informació* i les formes comunicatives que faciliten la coordinació de mobilitzacions col·lectives com ara el boicot a Cimera de la Organització Mundial del Comerç a Seattle, la mobilització de l'11M o, recentment, la dels Indignats (o en un pla diferent, les revolucions del món àrab) posen de manifest la potencialitat de la xarxa i alhora dibuixen un panorama comunicatiu nou en el qual *tothom* pot ser creador d'imatges, generador de representacions i de discursos<sup>871</sup>.

Prensa, ràdio i televisió (i d'una altra manera el cinema) havien articulats i liderats fins a les acaballes del segle XX els discursos socials funcionant com a cohesionadors

<sup>868</sup> LAMO DE ESPINOSA, E.; GONZÁLEZ, J.M.; TORRES, C. *La sociología del conocimiento y de la ciencia*. Madrid: Alianza, 1994. p. 606.

<sup>869</sup> JODELET, D. "La representación social: fenómenos, concepto y teoría". A: MOSCOVICI, S. *Psicología social II*. Barcelona: Paidós, 1988. p. 474.

<sup>870</sup> LAMO DE ESPINOSA, E.; GONZÁLEZ, J.M.; TORRES, C. *La sociología del conocimiento y de la ciencia*. Madrid: Alianza, 1994. p. 209.

<sup>871</sup> Howard Rheingold vaticina en el seu llibre 'Multituds intel·ligents' que determinades practiques socials col·lectives basades en les TIC seran la propra revolució social. Les multituds intel·ligents són les: "personas que emprenden movilizaciones colectivas –políticas, sociales, económicas- gracias a que un nuevo medio de comunicación posibilita otros modelos de organización, una escala novedosa, entre personas que hasta entonces no podían coordinar tales movimientos". RHEINGOLD, H. *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social. (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa, 2004. Vegeu també: INCEOGLU, I. "Social movements in the age of technology: conceptualisation of radical democracy and hegemony through counter-G8 websites". *Les cruïlles de la comunicació: límits i transgressions*. (IV Congrés Internacional de Comunicació i realitat). Barcelona: Trípodos, 2007. p. 99-108.

d'un gran text col·lectiu que unificava les percepcions socials de la realitat, l'imaginari col·lectiu i les seves representacions.

Periodisme i publicitat ocupaven l'espai de l'opinió pública. La política, en aquest sentit, es donava preminentment en l'àgora mediàtica immergint-se en les seves coordenades, en el seu *tempo* intern i en el seu llenguatge d'eslògans i titulars. La professió política es preocupava pel control de la seva imatge, per la seva visibilitat en uns mitjà en mans d'unes empreses, amb uns caps més o menys visibles que ja no gaudeixen de la independència política i econòmica de la premsa del segle XIX.

Però amb l'aparició de les TIC aquesta cohesió s'esmicola. La xarxa fragmenta els discursos a partir de milers de *blogs*, de diaris digitals, d'informacions i contrainformacions, de butlletins, correus, *newsletters* i *tweets (Daily me)*<sup>872</sup>. Ja no és exclusivitat d'uns quants publicar una notícia o gravar unes imatges i difondre-les. La visibilitat del polític cada cop és més difícil de controlar perquè la creació d'imatges a tothora i a tot lloc es multiplica.

La personalització de la informació permet l'entrada de la pluralitat a la xarxa; però d'una pluralitat gregària que agrupa els individus per interessos, ideologia o preferències. D'aquesta forma, la *ciutat hiperrealitzada* no esdevé un fòrum públic de debat i diàleg sobre punts de vista dispersos sinó l'eco de la pròpia veu de l'individu<sup>873</sup>; una manera de reafirmar i consolidar el que ja sabem o el que ja pensem<sup>874</sup>.

### c) El control de la xarxa

El segon element en la reflexió sociològica sobre política i TIC es preocupa pel control de la xarxa. El control de la *ciutat hiperrealitzada* constitueix, així doncs, l'altre objecte de reflexió sobre la política i la xarxa. Dirà Daniel Bell que «el control sobre els serveis de comunicació serà una font de poder, i l'accés a la comunicació serà indispensable per a la llibertat»<sup>875</sup>.

Manuel Castells articula el seu discurs sobre el poder a la xarxa a través de quatre accents<sup>876</sup>. En primer lloc, el poder de connectar-se a la xarxa que hem apuntat anteriorment amb els termes de *ruptura* i d'*alfabetització digital* i que estava lligat a un

<sup>872</sup> SUSTEIN, C.R. *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós, 2003.

<sup>873</sup> SUSTEIN, C.R. *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós, 2003. p. 55

<sup>874</sup> Sustain estudia les webs republicanes, demòcrates conservadores i liberals dels Estats Units i arriba a la conclusió que de 60 webs només 9 oferien enllaços amb webs d'ideologies oposades. SUSTEIN, C.R. *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós, 2003. p. 63-64.

<sup>875</sup> BELL, D. *Sociological Journeys: Essays 1960-1980*. Londres: Heinemann, 1980. Citat a RIFKIN, J. *La era de los accesos. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000. p. 283.

<sup>876</sup> La definició de poder que proposa Castells i a la qual ens adscriuim és: "es la capacidad relacional para imponer la voluntad de un actor sobre la de otro sobre la base de capacidad estructural de dominación integrada en las instituciones de a sociedad. Según esta definición, la cuestión de quién ostenta el poder en las redes de la sociedad res podría ser muy sencilla o imposible de responder". CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 74

segon aspecte que relacionava l'accessibilitat al poder d'inclusió i d'exclusió de l'individu dins la xarxa. En tercer lloc, el poder de la xarxa en sí; és a dir, el poder fàctic de les TIC sobre la vida dels individus i, en quart lloc, el poder de crear xarxes.

Ens centrem aquí en el poder vertical, en la possibilitat de controlar la xarxa per part d'un òrgan, institució o empresa. Castells fa deu anys a *La galaxia Internet*<sup>877</sup> ja es preocupava de qui controlaria Internet si les empreses, el poder polític o la gent, arribant a la conclusió que cap dels tres podia tenir el control de la xarxa. Malgrat que és clar que existeixen uns nodes dins la «ciutat global» que tenen més rellevància que d'altres.

Donada per vàlida la important influència de les TIC en la societat, la *societat xarxa* no té un cap visible que la governi. Hi ha diversos poders implicats però cap d'ells és l'únic protagonista. Les teories que especulen sobre el poder que domina la xarxa posen l'accent en un o altre component però sense arribar a cap conclusió clara sobre qui governa la xarxa.

Els teòrics més optimistes, H. Rheingold, N. Negroponte o W. Mitchell, com exposarem en el següent capítol dedicat a la utopia, veuran en la transversalitat de la xarxa la possibilitat d'un poder repartit i igualitari en mans de la gent. L'individu tindrà un pes específic també dins la xarxa gràcies a la seva transversalitat. L'estructura selvàtica de la xarxa, la difusió ràpida de continguts i la capacitat de crear i reprogramar xarxes també són formes de poder en mans de l'individu<sup>878</sup>.

Són paradigmes d'aquesta perspectiva els softwares lliures, la obertura dels codis font (*open source*) que permeten una construcció col·lectiva del ciberespai basada en la publicació de les fórmules que originen els codis binaris constitutius del software de forma lliure i pública sense cap tipus d'autoria o propietat<sup>879</sup>. Fem referència també a la construcció del *coneixement col·lectiu* del fenomen 'wiki', així com també a l'aparició de nous sistemes operatius fruit de la col·lectivitat com ara el Linux enfront de sistemes operatius privats com ara el d'Apple o el de Windows.

El poder, doncs, es troba en la implementació dels diferents softwares els quals, com hem vist anteriorment, impliquen una manera de veure el món; sobretot pel que fa al sistema operatiu i als navegadors els quals impliquen l'adaptabilitat de l'individu en la xarxa.

El software, però, no pot existir sense un hardware, la propietat i producció del qual és una font també de poder. Qui controla la distribució de servidors, satèl·lits,

<sup>877</sup> CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001.

<sup>878</sup> CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001. p. 78.

<sup>879</sup> MAS, J. *Software libre. Técnicamente viable, económicamente sostenible y socialmente justo*. Barcelona: Infonomía, 2005.

cables, fonts elèctriques, repetidors... és qui controla l'accessibilitat a la xarxa. I aquests propietaris poden respondre a un interès públic com privat; sotmeses als imperatius de les necessitats col·lectives o al benefici econòmic particular.

D'altra banda, hi ha l'estat el qual, recordem, exerceix el seu poder dins d'un territori però que fora d'ell no té jurisdicció<sup>880</sup>. En aquest sentit, la *ciutat hiperrealitzada*, la «ciutat global» infovirtual, es troba desterritorialitzada i situa en un terreny d'ambivalència el poder de l'Estat sobre la xarxa. Manuel Castells, en aquest sentit, no se centra en la definició clàssica d'estat sinó en les xarxes socioespacials que configuren les societats i que gradualment ens porten a un estat-xarxa<sup>881</sup>. D'aquí la necessitat de redefinir els límits territorials de l'exercici del poder i la dificultat per legislar i regular universalment els actes i continguts de la *ciutat hiperrealitzada*<sup>882</sup>.

La *ciutat hiperrealitzada* no té lleis, és un món de *bàrbars* -diria Heròdot-, perquè la seva existència supera els límits fronterers dels estats i les nacions com una irradiació invisible. La llei és suplantada per la moralitat individual de cadascú sense cap poder fort regulador<sup>883</sup>.

Des d'aquesta perspectiva, la regulació de la xarxa des de la política i el dret supraestatal és un tema molt complex del qual se'n deriven múltiples problemàtiques com ara qui regula els impostos, la infraestructura, els dominis, qui controla els continguts sense vulnerar la llibertat d'expressió, la tipificació dels delictes de la xarxa, la problemàtiques de la protecció de dades, el paper dels drets d'autor, la designació de jutges o policies sense fronteres que facin complir les lleis a les quals s'arribi, etc<sup>884</sup>.

<sup>880</sup> "Los gobiernos se en impotentes para combatir este fenómeno en solitario. La desaparición de las fronteras en la red y la flexibilidad de funcionamiento de ésta se lo impiden. La diferencia de legislaciones entre un país y otro, las resistencia lógica a implantar censuras que acaben con la libertad fundamental de los usuarios, y el carácter mismo de la WWW, en donde lo virtual se confunde con lo real, hacen enormemente difícil establecer cualquier tipo de control".  
**CEBRIÁN, J. L.** *La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*. Madrid: Taurus, 1998. p. 102.

<sup>881</sup> **CASTELLS, M.** *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 68-72.

<sup>882</sup> **MOLES, R.J.** *Derecho y control en Internet. La regulabilidad de Internet*. Barcelona: Ariel, 2004.

<sup>883</sup> Una ètica i política que només seria possible amb la reformulació de la locució cosmopolita d'Epictet quan parla de «ciudadans del món». No hi ha una regulació ni un control d'ordre planetari de la *ciutat hiperrealitzada* i això només seria possible a partir de l'autorregulació de cada individu i de la responsabilitat partint d'un concepte determinat de ciutadania. En aquesta direcció actualment es parla de ciutadania digital, ciberciutadania o e-ciutadania per fer referència als drets i deures dels ciutadans en les noves tecnologies. Però, en definitiva a la ciutat hiperrealitzada no se'ns demana gairebé res: ni drets ni deures.

Internacionalment en canvi, sí que hi ha exemples de regulació a nivell internacional pel que fa a la banca (Banc Mundial, Fons Monetari Internacional, Banc Europeu de Reconstrucció i Desenvolupament... etc.) i pel que fa al lliure comerç (OMC –Organització Mundial del Comerç-, el NAFTA –Tractat de Lliure Comerç d'Amèrica del Nord- l'ALCA –Àrea de Lliure Comerç de les Amèriques- el Mercat Únic de la Unió Europea, l'AFTA –àrea de lliure comerç, ASEAN –Associació de Nacions del Sud-oest Asiàtic. En les telecomunicacions la UIT (Unió Internacional de les Telecomunicacions, ISO (Organització Internacional per a l'Estandarització, l'ECTA –Associació Europea de Telecomunicacions Competitiva-

<sup>884</sup> El catedràtic de dret Santiago Muñoz Machado va escriure un llibre de la panoràmica de les problemàtiques i debats jurídics de la xarxa molt aclaridor. Llegiu **MUÑOZ, S.** *La regulación de la red. Poder y derecho en Internet*. Madrid: 2000. Sobre la xarxa i el seu control social llegiu **SMITH, M.A.; KOLLOCK, P.** (ed). *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: UOC, 2003. p. 147-184.



### 3.2.3 Ciutat hiperrealitzada i utopia

We will create a civilization of the Mind in Cyberspace. May it be more humane and fair than the world your governments have made before.

(Declaració d'independència del Ciberespai)<sup>885</sup>

Com hem exposat en el primer bloc dedicat a la *ciutat projectada* pels polítics, els filòsofs, els arquitectes i urbanistes, tota ciutat es troba íntimament vinculada al pensament productiu i a la tècnica; a través d'ells es projecta el somni, la imatge i l'ideal de la ciutat.

Ara bé, la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* és substancialment diferent de la *ciutat realitzada*; és a dir, l'influx de la *ciutat projectada* en la *ciutat hiperrealitzada*, en tant que es troba fora de l'espai i del temps (és infovirtual), té unes ressonàncies noves.

En primer lloc, la *ciutat hiperrealitzada* no té les cicatrius materials de la història com tindria la *ciutat realitzada*; en la fesomia de la qual hi reconeixem edificis de diferents estils, escultures, traçats o noms de carrers que recorden un període històric concret de la ciutat. No és una ciutat seqüencial en el temps sinó digital.

Per aquest motiu, la *ciutat hiperrealitzada* no té fesomia perquè no té ni geografia ni història, ni, per tant, memòria. És *damnatio memoriae*; és pura dispersió o, com diria Félix Duque «mobilitat sense més permanència que la llei que regula els canvis: el software»<sup>886</sup>. Per tant, la projecció de la ciutat pensada en la *ciutat hiperrealitzada* no cristal·litza en un context estacionari sinó en un «no lloc».

Si bé les utopies renaixentistes de More, Campanella i Bacon (o d'altres posteriors com les de Owen i Fourier o Cabet, Samuel Butler i Morris) tampoc les podem delimitar en un espai concret perquè són imaginàries i *outòpiques* (en part virtuals) estan dotades d'una vocació relacional entre el text i el seu temps; entre el context i el model que proposen. En canvi, la projecció de la *ciutat hiperrealitzada* és una proposta de descontext, de desterritorialització i fragmentació.

La constitució infovirtual de la *ciutat hiperrealitzada*, modifica l'espai i el temps des dels quals es conforma l'escenari de les noves utopies i distopies digitals. Per una banda, autors que defensen una postura tecnòfila com ara N. Negroponte, H.

<sup>885</sup> PERRY, B. *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. [En línia] Davos, 8 de febrer 1996. <<https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>>. [Consulta: 14 de gener de 2011]

<sup>886</sup> DUQUE, F. "La Mépolis: Bit City, Old City, Sim City". A: AZÚA, F. [et al.] *La arquitectura de a no-ciudad*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. p. 25. Félix Duque diu en referència al que ell anomena Mépolis que "[Mépolis] el resultado de una revolución tecnológica cuya primera y más extraordinaria característica es la negación de aquello que constituía la base formal de las ciudades: la geografía y la historia, el espacio y el tiempo, que la ciudad –ahora, en claro peligro de extinción- se encargaba de articular".

Rheingold, J. Echeverria, Sh. Turkle o W.J. Mitchell descobreixen en la infovirtualitat la possible realització de la *e-topia*<sup>887</sup> d'un món més just i millor.

D'altra banda, ensopeguem amb la posició tecnòfoba encapçalada per les crítiques de P. Virilio, J. Baudrillard, N. Postman, A. Mattelart i tot un seguit d'autors que ressegueixen d'una o altra manera els viaranyes marcats per l'Escola de Frankfurt i que recelen de l'optimisme per les tecnologies sota l'ombra de la distopia.

Dit això, i responent a les diferents sensibilitats respecte la tecnologia com a utopia presentem aquest capítol articulat en tres apartats. El primer està dedicat a la a la presentació d'una utopia digital basada en la tecnologia i la infovirtualitat.

El segon apartat està dedicat a la *ciutat hiperrealitzada* com a *distopia*; en consonància amb les veus crítiques que adverteixen dels perills d'una «tecnociutat» distòpica que es construeix sota l'imperi dominant dels valors de la tecnologia.

I per últim, farem una dissertació sobre el lloc que ocupa el desig, el descontentament i l'esperança en el discurs de la ciutat infovirtual com a utopia contemporània.

### 3.2.3.1 La ciutat hiperrealitzada com a utopia de 'comunicació total'

Nuestro desafío es encauzar el potencial de la tecnología de la información y la comunicación para promover los objetivos de desarrollo de la Declaración del Milenio, a saber, erradicar la pobreza extrema y el hambre, instaurar la enseñanza primaria universal, promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar asociaciones mundiales para el desarrollo que permitan forjar un mundo más pacífico, justo y próspero<sup>888</sup>.

Són diverses les pulsions utòpiques al voltant de la *ciutat hiperrealitzada* que es barregen sovint amb la política. La ciutat infovirtual es concep com la possibilitat d'humanització de la *ciutat realitzada*. Gràcies a les característiques de la infovirtualitat, la construcció de la *ciutat hiperrealitzada* no exigeix una gran infraestructura material, ni demana adaptar-nos al terreny o al clima, com tampoc se sustenta en un marc

<sup>887</sup> El terme és de William J. Mitchell: "(...) es el momento de reinventar el diseño y el desarrollo de las ciudades y de redefinir el papel de la arquitectura. El beneficio es alto y también el riesgo. Pero no tenemos elección: si somos realistas, no podemos desentendernos. Debemos aprender a construir e-topias, ciudades servidas electrónicamente y conectadas globalmente para el amanecer del milenio". MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.p. 13.

<sup>888</sup> *Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio*. [En línia] Címera Mundial sobre la societat de la informació. Ginebra, 12 de maig de 2004. <www.iyu.int/wsiss>. [Consulta: 14 març 2011]

jurisdiccional determinat<sup>889</sup>. Ni tan sols ha de satisfer els requeriments biològics bàsics de l'individu<sup>890</sup> que fins ara relacionàvem amb qualsevol relacions formulació clàssica de la ciutat. En ella podem experimentar l'emancipació total; de les necessitats fisiològiques.

L'espai infovirtual emancipat de la física és un espai comunicacional. La seva raó és l'intercanvi, la producció de significacions i la comunicació; una comunicació potencialment interactiva, horitzontal, immediata i sense distàncies. Amb aquestes potencialitats, la ciutat infovirtual esdevé un nou suport extraordinari d'una nova forma d'utopia comunicativa i una nova manera de relatar la utopia des d'un llenguatge nou i, no contents amb això, permet, a més a més, acostar la utopia al seu acompliment.

La infovirtualitat ens permet, d'aquesta manera, acomplir els models de societats (*civitas*) descrites en els relats utòpics de More, Campanella i Bacon, entre d'altres, sense els inconvenients i límits de la realitat.

La *ciutat hiperrealitzada* pot esdevenir, doncs, el contingut i continent de les noves utopies socials. Les noves tecnologies de la comunicació no només són un nou suport per relatar un model de societat millor sinó que l'avenç de les noves tecnologies serien enteses com la mateixa utopia donat que la infovirtualitat permet no tan sols representar sinó immersió vitalment en l'entorn infovirtual.

Dins d'aquesta perspectiva positiva, podríem encabir-hi la *Nova Atlàntida* de Bacon així com també tota una branca de pensadors que van descobrir en la metàfora de la tecnologia, i especialment en les tecnologies comunicatives, una possibilitat d'igualtat entre individus, de dinamització de la democràcia i de la vida política, una revitalització de la *ciudadania* a més de la possibilitat de potenciar la llibertat i la diversitat en contra de la homogeneïtzació i la *globalització* creixents<sup>891</sup>.

<sup>889</sup> Internet no té més fronteres que les que imposa l'*esvoranc digital* (l'esvoranc digital o *digital divide*). El problema de la regulació i els marcs legals a Internet és una qüestió molt complexa, que es troba a les beceroles de la seva solució. Algunes lleis han estat posades en marxa amb la intenció d'unificar el Dret de tots els sistemes jurídics d'arreu. Diverses cultures i comunitats es veuen forçades a trobar acords globals i a regular els seus continguts i pràctiques sense castigar la llibertat d'expressió. En el terreny comercial ja s'estan fent passos en aquesta direcció. Però pel que fa als continguts, als fluxos d'informació, a la protecció de menors, de dades, etc... no s'ha fet una legislació universal i si la hi hagués no hi ha una autoritat superior que l'obligui a complir.

<sup>890</sup> La *ciutat hiperrealitzada* no està sotmesa a lleis biològiques ni físiques i tindria la possibilitat de ser una utopia en tota regla. Com diu el filòsof nord americà Herbert Marcuse fent reflexió sobre la utopia: "(...) *el proyecto de una transformación social se puede considerar irrealizable porque está en contradicción con determinadas leyes científicamente comprobadas, leyes biológicas, o físicas, etc.; por ejemplo la arcaica idea de la eterna juventud del hombre, o la del regreso a una supuesta edad de oro. Creo que sólo podemos hablar de utopía en este segundo sentido, o sea, cuando un proyecto de transformación social entra realmente en contradicción con leyes científicas comprobadas y comprobadas. Sólo un proyecto así es utópico en sentido estricto, o sea, extrahistórico*". **MARCUSE, H.** *El final de la utopía*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1986. p. 9.

<sup>891</sup> "[La Globalización es un] proceso objetivo (...) utilizado por la ideología neoliberal para pretenderse como la única racionalidad posible (...) multidimensional, no sólo económico. Su expresión más determinante es la interdependencia global de los mercados financieros. (...) También las instituciones políticas se han globalizado". **CASTELLS, M.** "¡Ciudadanos: al Internet!". *El País*. [Edición Cataluña] (7 de febrer de 1996) p. 4. Una globalització que pretendria donar -segons Castells- uns models de pensament plantejats com a universals perquè en ella està el poder d'universalitzar-los. En aquest context, sembla que les decisions s'escapin pels ciutadans, mentre que el poder s'autolegitima amb les seves argumentacions justificadores del *status quo*: "*Tienen la sensación de que las decisiones importantes que afectan a su vida no corresponden ya a instituciones que ellos puedan controlar*". **DAHRENDORF, R.** "Los de Seattle". *El País*. [Edición Cataluña] (16 de juliol de 2001). Això permet prendre decisions a nivell mundial i local, que sovint no troben

La tecnologia de la comunicació esdevindria, així, una eina necessària -i imprescindible- per aproximar-nos a l'assoliment de la utopia d'un món fet cosmòpolis on tots som iguals i on conflueixen diversitat d'opinions i d'orígens<sup>892</sup>.

En aquest context, apareix als anys '90 un discurs intel·lectual tecno-utòpic basat en les innovacions tecnològiques en el camp de la informació i comunicació que difereix de les utopies del segle XIX de Robert Owen, Charles Fourier o Henri de Saint-Simon. El nou discurs tecnòfil s'articula, en gran part, al voltant de Silicon Valley<sup>893</sup> amb la revista *Wired*<sup>894</sup>.

Des de la perspectiva tecno-utòpica les tecnologies comunicatives (com ara la xarxa Internet) podrien representar una de les cares positives de la *globalització* i del progrés perquè permetria uns ideals de màxims comunicatius, una millora en la democràcia i en l'accés de les minories als mitjans de difusió per fer sentir la seva veu. O tal cop el camí per assolir un diàleg universal en la forma d'ètica discursiva de Jürgen Habermas<sup>895</sup> o Karl Otto Apel<sup>896</sup>.

La *ciutat hiperrealitzada* podria ser, en aquest sentit, l'estendard d'una nova *civitas* universal més democràtica, més justa i més igualitària que mantindria viables les divises de la Revolució Francesa: llibertat, igualtat, fraternitat. O també seria, el perfeccionament, reforç o alternativa a una *ciutat realitzada* basada en els valors de la modernitat sorgits de la Il·lustració com ara la racionalitat, la participació democràtica, la llibertat individual, el progrés, la iniciativa popular, etc.

Des d'aquesta perspectiva, les TIC són el dipòsit de l'esperança en un món millor<sup>897</sup>. Un dels textos que manifesten aquesta confiança en la *ciutat hiperrealitzada* com a utopia és la *Declaració de principis de la Cimera Mundial sobre la Societat de la Informació* celebrada a Ginebra l'any 2003 on es presenten les TIC com a motor de canvi de totes les societats del món.

---

resposta com a oposició. Dahrendorf proposa el concepte de Glocalització per definir aquest fenomen: "*Glocalización, es decir, el fortalecimiento simultáneo de toma de decisiones mundiales e inmediatas, planetarias y locales*". p. 3. Per aprofundir sobre els mites de la tecnologia de la informació llegiu **EVERETTE, E.** [et al.] *La sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. Madrid: Complutense, 1996.

<sup>892</sup> Diversitat d'opinions que poden comportar un relativisme simplista i un nihilisme tranquil. "*La Globalización, convertido el mundo en metrópolis planetaria, ha facilitado la exaltación y la difusión del llamado «pensamiento único», que refuerza la idea de que todos somos iguales y tenemos valores intercambiables. Un pensamiento que implica la superación de cierto dogmatismo e intolerancia atávicos, pero que también contiene un relativismo simplista, un nihilismo tranquilo que disimula la complejidad de la situación y elimina todo análisis crítico*". **TRESSERRAS, M.** "Comunicación y ciudad". A: **BALADRÓN, J.** [et al.] *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. p. 17.

<sup>893</sup> Silicon Valley és una ciutat tecnològica (*tecnòpolis*, en terminologia de Peter Hall i Manuel Castells) situada entre San Francisco i San José que ha esdevingut l'epicentre de mundial de la investigació i de les indústries tecnològiques. **CASTELLS, M.;** **HALL, P.** *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Madrid: Alianza, 1994.

<sup>894</sup> **SEGAL, H.P.** *Technological Utopianism in American Culture*. Chicago: University Chicago Press, 1985.

<sup>895</sup> **HABERMAS, J.** *Teoría de la acción comunicativa*. Barcelona: Càtedra, 1994.

<sup>896</sup> **OTTO, A.** *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona: Paidós, 1991.

<sup>897</sup> "(Article 56) *La Sociedad de la Información debe respetar la paz y regirse por los valores fundamentales de libertad, igualdad, solidaridad, tolerancia, responsabilidad compartida y respeto a la naturaleza*". *Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio*. [En línia] Cimera Mundial sobre la societat de la informació. Ginebra, 12 de maig de 2004. <[www.iyu.int/wsisis](http://www.iyu.int/wsisis)>. [Consulta: 14 març de 2011]

La llibertat d'expressió i opinió (Article 19 dels Drets Humans) així com el dret a investigar, rebre i difondre informació sense limitació de fronteres és entès (en l'article 4 de la *Declaració de Ginebra*) com a una «necessitat humana bàsica» i «fonament de tota organització social» i són drets que esdevenen l'eix de la Societat de la Informació<sup>898</sup>.

Per això, l'objectiu bàsic de la utopia de la comunicació total serà que totes les persones tinguin accés a la Societat de la Informació; que tinguin dret a estar connectats<sup>899</sup> argumentant que les TIC són els instruments que portaran la igualtat i la justícia a arreu i seran el mitjà de desenvolupament que permetrà a alguns països sortir de la pobresa<sup>900</sup>.

L'accés, com hem vist en el capítol anterior, esdevé el pal de paller de la utopia digital i les accions polítiques s'encarrilen a combatre tant la *ruptura digital* com a afavorir l'alfabetització digital. A partir del seu assoliment es preveu la consecució del coneixement, de la justícia, de la igualtat, de la fraternitat, de la llibertat... i de tots els valors hereus de la idea il·lustrada de progrés a través de la 'comunicació total'; de la possibilitat de comunicar-se sense límits de cap tipus<sup>901</sup>.

D'altra banda, a part de la comunicació total, la *ciutat hiperrealitzada* se'ns presenta com la immersió tota de la nostra vida en l'entorn infovirtual. Per citar-ne alguna, a mode d'exemple i a part de la ja esmentada anteriorment Computopia de Yoneji Masuda o les bases de la Cimera de Ginebra, tenim l'obra de William J. Mitchell titulada *E-topia*<sup>902</sup> la qual guarda semblances amb la novel·la ciberpunk *Neuromante* (1984) de William Gibson<sup>903</sup> o amb la novel·la *Snow Crash* (1992) de Neal Stephenson<sup>904</sup> en tant que l'individu i la ciutat tecnològica es fonen en el transcurs d'una vida que succeeix en el ciberespai.

La ciutat de Mitchell està construïda infovirtualment, desarrelada de l'espai i oberta a tothom. La ciberciutat és un software fet de territoris fragmentats segons els

<sup>898</sup> *Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio*. [En línia] Cimera Mundial sobre la societat de la informació. Ginebra, 12 de maig de 2004. <www.iyu.int/wsis>. [Consulta: 14 març de 2011].

<sup>899</sup> Punt 2 i 3 de la *Declaració de Principis de la Cimera Mundial sobre la Societat de la Informació de Ginebra* (2003).

<sup>900</sup> (article 14 de la *Declaració de Ginebra*).

<sup>901</sup> "Tenemos la firme convicción de que estamos entrando colectivamente en una nueva era que ofrece enormes posibilidades, la era de la Sociedad de la Información y de una mayor comunicación humana. En esta sociedad incipiente es posible generar, intercambiar, compartir y comunicar información y conocimiento entre todas las redes del mundo. Si tomamos las medidas necesarias, pronto todos los individuos podrán juntos construir una nueva Sociedad de la Información basada en el intercambio de conocimientos y asentada en la solidaridad mundial y un mejor entendimiento mutuo entre los pueblos y las naciones. Confiamos en que estas medidas abran la vía hacia el futuro desarrollo de una verdadera sociedad del conocimiento". *Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio*. [En línia] Cimera Mundial sobre la societat de la informació. Ginebra, 12 de maig de 2004. <www.iyu.int/wsis>. [Consulta: 14 març 2011]

<sup>902</sup> MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

<sup>903</sup> GIBSON, W. (1984) *Neuromante*. Barcelona: Minotauro, 1996 (6ª ed).

<sup>904</sup> STEPHENSON, N. (1992) *Snow crash*. Barcelona: Gigamesh, 2003.

interessos de cadascú i dissenyats a partir de la desmaterialització, la desmobilització, el funcionament intel·ligent i de la transformació gradual de la ciutat contemporània<sup>905</sup>.

W. J. Mitchell presenta una ciutat que ha substituït la *ciutat realitzada*, dipositària de les biblioteques i dels museus, de les universitats i de les escoles, dels bancs i de la feina (teletreball), dels centres mèdics (mitjançant la telemedicina) i, fins i tot, de les infraestructures penitenciàries les quals es basarien en un detector dels individus en els propis domicilis.

El trabajo mental ya no necesita esfuerzo físico: El comercio no se ve impedido por la distancia. La comunidad no tiene que depender de los lazos de parentesco. Los contactos entre las personas se producen de formas inimaginables hasta ahora. Es posible que este nuevo ligamento social pueda convertirse en una ventaja. Quizá las viviendas y los lugares de trabajo, los sistemas de transporte y la naciente infraestructura de las telecomunicaciones digitales se pueden volver a conectar y reorganizar para crear relaciones, procesos y modelos urbanos renovadores que posean las cualidades sociales y culturales que deseamos para el siglo XXI. Quizás exista otro camino, un camino atractivo, sostenible y liberador. ¡Dos brindis de prueba por la aldea global!<sup>906</sup>

Les activitats socials, econòmiques i culturals es desenvolupen al ciberespai<sup>907</sup>. L'urbanista ja no ha de preocupar-se, com hem vist, per la construcció d'edificis sinó d'elaborar softwares que emmagatzemen bits. La construcció digital ha desplaçat a la part física. Els carrers són connexions electròniques, els gràfics de la pantalla són nous expositors de productes i els barris són els MUD's.

I no només això, la *E-topia* conté una arquitectura intel·ligent que interactua amb l'individu a partir de sensors i de microxips implantants quirúrgicament a l'individu i repartits per la infraestructura material, amb la intenció de fondre'l amb l'entorn infovirtual, d'immergir-s'hi totalment.

Per últim, hi ha un tipus de projeccions urbanístiques il·lustratives del relat tecnotòpic anterior a Mitchell que sintonitzen amb el tarannà de la *ciutat hiperrealitzada*. És la projecció elaborada pel grup d'arquitectes d'*Archigram group* (1961-1974) a Londres. A més d'una projecció optimista basada en la confiança en la tecnologia també incorporen en la projecció les lògiques de consum combinant l'arquitectura amb la cultura pop anglesa. D'aquesta manera, la imatge de la ciutat utòpica és l'emfasització de la ciutat feta espectacle, oci i consum de masses.

<sup>905</sup> MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001. p.156. Mitchell en lloc de parlar de 'transformació gradual' de la ciutat realitzada emprà la noció de 'transformació suau'.

<sup>906</sup> MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001. p.

11.

<sup>907</sup> MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, place and the infobahn*. Cambridge: The MIT Press, 1995. MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

En la projecció imaginària de les ciutats d'*Archigram* hi descobrim la fragmentació, la flexibilitat, la mobilitat-velocitat, la ciutat feta experiència i consum<sup>908</sup>. Són ciutats projectades des de la interiorització i l'inconscient d'un imaginari col·lectiu formulat des del consum; un imaginari a voltes surrealista que prové del somni i que correspon als valors que atribuïm a la *ciutat hiperrealitzada*.

### 3.2.3.2 La ciutat hiperrealitzada com a distopia

Cada tecnología lleva consigo su propia negatividad que aparece al mismo tiempo que el progreso técnico<sup>909</sup>.

Tant Paul Virilio amb el concepte de velocitat, com Jean Baudrillard amb el concepte de simulació, fan front als processos de virtualització del món contemporani dirigits per la mentalitat tecnològica. El seu punt de vista juntament amb el de Postman, Debord, Mattelart, Chomsky o Ramonet, entronquen amb la perspectiva reticent a confiar en la tecnologia com a solució dels problemes del món contemporani.

Després dels resultats històrics provocats per la conjunció de la tecnologia i la *raó instrumental* i de la situació d'un món amb més innovacions tecnològiques però igualment injust, les seves postures amaguen un desencís clar davant del mite del progrés<sup>910</sup>.

Tanmateix no és escepticisme sinó el combat contra una racionalització instrumental que deshumanitza l'individu, contra la submissió de totes les formes culturals a la tirania de la tecnologia i a totes les formes de tecnocràcia. Així com també, i com hem exposat a l'inici de la investigació, a tota concepció fal·laç de la neutralitat de la tècnica.

La narrativa distòpica situa la màquina com a centre del malestar de l'individu. En aquest sentit, és molt representatiu que la majoria de relats distòpics manifestin aquest temor a ser dominats per la màquina, a ser conduïts al temps i a l'espai que ella marca, a ser sotmesos a una *Intel·ligència Artificial* descontrolada, i ser controlats per un gran ull panòptic. La imatge distòpica de la ciutat està basada, doncs, en la desconfiança i

<sup>908</sup> Vegeu il·lustracions dels projectes a *Archigram Archival Project* [En línia]. <<http://archigram.westminster.ac.uk/>> [Consulta: 18 de març de 2011]

<sup>909</sup> VIRILIO, P. *Cibermundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1997. p. 88. O també: "(...) la revolución técnica que adviene es, sin duda, más que un drama, una tragedia del conocimiento, la confusión babeliana de los saberes individuales y colectivos. Como la lengua de Esopo, Internet es, a la vez, la peor y la mejor de las cosas: el progreso de una comunicación casi sin límites y el desastre, el encontronazo, algún día, del iceberg para ese Titanic de navegación virtual". VIRILIO, P. *La bomba informática*. Catedra: Madrid: 1999. p. 121. En el mateix sentit Neil Postman dirà: "Es un error suposar que una innovación tecnológica només té un efecte unilateral. Tota tecnologia és alhora una càrrega i una benedició". POSTMAN, N. *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994. p. 12.

<sup>910</sup> "No estoy en absoluto en contra del progreso, pero somos imperdonables, después de las catástrofes ecológicas y éticas que hemos conocido –tanto Auschwitz como Hiroshima–, al habernos dejado seducir por la especie de utopía que pretende hacernos creer que la técnica aportará finalmente la felicidad y un mayor sentido humano". VIRILIO, P. *Cibermundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1997. p. 78-79.

el temor en la tecnologia o, per resseguir les crítiques de Frankfurt, resguard a l'ús de la tecnologia sense ètica.

La narrativa de la distopia en relació a la tecnologia es prolífica. Com a relats destacables cal esmentar pel·lícules com ara *Metròpolis* (dirigida per Fritz Lang l'any 1927) vinculada a la distopia d'una ciutat moderna i *Blade Runner* (de Ridley Scott, l'any 1982) i *Matrix* (dels germans Wachowski, 1999) vinculada a una perspectiva contemporània de la distopia tecnològica.

En literatura també és molt extensa l'obra distòpica. A mode d'apunt, citem alguna de les més representatives com ara *Un món feliç* d'Aldous Huxley (1932), *1984* de George Orwell (1949), *Fahrenheit 451* de Ray Bradbury (1953) o *Neuromancer* de William Gibson (1984).

En el terreny dels videojocs *Fallout* (Black Isle, 1997), *Deus EX* (Eidos Interactive, 2000), *BioShock* (Irrational Games, 2007), *Half Life 2* (Valve, 2004) o *Metal Gear Solid 4*, (Konami, 2008) per dir-ne alguns.

Una de les distopies narrades més suggeridores en relació a la ciutat infovirtual és el film *Matrix*, el qual recull tots els trets característics de la ciutat infovirtual des d'un punt de vista distòpic; és a dir, la ciutat com a software que ens fa viure el nostre somni com si fos la realitat; una presó per a la ment humana imposada per les màquines i un discurs narratiu ple de referències o hiperlinks a la tradició filosòfica d'una manera fragmentada.

### 3.2.3.3 La tecnoutopia: desig, descontentament i esperança

Com hem vist, la *ciutat hiperrealitzada* pot ser concebuda tant com a una utopia com a una distopia. Des de la crítica del determinisme tecnològic fins a la perspectiva entusiasta que descobreix en les innovacions tecnològiques el mite del naixement d'una cultura nova cultura, creativa i alliberadora.

No obstant això, no és en va que parlem de *ciutat hiperrealitzada* en lloc de *ciutat hiperprojectada* perquè la *ciutat hiperrealitzada* s'afilia més directament a la *ciutat realitzada* –la que ja ens ha estat donada– que no pas a la ciutat utòpica o ideal que encara cal construir. Si bé és cert que els valors de la modernitat s'hi troben tàcitament, la seva manifestació a la *ciutat hiperrealitzada* o bé és insulsa i banal o bé pren una embranzida que desharmonitza aquests valors fins a convertir-los en caricatura. És a dir, i a tall d'exemple, el valor informació no condueix al valor coneixement i el valor coneixement no sempre significa riquesa o una via per sortir de la pobresa.

La *ciutat hiperrealitzada* que presentem aquí té poc a veure amb una alternativa millor o amb el perfeccionament de la *ciutat realitzada*. D'aquí la desafecció per part



d'alguns entusiastes de les possibilitats de resoldre les mancances de la *ciutat realitzada* a través de les potencialitats de la *ciutat hiperrealitzada*<sup>911</sup>. Perquè la *ciutat hiperrealitzada* no millora la condició humana ni modifica positivament la realitat del nostre món perquè no és un model sinó un reforç<sup>912</sup> al darrera del qual l'única pulsio utòpica latent que hi queda és la utopia de la comunicació total («l'èxtasi de la comunicació»)<sup>913</sup> basada en una confiança excessiva en la potencialitat de la xarxa<sup>914</sup> i en la creença en els valors il·lustrats moderns de progrés que ja van ser posats en dubte la segona meitat del segle XX amb les idees crítiques dels teòrics de Frankfurt.

Un món interconnectat, doncs, on circuli la informació lliurement no significa necessàriament un món més just, més solidari ni més igualitari i, sobretot, no significa una major entesa entre individus ni entre pobles. L'expressió de la utopia comunicacional situa la comunicació com un valor universal compartit arreu del planeta<sup>915</sup>; ara bé, falta concretar el perquè i per a què a una escala mundial. Que hi hagi la possibilitat de diàleg intercultural no significa que es doni aquest diàleg.

Pel que fa a la *ciutat hiperrealitzada* com possibilitat de relat utòpic té també unes característiques específiques basades en l'expressió del desig i del descontentament. La *ciutat hiperrealitzada* permet, com a eina tecnològica, relatar la utopia d'una forma diferent; amb més participació i més difusió, a mig pas entre la projecció i la realitat però no permet la seva realització fora d'ella mateixa. La tecnologia permet que alguns

<sup>911</sup> A aquesta desafecció hi ha col·laborat; per una banda, el que ja hem assenyalat respecte 'la fractura digital' i d'altra banda la desmitificació d'algunes virtuts que s'havien atribuït a la tecnologia de la informació com ara l'abundància, el miratge de la pluralitat i la transparència, la ubicuïtat/globalitat, la instantaneïtat, la interactivitat. Tots aquests atributs de la tecnologia han estat idealitzats i de moment tots ells tenen les seves objeccions. Vegeu **DÍAZ, B.** "El mito tecnológico y la sociedad democrática avanzada". A: **EVERETTE, E.** [et al.] *La sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. Madrid: Complutense, 1996. p. 47-54.

<sup>912</sup> Manuel Martín Serrano es fa ressò d'aquesta desafecció en la noció de 'pancomunicacionisme'; és a dir, la creença que tota la relació social es resol en interaccions comunicatives. Comunicar-se més no significa necessàriament que el nostre món sigui millor. A la *ciutat hiperrealitzada* ens movem en el terreny de la significació sense acció: "El recurso a la expresión comunicativa sirve, frecuentemente, de placebo para hacer creer a los ciudadanos que intervienen ejecutivamente en la modificación de la realidad. Pero el cambio del mundo se lleva a cabo con actos, y no sólo con palabras, o como dicen los postmodernos con algo más que «discursos». En varias ocasiones he llamado la atención para advertir que se está utilizando conscientemente el recurso a la comunicación de masas para excluir los ciudadanos de la acción social". **MARTÍN SERRANO, M.** "Lo utópico en la postmodernidad". A: **AUBACH, M.T.; MARTÍN SERRANO, M.; MOYA, C.** [et al.] *Utopía y postmodernidad*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca: 1986. p. 39.

<sup>913</sup> Nom de article que postula que totes les funcions socials se subjuguen a la dimensió comunicativa. **BAUDRILLARD, J.** "Éxtasis de la comunicación". A: **FOSTER, H.** *La Postmodernidad*. Barcelona: Kairós, 1985.

<sup>914</sup> **Rheingold** dirà que la xarxa possibilita canviar la vida dels individus a tres nivells. a) "Primero, como humanos, tenemos percepciones, pensamientos y personalidades (ya formadas por todas las tecnologías de la comunicación) que son afectadas por las formas en que utilizamos el medio y la manera en que éste nos usa. A este nivel, las CMC nos atraen como organismos mortales con ciertas necesidades intelectuales, físicas y emocionales (...) Existe un vocabulario en las CMC que mejor se adecuan a sus nuevas maneras de experimentar el mundo. Ese vocabulario refleja algo acerca de las formas en que las personalidades humanas están cambiando en la era de la saturación de los medios. b) Nivel d'interacció persona-persona. "La tecnología de las CMC ofrece una nueva posibilidad de comunicación de "muchos a muchos", pero la forma en que tal posibilidad será utilizada o no en el futuro podría depender de la forma en que nosotros, las primeras personas en utilizarla, triunfemos o fracasemos al aplicarla a nuestras vidas" d) Canvi polític a les nostres vides. "[El canvi a nivell polític] deriva del nivel social medio, puesto que la política siempre es una combinación de comunicaciones y poder físico, y el papel de los medios entre ciudadanía es particularmente importante en la política de las sociedades democráticas. **RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. p. 28-30.

<sup>915</sup> Diu Manuel Castells que la cultura comú de la societat xarxa és una cultura de protocols que permet la comunicació entre diferents cultures a partir del valor de 'comunicació' i no necessàriament sobre d'altres valors compartits. **CASTELLS, M.** *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. p. 67.

projectes-sòcio polítics expressin -amb la seva mateixa existència- les esperances i les frustracions d'una *ciutat realitzada* que és perfectible. La *ciutat hiperrealitzada* ofereix el suport logístic de noves formes de participació ciutadana, de grups i fòrums d'opinió, de *blogs* extra-oficials, i, en aquest sentit, sí que conté un germen de transformació.

D'altra banda, dins d'una perspectiva semiològica i a diferència de les utopies literàries de More, Campanella, Bacon que eren tancades en el mateix relat de principi i fi i només obertes en la seva interpretació, la *ciutat hiperrealitzada* esdevé un camp semàntic, constituït d'un munt de pàgines en blanc que s'escriuen, reescriuen i s'esborren constantment i simultàniament. Per aquest motiu no podem entendre globalment la *ciutat hiperrealitzada* com a text, perquè no hi ha una coherència discursiva sinó petits relats 'utòpics' (i distòpics) individuals que interactuen i van elaborant un discurs general sempre obert i complex a partir dels somnis i dels desigs individuals formant d'aquesta manera un teixit caòtic i intertextual de relats personals que interactuen.

És, en aquest sentit, un text sense fi<sup>916</sup>; és a dir, un text inesgotable i fragmentat amb possibilitats infinites tal i com passa a la *ciutat realitzada* però amb l'afegitó que cada relat es produeix des de la simulació i la interioritat perquè la *ciutat hiperrealitzada* representa la gran metàfora del 'viure com si'; tot és simulat i simulem allò que no tenim i volem tenir; allò que ens manca a la *ciutat realitzada*. No és una alternativa a les necessitats pro-posades (o im-posades) per la vida urbana sinó un succedani per qui no les ha pogut satisfer.

#### a) *El desig individualista*

La *ciutat hiperrealitzada* conté fragmentadament la cartografia dels desigs de l'individu contemporani. Un desig que neix de les mancances i inquietuds que han estat generades per la vida urbana. En una ciutat tan plena d'individus marcats per la l'apatia i la fredor davant l'alteritat, la cosificació, l'aïllament i l'*spleen* sorgeix la necessitat de comunicació amb l'altre, la batalla contra la solitud i la indiferència dins d'una multitud grisa.

La *ciutat hiperrealitzada*, doncs, sorgeix com un analgèsic per completar, substituir o reforçar les relacions amb els altres i també amb el món que som incapaços d'experimentar. La tecnologia de la informació ens ofereix la possibilitat de potenciar les nostres capacitats comunicatives; de desterritorialitzar-nos i d'arribar més lluny i a

<sup>916</sup> Aplicat al discurs televisiu Miquel Tresserras diu que és "text sense fi, de naturalesa mendicant escrit tot ell en un sol estil". TRESSERRAS, M. *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Trípodols, 2005. p. 58. De la mateixa manera naturalesa és la *ciutat hiperrealitzada* a diferència que en ella hi ha multiplicitat d'estils.

més persones. Unes facultats que aparentment sacien quantitativament el nostre desig de comunicació amb l'altre; una comunicació sense el risc de la proximitat que combat l'isolament però que qualitativament és més precària.

Així doncs, tota la *ciutat hiperrealitzada* rellueix desig d'alteritat. Una recerca d'alteritat que no ens qüestioni, ni ens faci sentir incòmodes sinó que ens retrobi amb aquells que s'assemblen a nosaltres; (amb l'alteritat-idèntica). És a dir; una recerca d'acord amb el nostre narcisisme<sup>917</sup> que converteix l'altre en un mirall de nosaltres mateixos: en una trobada còmoda, previsible i sense contradiccions. D'això, però, ja en parlarem més endavant en el capítol titulat 'La manifestació-de-sentit a la *ciutat hiperrealitzada*'.

La proliferació de les grans xarxes socials, el creixement de la *blogosfera*, el gran volum de pàgines de pornografia, sexe *on-line*, xats d'amistat i d'amor, de grups especialitzats, el gran volum de correu electrònic i el ritme frenètic d'aparició de noves aplicacions telemàtiques en el terreny de la telecomunicació interpersonal per mòbil provenen del desig d'alteritat i de la necessitat de comunicar-nos massivament<sup>918</sup>.

L'eix d'abscisses de les relacions entre individus a la *ciutat hiperrealitzada* està determinat pels valors de la hipermodernitat: la moda, la seducció i l'estetització, la fragmentació, la tecnologia, la moral-nihilista i, sobretot, el consum. Per tant, les relacions mediades i els conductes per satisfer aquest desig transiten per aquests valors<sup>919</sup>. Uns valors que no només es manifesten a la ciutat infovirtual en forma d'aparadors i d'anuncis sinó que apareixen en les *relacions-mediades* entre individus, en la 'ciutat interior' de l'individu pragmàtic i immanent contemporani que desisteix de construir la ciutat utòpica i opta per construir-ne una de virtual que li permeti sobreviure en la *ciutat realitzada* com a punt de fuga o sublimació.

Per tant, a diferència de les utopies socials, a la *ciutat hiperrealitzada* el que ens trobem és l'aparició d'una 'utopia individualista' fonamentada en la llibertat individual,

<sup>917</sup> En el sentit que ho fa Lipovetsky a LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994.

<sup>918</sup> Segons un estudi, a Espanya el 89,2% dels usuaris de les xarxes socials les utilitzen per comunicar-se amb els amics. El 49,8% dels enquestats mostren i intercanvien fotografies a través de les xarxes socials. Font: *Estudio sobre el conocimiento y el uso de las redes sociales en España*. Diciembre de 2012. Madrid: Observatorio Nacional de las telecomunicaciones y de la SI (ONTSI), 2012. <<http://www.ontsi.red.es>>.

<sup>919</sup> A més d'aquests valors hi trobem d'altres als quals hi van associats d'altres desigs perennes en la història de la humanitat com ara l'eterna joventut, la immortalitat i el poder. A les dues primeres hi podem associar el concepte de salut; el desig d'estar sa que podem subratllar per sobre d'altres desigs com un desig en apogeu. Lipovetsky, en la figura de *l'Homo sanitas* diu que "*Más que a Superman, es a Hígja, diosa de la salud, a quien venera el individuo de los tiempos hipermodernos, mientras se transforma en hipocondríaco con buena salud*" LIPOVETSKY, G. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p 277. En el terreny de la *ciutat hiperrealitzada* aquest desig es manifesta en la mateixa representació de l'individu mitjançant l'avatar. Un *telecòs* que no pateix, que no envelleix ni mor, que no emmalalteix, que se'n té el màxim control de representació i que és eternament jove. Són representacions de cossos alliberats de la corruptibilitat, de la malaltia, de la definició espacial i dimensional aristotèlica, del temps i de tota necessitat biològica. Desarrrelat, fins i tot, del «ser». Ni les inclemències de l'espai ni el pas del temps el deteriora o l'envelleix; és el reflex del desig humà de ser eternament joves i immortals. És, en definitiva, l'expressió (significació) humana del desig d'esdevenir déus manifestada en nombrosos relats com ara el d'Orfeu, Osiris, els Hsien, l'au Fènix o al Gilgamesh.

l'immanentisme, l'autorealització, la privacitat, el narcisisme i la singularitat subjectiva. Des d'aquests atributs es fa difícil l'encontre amb l'altre. La mateixa utopia comunicativa no és possible des de l'individualisme perquè la utopia porta implícita la idea de societat i col·lectivitat. Tanmateix, la utopia infovirtual seria possible si concebéssim el món com una creació del subjecte, com un món interior que no acaba d'acceptar l'existència de l'alteritat. En aquesta equació, allò bo per mi seria bo per al món... perquè el món sóc 'jo'.

Tanmateix, en altres supòsits menys solipsistes, la utopia esdevé intransitable des del narcisisme, l'immanentisme o l'individualisme contemporani. Perquè li manca una perspectiva holística, comunitària d'imperatiu categòric kantianà. En les utopies socials del Renaixement així com també en la *polis*, es dibuixava un perfil d'individu o de ciutadà implicat amb la ciutat i en la transformació de la societat<sup>920</sup>. La utopia sorgeix de l'individu però amb la voluntat que esdevingui un bé comú.

La utopia, doncs, no trobarà un bon encaix dins d'una visió individualista del món. L'individu i la seva interioritat són el punt d'inici i final del recorregut 'utòpic' per la infovirtualitat i no pas el tret de sortida per aconseguir, per exemple, la major felicitat per al major nombre de persones com postularia una premissa utilitarista<sup>921</sup>.

D'altra banda, i seguint l'estela pragmàtica i subjectivista, *la ciutat hiperrealitzada* no pot ser considerada un relat, sinó una potencialitat oberta que s'articula a partir de somnis individuals i privats. No hi ha un discurs utòpic; ni una ciutat narrada; n'hi ha múltiples; totes elles mons; totes elles *veritat*<sup>922</sup>.

Així doncs, la *ciutat hiperrealitzada* com a relat no és hereva de la projecció de la ciutat utòpica sinó de l'emfasització dels atributs urbans de la *ciutat realitzada* contemporània: una ciutat, recordem, contextualitzada en la fi de la història i dels grans relats: en, precisament, l'eliminació de l'horitzó utòpic o, si més no, en el trencament d'una continuat històrica<sup>923</sup>. En la *ciutat hiperrealitzada* podem copsar en la seva mateixa complexió el dèbil pols utòpic del nostre temps.

<sup>920</sup> A la *República* de Plató se'ns presenta una concepció orgànica d'Estat. Com en el cas d'Aristòtil, la individualitat es troba al servei de la comunitat: "¿No es entonces la comunidad de placer y dolor lo que une, a saber, cuando todos los ciudadanos se regocijan o se entristecen por los mismos casos de ganancias o pérdidas? (...) Por lo tanto, el Estado mejor gobernado es aquel en que más gente dice 'lo mío' y lo 'no mío' referidas a las mismas cosas y del mismo modo. (...) cuando uno de nosotros se golpea un dedo, toda la comunidad del cuerpo se vuelve hacia el alma en busca de la organización unitaria de lo que manda en ella, y toda ella siente y sufre a un tiempo, aunque sea una parte la que padece, y es así como decimos que 'al hombre le duele el dedo'". PLATÓ. *Diálogos IV. República*. Madrid: Gredos, 1992. p. 265

<sup>921</sup> Estem parlant de l'utilitarisme nascut a Anglaterra els segles XVIII i XIX i que es desenvolupa com un sistema ètic que es configura a partir de la idea de felicitat. Allò que és bo és allò que promou la felicitat i es valoren les accions humanes no pel que són en sí mateixes sinó per les seves conseqüències i per la quantitat de felicitat o plaer que aporten a la comunitat: allò bo és allò que aporta felicitat al major nombre de persones possibles.

<sup>922</sup> GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990.

<sup>923</sup> Vegeu MARCUSE, H. *El final de la utopía*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1986. p. 7.

b) *El descontentament tebi*

«(...) cuando vives en un agujero infecto, siempre te queda el Metaverso, y en el Metaverso, Hiro Protagonist es un príncipe guerrero»<sup>924</sup>.

Pel que fa al descontentament, l'èxit de les xarxes socials i de les innovacions telemàtiques de comunicació interpersonal juntament amb la proliferació dels mons infovirtuals són simptomàtics d'una certa mancança o desig. Per una banda, com ja hem vist, el desig de comunicació total sorgeix, en darrer terme, del desig d'alteritat. En un context de comunicació urbà precari la ciutat infovirtual satisfà parcialment la comunicació entre individus però esdevé una bona eina de comunicació massiva.

D'altra banda, la creació de mons virtuals esdevé la imatge de la utopia viscuda íntegrament des de immersió en un món paral·lel perceptivament real que pugui substituir la realitat. La utopia és, en aquesta direcció, la immersió vital en la 'realitat virtual'; és a dir, la immersió en un entorn social i cultural que ja no té cap vincle amb la naturalesa ni amb allò imposat; una ciutat ideal que aconsegueix tecnològicament condicionar radicalment el seu entorn al seu desig i a la seva voluntat.

La traducció d'aquesta utopia ja no està vinculada a la transformació social; no té res a veure amb les utopies socials clàssiques sinó que és la possibilitat de viure i immersir-se en una utopia deslligada dels esculls de la realitat. Perquè allò específic del món virtual és que no transforma la realitat sinó que en crea una de paral·lela o reforça la que ja és.

D'altra banda, havíem vist en el bloc dedicat a la *ciutat projectada* que tota projecció de la ciutat o la utopia són en part virtuals. Pel que fa a les idees i a les concepcions de la ciutat ideal contenen l'afany de transformar la societat. Però la constitució de la utopia rau també en la seva vocació modèlica, d'interès per a ser realitzada i, per tant, en esdevenir l'horitzó que guia l'acció. La utopia, com a projecció, és una virtualitat amb vocació de realitat. Tanmateix, els mons virtuals entesos com a experiència d'utopia no tenen una vocació modèlica ni pretenen transformar la realitat.

Per tant, el descontentament és explícit: la *ciutat realitzada* no ens deixa viure el nostre somni de cap de les maneres però tenim la possibilitat de viure'l en la infovirtualitat. No transformem la realitat sinó que en fem una de paral·lela. L'efecte d'aquest *fuga mundi* pot esdevenir, en darrer terme, un reforç. Perquè els mons virtuals

<sup>924</sup> STEPHENSON, N. *Snow crash*. Barcelona: Gigamesh, 2003. p. 67. (Novel·la que va inspirar la creació del món infovirtual *Second Life*)

no acostumen a ser alternatives als *món reals* sinó que són espais continuïstes amb la lògica de consum, l'economia neoliberal, la moda, la propietat privada...

Es podria crear un món sense moneda, sense propietat privada, sense desigualtats, sense violència, democràtic, sense la tirania de la seducció ni la pornografia; un món amb d'altres valors; alternatiu i perfeccionat. Però en lloc d'això, es reproduïxen els esquemes urbans de la societat occidental contemporània; un esquema afaïçonat per una organització social basada en el consum.

Per un preu mòdic els mons infovirtuals permeten a l'individu estroncar el seu malcontentament i sublimar-lo. Per tant, ens trobem davant d'un descontentament tibi, aprimat, d'«indiferència relaxada», conformista i resignat que coincideix amb el perfil de l'individu contemporani.

### c) La desesperança

En el dors dels relats 'utòpics' individuals de la ciutat infovirtual no hi trobem esperança perquè els seus orígens i metes no provenen d'un ideal col·lectiu sinó que es construeixen a partir d'una ciutat ja donada que acceptem. D'aquesta manera, la *ciutat hiperrealitzada* apareix com la possibilitat de viure una altra vida gràcies a les noves tecnologies les quals no s'utilitzen per construir un món millor ni més feliç; sinó per fugir d'ell o reforçar-lo<sup>925</sup>.

Les utopies del Renaixement, o la mateixa *polis* platònica descrita a *La República* no només són fruit del seu temps sinó que s'impliquen en la transformació del seu context perquè han de ser enteses com a models de societat. La *ciutat hiperrealitzada*, pel contrari, no se'ns presenta formalment com a un model a assolir sinó com una realitat resignada.

Ja no hi ha l'esperança de fer-lo millor: això és impossible. Davant d'això no ens queda altra sortida que la d'elaborar tecnològicament un perfecte *fuga mundi* que arribi a ser percebut tan real com la realitat on els desigs d'eterna joventut, de control de la nostra imatge, de llibertat, de poder etc. es satisfacin des de la simulació en el

<sup>925</sup> A diferència de l'època industrial o de la modernitat. Com dirà Alvin Toffler i com hem vist al primer bloc de la tesi, la segona onada (època industrial) va portar amb ella l'ampliació de l'esperança humana: "Por primera vez, hombres y mujeres se atrevieron a creer que podrían ser vencidas la pobreza, el hambre, la enfermedad y la tiranía. Escritores utópicos y filósofos, desde Abbe Morelly y Robert Owen hasta Saint-Simon, Fourier, Proudhon, Louis Blanc, Edward Bellamy y decenas de otros, vieron en la naciente civilización industrial la potencialidad de lograr la paz, armonía, pleno empleo, igualdad de riqueza o de oportunidades, el fin de los privilegios basados en el nacimiento, el fin de todas aquellas condiciones que parecieron inmutables o eternas durante los centenares de miles de años de existencia primitiva y los millares de años de civilización agrícola". TOFFLER, A. (1980) *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés. p. 53

benentès que «dissimular és fingir no tenir el que tenim. Simular es fingir que tenim el que no tenim»<sup>926</sup>. La simulació, doncs, permet viure en la utopia des de l'absència.

*La ciutat hiperrealitzada* no és, doncs, una proposta per canviar el món sinó per escapar-se'n, per fer-ne un d'individual a la nostra mida. Llavors, imaginar, desitjar, pensar... ja no són funcions del viure. La funció 'somiar' a la *ciutat hiperrealitzada* s'apodera del seu domini i inverteix els termes: somiar és viure. La vida es converteix en una funció del somiar en la forma: «somia i viuràs» que no és el mateix que «viu i somiaràs»!

Suggerim, doncs, la *ciutat hiperrealitzada* com la metàfora de la *vida-en-somni* perquè permet la *realització* dels nostres somnis a condició que la mateixa realitat sigui un somni. La *ciutat hiperrealitzada*, així doncs, no podrà ser mai una ciutat utòpica perquè manca l'esperança i l'horitzó vital és el somni i la il·lusió en lloc de la realitat. La *ciutat hiperrealitzada*, entesa així, és una porta tancada al futur.

---

<sup>926</sup> BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro. La precesión de los simulacros. El efecto Beaubourg. La sombra de las mayorías silenciosas. El fin de lo social*. Barcelona: Kairós, 1978. p. 12

### 3.3. LA CIUTAT HIPERREALITZADA I LA CIUTAT REALITZADA

#### 3.3.1 La mudança de la *cosa-sentit* a l'espai infovirtual: la virtualització.

- 3.3.1.1 La realitat significada. (punt de partida)
- 3.3.1.2 La ciutat virtualitzada i virtualitzant. (procés)
- 3.3.1.3 La ciutat de l'absència. (conseqüència)
- 3.3.1.4 La ciutat hipersignificada.

- a) *Hipersignificació des de la hiperrealitat.*
- b) *Hipersignificació des de l'emfasització.*

#### 3.3.2 La hipersignificació de la ciutat realitzada com a emfasització.

- 3.3.2.1 Velocitat, immediatesa i hiperacceleració.
- 3.3.2.2 Provisionalitat, efímer i esvaïment.
- 3.3.2.3 Descontext, hiperidentitat i dessubstancialització.
- 3.3.2.4 Pragmatisme, subjectivisme i relativització.
- 3.3.2.5 Informació, sobreinformació i infoxicació.
- 3.3.2.6 Memòria, hipermemòria i alienació de la memòria.
- 3.3.2.7 Global, glocal i glocalització.
- 3.3.2.8 Llibertat i hiperanonimat.
- 3.3.2.9 Autorrealització, hiperrealització i estetització.
- 3.3.2.10 Intimitat, extimitat i espectacularització.
- 3.3.2.11 Afebliment de l'experiència, verificació i estereotip.

#### 3.3.3 La manifestacions-de-sentit de l'individu a la ciutat hiperrealitzada.

- 3.3.3.1 La modalitat d'existència en els mons infovirtuals: els avatars.
- 3.3.3.2 El control de la representació.
- 3.3.3.3 De la intimitat a l'extimitat.
- 3.3.3.4 La construcció de l'heterònim i l'hiperonimat.
- 3.3.3.5 Comunitat virtual: individualisme connectat.
- 3.3.3.6 La relació entre individus absents i manifestacions-de-sentit.

#### 3.3.4 La ciutat hiperrealitzada com a ciutat d'hipersconsum.

- 3.3.4.1 Consum a tot lloc i a tota hora.
- 3.3.4.2 La era de l'accés: el marginat i el foraster.
- 3.3.4.3 Consum de significacions.
- 3.3.4.4 La fragmentació i la targetització.
- 3.3.4.5 La cultura digital i els bits de valor.

#### 3.3.5 La interiorització de la *ciutat hiperrealitzada*: viure en la infovirtualitat.

- 3.3.5.1 La immersió com a procés d'infovirtualització.
- 3.3.5.2 La vida en pantalla.
- 3.3.5.3 La ciutat infovirtual com a evasió.



### 3.3 La ciutat hiperrealitzada i la ciutat realitzada

Hemos eliminado el mundo verdadero, ¿qué mundo ha quedado?, ¿acaso el aparente?...  
No; ¡al eliminar el mundo verdadero, hemos eliminado también el aparente!<sup>927</sup>

En aquest capítol presentem la ciutat infovirtual o hiperrealitzada confrontant-la amb les teories de la ciutat realitzada que hem exposat en el bloc anterior (bloc 2). Partim de la hipòtesi que assenyala que la *ciutat realitzada contemporània* i la ciutat infovirtual mantenen una relació d'influx recíproc; coexisteixen i es juxtaposen l'una amb l'altra en la forma que la *ciutat realitzada* s'infovirtualitza i la *ciutat hiperrealitzada* es realitza (es fa real) sense saber on comença l'una i on acaba l'altra, manifestant la fórmula latent de la pregunta per una realitat virtual o una virtualitat real<sup>928</sup>.

Perquè la *ciutat hiperrealitzada* que presentem aquí a més d'infovirtual és infovirtualitzant; és a dir, penetra en totes les esferes de la *ciutat realitzada*; en la vida de cada individu a mode de cosmovisió, de «ciutat interior». Viure en i amb la *ciutat hiperrealitzada* no és simplement utilitzar les TIC sinó agafar el seu pols temporal i espacial, adoptar els seus valors 'hiper', interioritzar la seva lògica i retòrica internes a més viure la vida a partir del filtre telemàtic.

La *ciutat hiperrealitzada*, doncs, no és consultar una web, fer una trucada amb mòbil o jugar en un MUD sinó la mateixa estructura estructurant-se i desestructurant-se que permet fer aquests usos, la xarxa amb les seves dinàmiques de fluxs i els vaivens d'informacions i interconnexions, el lloc d'intercanvi de significacions que ens permeten viure en la *il·lusió* a través de les TIC.

D'altra banda, la *ciutat hiperrealitzada* -com hem vist- és fruit de l'evaporació i la fragmentació; del divorci entre la *urbs* i la *civitas*. Conté les propietats líquides (adaptable, en moviment i flexible) però prové de diverses formes d'absència: la *no-ciutat*, la *Mépolis*, la *Post-city* o la *E-Topia* són formes de la mateixa ciutat de l'absència.

En aquest sentit, la *ciutat hiperrealitzada* és una ciutat indefinida, feta de buits, evanescent i fragmentada; ja no té forma i la dibuixem com una gran xarxa global, com

<sup>927</sup> NIETZSCHE, F. *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza, 1975. p. 52.

<sup>928</sup> Tal i com afirma Graham, la relació entre ciutat hiperrealitzada i ciutat realitzada és difícil de determinar. "But, curiously, the possible links between the development of these new virtual cities and the development of real urban places remain virtually ignored. Debates on cyberspace tend to be simplistic, taking either a utopian or a dystopian (or anti-utopian) form. Cyberspace is seen to be either totally liberating and all good or totally dangerous and all bad - a vision of heaven or a vision of hell-. This polarised, abstract and generalised debate means that detailed analysis of how the development of virtual cities may actually impinge on the development of the real cities that provide the remit for traditional urban planning has barely started". GRAHAM, S. *Cyberspace and the city*. [En línia] <[www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf](http://www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf)> [Consulta: 18 novembre 2008]

un esquema amorf compost per fluxos, fluids i determinat pel comportament de les substàncies líquides o gasoses.

Com passa amb el nostre temps *hipermodern* ens cal una metàfora per designar una realitat sense nom. Borges deia que la història universal és la història de les metàfores<sup>929</sup>; les metàfores de la *ciutat hiperrealitzada* -com les del nostre temps- són imatges que proven de copsar la fragmentació i el desmembrament d'una realitat que anteriorment era sòlida i estable com la del maó o la pedra. Per aquest motiu, podríem parlar d'una ciutat líquida, a voltes gasosa o, per la seva configuració i com hem assenyalat anteriorment, una ciutat xarxa. La nostra imatge de la ciutat emergent, sense negar les altres, és la d'una *ciutat hiperrealitzada* basada en dos fonaments: en la infovirtualitat i en l'emfasització i acceleració dels valors contemporanis.

Pel que fa a l'estructura del capítol, respon a aquests dos fonaments. En primer lloc presentarem el procés constitutiu de la *ciutat hiperrealitzada* amb un esquema propi del que entenem per infovirtualització; en el qual exposarem el traspàs de l'univers de significació i de les pràctiques urbanes a un entorn infovirtual.

La *ciutat hiperrealitzada* serà la dipositària del món de sentit i articularà les representacions i les significacions de la *ciutat realitzada*. Per això la *urbs* esdevindrà un paratge desangelat que va cedint el paper de contenidor de les interaccions simbòliques i de les representacions de l'individu a la *nihilitat* de la infovirtualitat.

En segon lloc, presentarem les conseqüències de la infovirtualització que caracteritzaran el tarannà propi de la *ciutat hiperrealitzada*: una ciutat on els valors de la *ciutat realitzada* s'hi expressen de manera hiperbòlica.

Per últim, descriurem el efectes d'aquesta virtualització en dues activitats pròpiament simbòliques de la *ciutat realitzada*: el consum i la representació de l'individu.

### 3.3.1 La mudança de la cosa-sentit a l'espai infovirtual: la virtualització

#### 3.3.1.1 La realitat significada

Tot seguit exposem la base teòrica en la qual fonamentem la presentació de a ciutat infovirtual com a *ciutat realitzada*. Partim de la hipòtesi *ad hoc* que la realitat humana passa sempre pel sedàs de la significació. L'individu significa les coses i els hi confereix la dimensió de *coses-sentit* un terme del filòsof basc Xavier Zubiri (1898-1983)

<sup>929</sup> BORGES, J. L. "Otras inquisiciones". A: *Obras completas*. Buenos Aires: Emecé, 1951. p. 16.

que ens serveix per designar allò que he aprehès com un moment o part de la meua vida<sup>930</sup>.

L'individu, d'aquesta manera, transforma les coses en manifestacions de l'*eidos* (en termes de Husserl)<sup>931</sup> o en significacions. És a dir; l'ésser humà filtra la realitat que l'envolta, la defineix, la representa, la fa imatge, la simula, la teoritza, la verbalitza, l'evoca en el record, n'atribueix usos i sentits... La mateixa existència, dirà Heidegger, encarna una determinada representació i interpretació del món perquè la nostra existència és llenguatge i temps i el contacte amb les coses sempre està mediat per prejudicis que han sorgit de l'ús del llenguatge.

Situem, doncs, tot aquest apartat dins la teoria clàssica del coneixement on l'individu (el jo, el subjecte, l'esperit, l'enteniment) són el lloc gnoseològic on s'esdevé ineludiblement la significació: el coneixement, les notes<sup>932</sup>, la imatge mental, l'abstracció, la idea, el concepte o el *noema* d'una realitat independent a la nostra<sup>933</sup> (*cosa-real*) ja sigui constituïda per objectes reals o físics, com per objectes ideals, pensaments o significats sense referent.

D'aquesta manera, la realitat es presenta a l'individu com la suma de la *cosa-real* més la *cosa-sentit*.

		(R)		(R')
La realitat	=	<i>Cosa-real</i>	+	<i>cosa-sentit</i>
(Per a l'individu)		(De Suyo)		Representacions, significacions, conceptes, característiques.

L'individu viu en l'acte de percepció<sup>934</sup>; amb la mediació ineludible del seu cos<sup>935</sup> i amb un entorn ple de dades; de fenòmens. No pot tenir una experiència pura de la realitat que l'envolta sense aquest tint de significació. *Cosa-real* i *cosa-sentit* són, així

<sup>930</sup> ZUBIRI, X. *El hombre y Dios*. Madrid: Alianza, 1994. (5a ed). p. 19. Aquest concepte està disseminat en l'extensa obra de Xavier Zubiri aparellat amb la noció de «cosa-realitat» i en relació al concepte «de suyo» que és la realitat entesa com alteritat o referència immediata a les coses en si mateixes en l'aprehensió. Llegiu: ZUBIRI, X. *El hombre y Dios*. Madrid: Alianza, 1994. (5a ed), p. 17-29: «Este «de suyo» ha de tomarse de un modo estricto, es decir como formalidad de algo estrictamente aprehendido. Y esto no es nada obvio. Así, yo no aprehendo jamás estrictamente «de suyo» una mesa, unas paredes, etc. Lo que aprehendo «de suyo» es una cosa, una costelación de notas (una cosa que tiene tal forma, tal color, tal peso, etc.) pero jamás aprehendo la mesa. La mesa no es «de suyo» mesa; es mesa tan sólo cuando forma parte de la vida humana. Lo aprehendido como momento o parte de mi vida es lo que he llamado «cosa-sentido» a diferencia de «cosa-realidad». (...) Mesa es solamente «cosa-sentido». «Cosa-sentido» no es sin embargo independiente de «cosa-realidad». p. 19 i també ZUBIRI, X. *Sobre la esencia*. Madrid: Alianza, 1985. p. 103-111.

<sup>931</sup> HUSSERL, E. "Ideas para una fenomenología pura y una fenomenología fenomenológica" A: CANALS, F. *Textos de los grandes filósofos: edad contemporánea*. Barcelona: Herder, 1990, p.189-194.

<sup>932</sup> ZUBIRI, X. *Sobre la esencia*. Madrid: Alianza, 1985.. La cosa és les seves notes (no són predicats o atributs de les coses sinó que la cosa són les seves notes) Dirà Zubiri que: «la nota no se tiene, se es en ella». p. 442

<sup>933</sup> No aprofundim en aquesta temàtica complexa que hem apuntat i adoptem la invitació John Stuart Mill que ens convida a no preocupar-nos pel que hi ha darrera del *faneron*; n'hi ha prou en acceptar que hi ha un conjunt d'objectes del *faneron* que no depenen de la nostra voluntat. Hi ha món exterior.

<sup>934</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *Obras completas*. Madrid: Alianza, 1993. (Vol. 1) p. 248.

<sup>935</sup> MERLEAU-PONTY, M. *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Península, 1975.

doncs, recíprocament inherents; són la realitat tal i com la podem conèixer en la aprehensió.

D'altra banda, el context de l'individu contemporani és la ciutat: un univers exorbitant de significacions que es troba –com hem vist anteriorment- en una deriva *significamentosa*<sup>936</sup> on les fórmules substitueixen les formes, els valors les coses, la informació la vivència i la formulació la descripció. La ciutat és el domini de la significació per antonomàsia; és l'espai humà més atapeït de significacions que hi ha. I per això és, en certa manera, l'espai més humanitzat que existeix.

La ciutat és plena de construccions socials, significats, signes, símbols, interpretacions i representacions: és plena d'artificialitat<sup>937</sup>. Simmel va captar clarament aquest predicat de la modernitat vinculat a la ciutat i a l'actitud *blasé*: les coses no són coses, són significacions, així com el consum no és el consum d'objectes sinó el consum de l'entramat de relacions reals i simbòliques que contenen aquests objectes. O, com diu Calvino a *Les Ciutats invisibles*: «L'ull no veu coses sinó figures de coses que signifiquen d'altres coses»<sup>938</sup>. En el gran aparador urbà tot té un sentit: un semàfor, una botiga, un autobús, una paperera, un vestit, un parc, un anunci un gest, un silenci... La ciutat és el màxim exponent de la producció i de l'intercanvi de símbols (de significats), és una «estructura equipada (...) per emmagatzemar i transmetre els béns de la civilització»<sup>939</sup>; màxim exponent de la «cultura objectiva».

La nostra relació amb l'entorn urbà, així doncs, és intensament significada i *significamentosa* perquè es troba mediada per diversos artefactes que tenen una finalitat; un sentit. El nostre contacte i percepció amb la realitat no només passa pel filtre del nostre cos sinó també per la pantalla de l'ordinador o del mòbil, pel *llenguatge* de la moda, per l'auricular del reproductor de música, per la càmera i l'audiovisual. A la ciutat moderna i contemporània no tenim contacte amb res que no signifiqui alguna cosa, amb res que no tingui o hagi tingut una funció. Tot està disposat per a l'ésser humà, per saciar el desig o la necessitat o per acomplir una funció i aquest fet carrega la realitat de múltiples capes de significació.

<sup>936</sup> RUBERT DE VENTÓS, X. *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998.

<sup>937</sup> No hem de concloure en que només allò creat per l'ésser humà és una *cosa-sentit*, sinó que també ho és tot allò significat. Dirà Zubiri: "(...) las «cosas-sentido» no son forzosamente artificiales: el campo como hacienda o la caverna como morada no son artificiales, y, sin embargo, son sólo «cosas-sentido»". ZUBIRI, X. *Sobre la esencia*. Madrid: Alianza, 1985. p. 106. La ciutat també podem trobar la *cosa-real* però ens és més difícil pel caràcter constructiu de la ciutat. En aquesta direcció la ruralitat també és considerada una forma d'urbanitat pel que fa a la significació: el medi rural és també *cosa-sentit*. Ara bé, la distància entre el sentit i la realitat (*cosa-sentit* / *cosa-real*) possiblement en l'entorn rural és més curta. Així doncs, quan les teories parlen d'urbanització del món, o de «ciutat global», estan fent referència a aquesta forma de relació amb la realitat; a la distància que hi ha entre la realitat i el seu sentit. Una idea que podríem expressar en la premissa: quan més sentit, menys realitat i més urbanitat, quan menys sentit més realitat i menys urbanitat. El màxim exponent de la urbanitat doncs, seguint l'argumentació, serà la *ciutat hiperrealitzada*.

<sup>938</sup> "El ojo no ve cosas sino figuras de cosas que significan otras cosas". CALVINO, I. *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela, 2003. p. 27.

<sup>939</sup> MUMFORD, L. *La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 34.

### 3.3.1.2 La ciutat virtualitzada i virtualitzant

La ciutat contemporània és, com ho és qualsevol espai projectat per l'ésser humà, una *ciutat de significació* tant si l'entendem com a *constructio* humana com si l'entendem com a espai interaccional simbòlic o com a àmbit de circulació de significacions i de *pràctiques urbanes*, com a recipient d'una sobreabundància de significacions.

La proposició cabdal d'aquesta investigació és que amb l'aparició de les noves tecnologies de la comunicació i la informació aquesta ciutat de la significació es va trasmudant a la xarxa. La *ciutat realitzada* cedeix el protagonisme de les *coses-sentit* al terreny infovirtual. I ho fa doblement; per una banda, s'hi desplacen algunes de les funcions atribuïdes a la ciutat com ara la botiga, la universitat, el cinema, l'administració, la banca, el comerç, etc. (*urbs*) i, d'altra banda s'hi desplaça l'*allò urbà*: l'«ànima de la *civitas*», la ciutat de les interaccions, les representacions, les «*performances*» i les *pràctiques urbanes* les més particulars de les quals són el consum i la comunicació entre individus.

En aquest procés, la *urbs* -com anunciàvem en el bloc anterior- ha deixat de ser suport exclusiu de la *civitas* i les noves tecnologies de la comunicació i informació han creat un *espai de vida* nou per a l'ésser humà. En la *ciutat hiperrealitzada* s'hi deposa còmodament tota la interioritat de l'individu, la seva vida anímica, la identitat i la diferència, l'anonimat i la llibertat, la privacitat i allò públic, el treball, endemés de les relacions humanes. I no només això sinó que en la *ciutat hiperrealitzada* s'hi viu i s'hi està en la forma d'una *ciutat interior* que troba en l'entorn infovirtual la seva màxima expressió.

Els trets característics de la ciutat i les seves funcions; és a dir, l'essència d'*allò urbà* (el tipus de relacions entre ciutadans, el consum, les botigues, els carrers, l'administració...), són fàcilment transportables a un altre receptacle perquè tots aquests elements són significats immaterials que podem dipositar en un o altre suport.

Per fer palesa la trasmudança de les *coses-sentit* urbanes a l'entorn virtual agafem, per exemple, tres elements d'anàlisi de la *ciutat realitzada* (alguna de les seves funcions, les *pràctiques quotidianes* i les relacions socials) i observem si poden ser desplaçats a la xarxa.

En primer lloc, la *urbs* com a element constitutiu de la ciutat perd la seva gravetat: la universitat, la biblioteca, el cinema, la banca, l'agència de viatges, l'escola, les botigues, els carrers... com a *coses-sentit* són elements que poden ser traslladats a la xarxa. Són múltiples els exemples que podríem donar en aquest àmbit; des dels cursos universitaris *on-line* fins a la compra d'objectes o serveis per internet, passant pels

moviments econòmics empresarials o financers. D'aquesta manera, moltes de les funcions pròpies de la ciutat s'han desplaçat a l'espai virtual.

En segon lloc, pel que fa a les pràctiques urbanes de la *civitas*, la vida quotidiana també es pot traslladar al territori infovirtual. La introducció de l'hàbit de comprar per internet, *xatejar*, enviar un mail o un *sms*, establir una videoconferència, *twittejar*, actualitzar la nostra xarxa social, mirar pel·lícules a través d'aparells telemàtics, llegir algun diari o publicació digital, veure programes de televisió *a la carta*, jugar a un videojoc o utilitzar les eines telemàtiques a la feina i en l'oci, són pràctiques habituals de l'individu contemporani occidental. El seu ús esporàdic no suposa viure en la *ciutat hiperrealitzada*; el que suposa viure en la *ciutat hiperrealitzada* es trobar-se immers en la connexió contínua amb la realitat a través de la xarxa i interioritzar la seva cosmovisió particular.

Viure en la *ciutat hiperrealitzada* no es pot calcular –com veurem més endavant– només amb les hores que passem davant les noves tecnologies sinó que allò determinant és com vivim la realitat des de la cosmovisió tecnològica; des de la interiorització i exteriorització dels valors que més endavant presentarem. No obstant això, és àmpliament acceptat que la infovirtualitat forma part –de manera creixent– de la vida diària dels habitants de la ciutat contemporània occidental.

Com a il·lustració del que exposem és simptomàtic que a l'estat espanyol, per exemple, el 44.4% dels seus habitants accedeix cada dia a internet<sup>940</sup> i als Estats Units l'ús d'internet supera els mitjans de comunicació tradicionals. A aquesta dada hi hauríem de sumar tot el temps diari emprat en telefonia mòbil o d'altres tipus d'interacció telemàtica.

En tercer lloc, i també en relació a la *civitas*, observem que les relacions interpersonals també han passat al xarxa. Durant el dia podem restar sempre comunicats i interconnectats a través de la telemàtica. Podem enviar missatges instantanis, fotografies, rebre mails al mòbil, interactuar en la distància amb qualsevol persona, establir contacte amb d'altres individus i comunicar-nos a través de *xats*, converses de veu o *videoxats*, formar comunitats virtuals, inscriure'ns en xarxes socials o expressar-nos en un *blog* personal a més d'un llarg etcètera. Podem estar vint-i-quatre hores en plena conducció de significacions a través de la xarxa.

Així doncs, la *ciutat virtual hiperrealitzada* esdevé dipositària d'aquestes *coses-sentit*, d'aquests *eidos* desplaçant l'activitat i circulació de significacions a l'entorn infovirtual. Allò particular i sui gèneris en aquest procés de virtualització és que les

<sup>940</sup> Segons l'estudi "Perfil sociodemogràfic de los internautas. Análisis de datos de INE 2010" publicat el gener de 2010 elaborat per l'equip d'ONTSI.

significacions passen de l'existència en la *ciutat real (realitzada)* a l'existència en l'espai infovirtual deixant de banda la *cosa-real*.

Com hem assenyalat anteriorment, no podem aspirar a copsar la *cosa-real* sense el seu sentit; ambdós són recíprocament inherents. La *cosa-real* sempre ens arriba vinculada amb les relacions de sentit i amb el jo. La *cosa-real*, doncs, sempre va associada als seus atributs que nosaltres percebem com a *faneron* (el món fenomènic en llenguatge de Charles S. Peirce) o a les seves *notes* en el sentit zubirinià<sup>941</sup>. La particularitat de la *ciutat hiperrealitzada* és, doncs, que la *cosa-sentit* es divorcia de la *cosa-real* provocant un cisma ontològic de l'ésser i donant pas a la hipersignificació i a la nihilitat.

**virtualització**



Des d'una perspectiva ontològica, la ciutat infovirtual, doncs, pertany al món de la *cosa-sentit* i no al món de la *cosa-real*. En el procés de virtualització no ha passat la *cosa-real* en si sinó el seu sentit. No ha passat ni el subjecte ni l'objecte, sinó la correlació intencional noètico-noemàtica en si mateixa, en llenguatge de Husserl. És aquella *ciutat significada*, de l'*allò urbà*, el lloc social i l'estil de vida el que s'ha desplaçat a l'entorn infovirtual.

**3.3.1.3 La ciutat de l'absència**

Des d'una perspectiva ontològica la *ciutat hiperrealitzada* existeix, però no és *real* ni pertany al «ser» sinó més aviat al «no-res» de la significació. L'univers de sentit que es manifesta en la virtualitat està (ontològicament) buit: ni pertany al «ser» ni al «semblar»; és pura nihilitat; pura *manifestació-de-sentit* (a la manera de l'*eidos* de Husserl).

Que la infovirtualitat de la *ciutat hiperrealitzada* se sustenti sobre un suport material (el *hardware*) per esdevenir existent, o que tingui efectes *reals* sobre la *ciutat realitzada* no vol dir pas que la infovirtualitat pertanyi al «ser» perquè l'existència i el «ser» no són la mateixa cosa. El «ser» exigeix ser real; ser *cosa-real* i la *ciutat infovirtual hiperrealitzada* es troba en el terreny ontològic del «no-res», de la pura significació. Així doncs, la *ciutat virtual hiperrealitzada* no és «ser» sinó més aviat el «no-res» de la nihilitat.

<sup>941</sup> ZUBIRI, X. *Sobre la esencia*. Madrid: Alianza, 1985.

D'aquesta manera, la *ciutat hiperrealitzada* s'erigeix sobre la trona del nihilisme. No només entenent el nihilisme com Heidegger fa de la lectura de Nietzsche<sup>942</sup>; entenent el nihilisme com el resultat de la separació entre l'ésser i l'ens i, en conseqüència, l'*oblit de l'ésser* sinó també entès en la accepció del romanticisme alemany, aplicat a la pèrdua de valor del concepte realitat que es devalua i relativitza amb el subjectivisme i les noves formes d'infovirtualitat.

Al cap i a la fi, tant en l'epicentre de la *ciutat hiperrealitzada* com en l'eix del discurs filosòfic de Heidegger hi ha el «no-res». Els dos sostenen un tipus de nihilisme. Per a Heidegger el «ser» supera qualsevol tipus de representació i categoria filosòfica; no el podem conèixer. I en aquesta actitud humil rau la diferència; perquè per a Heidegger el «no-res» del centre està format per l'icognoscible de l'ésser, mentre que per a la *ciutat hiperrealitzada* el centre conté el buit que es creu poder conèixer.

Per tant, quan en el centre de l'existència trobem l'ésser incognoscible parlem de Misteri (Heidegger) mentre que quan en el centre de l'existència trobem un buit que creiem poder conèixer parlem d'il·lusió. La *ciutat hiperrealitzada*, fruit de la tecnologia, omple aquesta vacuïtat amb el buit de la significació sense ésser.

D'aquesta manera viure en la *ciutat hiperrealitzada* és, com veurem més endavant, viure en la il·lusió.

#### 3.3.1.4 La ciutat hipersignificada

L'element constitutiu de la *ciutat hiperrealitzada* és, així doncs, la significació. Les significacions continuen *existent*, és evident però *estan* d'una manera diferent a la d'abans. És com si el «ser-hi» heideggerià mostrés la seva raó de ser en l'espectacle de sentit i no en l'existència real de la ciutat. Només les activitats d'interacció i trànsit de significacions es mantindrien en aquest pas que denominem infovirtualització dins el procés en el qual el subjecte substitueix l'horitzó vital format per la suma de les *coses-reals* i les *coses-sentit* per l'horitzó vital de les *coses-sentit* exclusivament; immergint-se en un món estrictament de significació.

La modalitat d'existència d'aquestes significacions s'assenten en la hiperrealitat en dos sentits: (a) en la *hiperrealitat* com a virtualitat i, (b), en la *hiperrealitat* com a emfasització de la significació i superació dels límits de la *ciutat realitzada* portant els seus atributs (significacions) al seu màxim accent.

<sup>942</sup> El mateix valor positiu del nihilisme de Nietzsche (la transvaloració dels valors) és també negatiu en el sentit que també pretén dominar l'ésser.



a) *Hipersignificació des de la hiperrealitat*

La hipersignificació és el resultat d'una significació orfe de referent, buida de l'ésser, d'una *cosa-sentit* deslligada de la *cosa-real*, de la significació referenciada a una altra significació. Així doncs, fem referència a la hipersignificació quan un significat ha estat sumit a la infovirtualitat de manera que el referent és, ontològicament, el «no-res» o la significació mateixa.

En l'esquema següent (Figura 9) provem d'il·lustrar gràficament aquesta idea. La R és la Realitat, dibuixada aquí en línies discontinües per posar de manifest la seva naturalesa il·limitada. La R' és el món i la nostra representació; l'aprehensió de la realitat que vivim. I la R'' és el terreny de la infovirtualitat; de la representació de la representació de la Realitat; l'univers de les *coses-sentit* sense vincle amb la *cosa-real*.

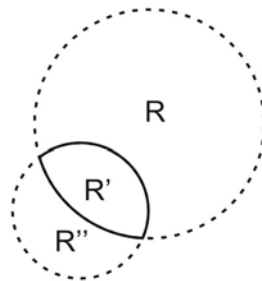


Figura 9

Una altra manera d'il·lustrar gràficament aquesta idea és la que ens ve donada per l'expressió artística amb l'experiència davant d'una pintura de Malevich o Ryman; quan tot allò que s'ha de dir queda fora ja del marc pictòric. En aquest sentit, l'art modern i contemporani, sempre sensible als signes dels temps, comunica a partir de l'oblit de l'objecte: l'art contemporani ja no és objectual sinó conceptual; l'objecte desprovist d'aura<sup>943</sup> només pot ser valorat pel concepte que conté. Declivi de l'objecte, doncs, i sobirania de la significació.

b) *Hipersignificació des de l'emfasització*

Allò urbà, els trets urbans de la societat troben un púlpit immillorable per manifestar-se en la infovirtualitat. A la *ciutat hiperrealitzada*, com hem vist anteriorment, no hi ha límits per significar ni per projectar. No hi ha murs d'espai ni de temps. Podem originar *coses-sentit* de forma il·limitada i, fins i tot, independents de la *cosa-real*. Res no està ni lligat a les lleis de la física ni a les *coses-reals*. El món infovirtual és el món de la

<sup>943</sup> BENJAMIN, W. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica: tres estudis de sociologia de l'art*. Barcelona: Edicions 62, 1993.

representació representada, de la simulació i la interpretació: és un món de significació, de *coses-sentit* redoblades pel subjecte.

*Allò urbà* quan passa a l'entorn virtual gràcies a la tecnologia i des de la seva condició de *cosa-sentit* (significació), accelera el seu pols i s'hiperbolitza (Figura 10). Les TIC amplifiquen els trets urbans tant a nivell psicològic i relacional, com a nivell quotidià.

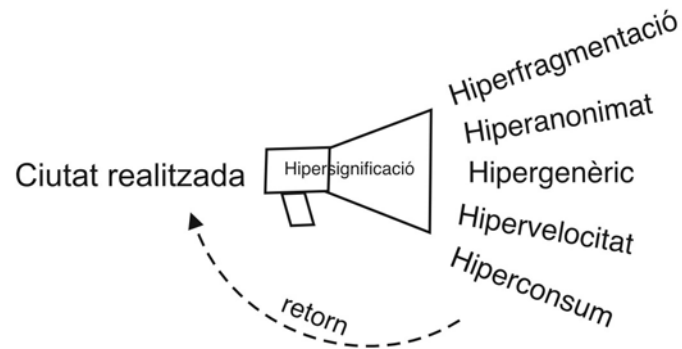


Figura 10

Aquest procés d'acceleració i emfasització dels significats i valors contemporanis formen part constituent de la *ciutat hiperrealitzada*, tal i com desenvolupem en el següent capítol.

### 3.3.2 La hipersignificació de la ciutat realitzada com a emfasització

La *ciutat hiperrealitzada* és el lloc de la hipersignificació entesa com a 'exageració' o 'excés' de significació. Els atributs de l'època contemporània s'hi manifesten hiperbòlicament; vigoritzant-los i reforçant-los, penetrant més fonament en la interioritat de l'individu a través d'un *feedback*.

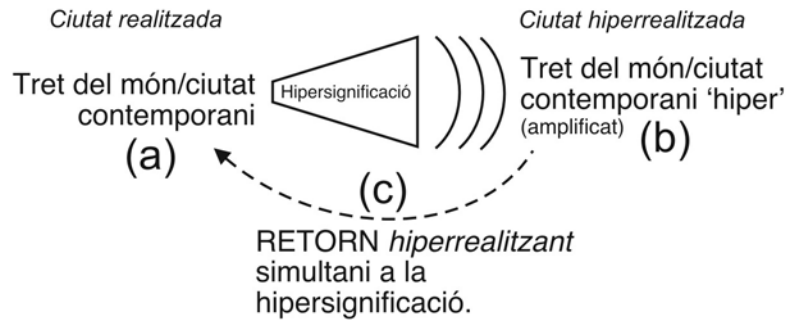
A la *ciutat hiperrealitzada* no hi ha límits per a la significació. No hi ha murs ni d'espai ni de temps i podem *viure* en el món de sentit sempre en contacte amb allò il·limitat. Tanmateix, la hipersignificació comporta una activitat en la qual el referent és el propi sentit. El món infovirtual de la *ciutat hiperrealitzada* és el món de la representació representada, de la interpretació interpretada i de la significació significada; és un univers de *coses-sentit* redoblades pel subjecte.

Els predicats del nostre temps cristal·litzats en la *ciutat realitzada* es traslladen a la *ciutat hiperrealitzada* i s'intensifiquen i amplifiquen per retornar altre cop a la *ciutat realitzada*, reforçant el seu tarannà; aguditzant-la i emfatitzant-la: 'hiperrealitzant-la'.

En aquesta dinàmica, els trets de la ciutat contemporània s'hiperrealitzen immergint-se en la infovirtualitat. A tall d'exemple, la velocitat és un tret distintiu del nostre temps. Quan aquesta velocitat passa a la xarxa Internet s'hiperbolitza; la seva vivència a la ciutat *hiperrealitzada* es transforma en sensació d'immediatesa. I aquesta sensació retorna a la *ciutat realitzada* accelerant-la.

En aquest sentit exposem diferents esquemes que il·lustren aquesta emfasització dels trets contemporanis. La clau de lectura és el següent. En primer lloc designem un tret característic del nostre temps (a). Després, mitjançant un procés d'hipersignificació (de trasllat a la xarxa) assenyalem la seva forma 'hiper' (emfàtica) en la *ciutat hiperrealitzada* (b). I, per últim, anotem la seva forma activa de retorn (c); és a dir, l'efecte que provoca en la *ciutat realitzada*.

La incidència del retorn (c) es 'fa real' en la ciutat realitzada i en l'experiència que té l'individu de l'entorn urbà. Aquest retorn s'assimila, doncs, en el que hem anat anomenant la «ciutat interior».



### 3.3.2.1 Velocitat, immediatesa i hiperacceleració

Nosotros afirmamos que la magnificencia del mundo se ha enriquecido con una nueva belleza, la velocidad<sup>944</sup>.

La velocitat és un tret característic del nostre context: tant de la modernitat com del temps contemporani. En la modernitat es va encetar un procés d'acceleració en l'àmbit social, científic i tecnològic que encara no ha cessat. I en el temps contemporani la velocitat enxopa gairebé tots els aspectes de la vida quotidiana<sup>945</sup>.

Aquest és el context de l'individu contemporani que, com assenyalava Simmel, s'adapta a aquest entorn urbà amb una vida psíquica marcada per la mutació constant i pel ritme frenètic de sensacions.

La velocitat distorsiona les coordenades espai-temporals. Pel que fa al temps, el domini de la velocitat en els àmbits de la vida social sobreexita les lògiques del temps curt<sup>946</sup>. El temps es precipita. La ciutat contemporània es troba immersa en el pas ràpid i galopant, en el fluxe i els canvis permanents, submergida en el 'devenir' continu.

El valor del temps, d'allò nou i innovador són expressions de velocitat de canvi que cristal·litzen en una dinàmica de renovació i diversificació inesgotable mediada per la moda i en una manera de viure *multitasca*, estressant i agitada. D'altra banda vivim en la immediatesa. La connexió *always on* permet rebre informació i consumir en tot moment.

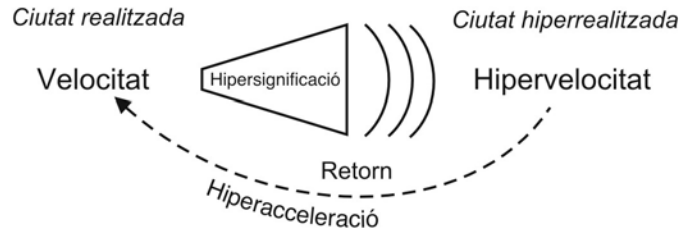
Pel que fa a l'espai, la velocitat torna transparents els llocs i els converteix en absència, en «no-llocs». La velocitat fa desaparèixer els objectes o els fa borrosos perquè la velocitat desenfoca tot allò fix: l'arquitectura, el paisatge, l'individu i la ciutat però també emborriona el pensament, el coneixement, la saviesa, la identitat o la tradició.

<sup>944</sup> Manifest futurista de Filippo Tommaso Marinetti (1909).

<sup>945</sup> VIRILIO, P. *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama, 1998.

<sup>946</sup> LIPOVETSKY, G. *Els temps hipermoderns. Conferència celebrada al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona*. (26 de febrer de 2007). Barcelona: CCCB, 2007. p. 6.

L'individu contemporani ha interioritzat aquest ritme veloç amb els transports i les noves tecnologies de la comunicació i ha encongit el món i l'ha traduït en un estil de vida impacient, fet les presses i *fast food*, canviant i provisional.



La velocitat en la *ciutat hiperrealitzada* s'accentua i es transforma en immediatesa i omnipresència. Ja no hi ha seqüències ni el lloc és important. La xarxa, com hem vist, és un mapa sense geografia ni història. A la ciutat *ciutat hiperrealitzada* l'espai no existeix i el temps és en present continu; podem fer circular informació a tothora, rebre, enviar i elaborar significacions, gestionar-les i adquirir-ne amb el consum immediat; hiperveloç. L'experiència de la ciutat infovirtual ens evoca, doncs, a la immediatesa i omnipresència; a la sensació d'estar seguint les coses al mateix moment que succeeixen i en un espai comú global desterritorialitzat.

Aquesta experiència d'hipervelocitat retorna a la *ciutat realitzada* accelerant-la i immergint-la en la vivència d'un temps i d'un espai esborrats per la velocitat.

### 3.3.2.2 Provisionalitat, efímer i esvaïment

No es posible descender dos veces al mismo río, tocar dos veces una substancia mortal en el mismo estado, sino que por el ímpetu y la velocidad de los cambios se dispersa y nuevamente se reúne, y viene y desaparece<sup>947</sup>.

Hereva del tret anterior, la ciutat contemporània és una ciutat provisional, sempre dinàmica que s'esdevé en un temps accelerat. L'urbanisme i l'arquitectura es troben lluny dels disigs de perennitat d'etapes anteriors. L'urbanisme contemporani, com ja hem vist, és un urbanisme fet de provisionalitats, com ara el pavelló construït per esdevenir l'expositor de l'objecte i d'edificis assegurats només a cinquanta anys vista.

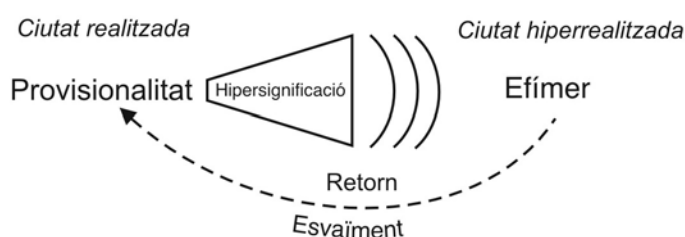
L'urbanisme pertany, així doncs, a un temps que ha esborrat tot alè d'eternitat. El present domina sobre el passat i el futur. Com en el cas d'un rellotge de butxaca, ja no és concebut com a un instrument d'herència intergeneracional lligat a la tradició sinó com un

<sup>947</sup> Frase cèlebre atribuïda a Heràclit d'Efes (550-480 a.C.) Extret de **MONDOLFO, R.** *El pensamiento antiguo*. Buenos Aires: Losada, 1959. (vol. 1). p. 47.

ornament transitori que marca les hores. La importància del llegat i la transmissió per al futur no són valors contemporanis. El mobiliari de l'habitatge, el cotxe, la roba, les sabates, els electrodomèstics... no són objectes per a tota la vida sinó per a una temporada.

Les dinàmiques de reemplaçament i provisionalitat participen del substrat de les societats de consum i en configuren el seu motor. El present i allò nou és entronitzat en un context de curta mirada on política i empresa (economia, capitalisme financer) cerquen rendibilitat immediata sense mirar massa més enllà.

Tot s'esdevé, així doncs, dins aquesta aura de provisionalitat i de canvi; sempre actualitzant i reactualitzant; en *zapping*.



La interiorització d'aquesta provisionalitat es tradueix en un individu deslligat del compromís estable que viu en present. Viure en la *ciutat hiperrealitzada* és viure en la hiperprovisionalitat; en l'efímer. La *ciutat hiperrealitzada* mai no és la mateixa; canvia constantment, li manca l'estabilitat de la pedra perquè flueix com un líquid<sup>948</sup>. Les comunitats virtuals, els fluxes d'informació i comunicació, les webs, els anuncis, etc. apareixen i desapareixen. Les connexions mai no són les mateixes. La *ciutat hiperrealitzada* és, per definició, inestable; sense exigència de fidelitat o permanència. Podem picotejar ara aquí i ara allà, en present continu sense lligar-nos a cap compromís vivint d'una manera plena la transitorietat<sup>949</sup>.

<sup>948</sup> BAUMAN, Z. *Modernidad líquida*. Mèxic: Fondo de Cultura Económico, 2002. p. 7-20.

<sup>949</sup> Segons els estudis de Nielsen citats per Nicholas Carr (A: *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*) corroboraben que la majoria de les pàgines web no es visionaven més de deu segons. Una altra empresa israeliana citada per Carr que crea software per analitzar com els usuaris utilitzen les webs empresarials va descobrir que en la majoria de països "la gente pasa una media de 19 a 27 segundos mirando una misma página antes de desplazarse a la siguiente. Esto incluye el tiempo necesario para que la página se cargue en la ventana del navegador. Los internautas alemanes y canadienses pasaban una media de 20 segundos por página, los estadounidenses y británicos, unos 21 segundos; los indios y australianos, unos 24; y los franceses, unos 25". Font: **CLICKTALE**. *Puzzling Web Habits across the Globe* [En línia. ] [www.clicktale.com/2008/07/31/puzzling-web-habits-across-the-globe-part-1/](http://www.clicktale.com/2008/07/31/puzzling-web-habits-across-the-globe-part-1/) [31 de juliol de 2008]. **CARR, N.** *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010. p. 167.

### 3.3.2.3 Descontext, hiperidentitat i dessubstancialització

El Yo se convierte en un espejo vacío a fuerza de «informaciones», una pregunta sin respuesta<sup>950</sup>.

Parlem de 'descontext' en dos sentits. En primer lloc (a), com a 'fi de la història i, en segon lloc (b) com a desarrelament.

En el primer sentit parlem de la 'fi de la història' declarada per Fukuyama<sup>951</sup> i explicada per Lyotard<sup>952</sup> o Vattimo<sup>953</sup> entesa com la clausura dels sistemes filosòfics, dels metarrelats que donaven sentit al món. A la qual també hi podem sumar la idea de 'desencantament del món' de Max Weber entesa com la desacralització i l'abandó de la religió i la màgia per explicar el món; el que gràficament diu la proclama del boig a *La gaia ciència*: «Déu ha mort i som nosaltres qui l'hem matat!... Allò que el món posseïa com a més sagrat i poderós s'ha dessagnat sota el nostre punyal»<sup>954</sup>.

El buit que ha deixat la *mort de Déu* i l'afebliment o desaparició dels metarrelats han desembocat en el *pensament feble*<sup>955</sup> i relativista, en l'experiència del *sense-sentit* on cadascú s'elabora un discurs individual sobre el valor de la seva existència i la dels altres<sup>956</sup>.

El fracàs dels projectes revolucionaris, la caiguda de les grans ideologies i l'esfondrament de les utopies de la història són reemplaçades per la cultura individualista i de la immanència les quals estan encaminades a l'autonomia i la felicitat individuals, centrades en el present, motivades pel consum, el lleure, l'hedonisme, el benestar i el culte al cos. 'Immanent' perquè la finalitat de la vida es troba en l'individu mateix i fins i tot la transcendència o la espiritualitat (les noves religiositats) són qüestions privades vinculades fonamentalment a l'autorealització i al narcisisme.

En el segon sentit, el 'descontext' entès com a una desvalorització del passat i de la tradició, com una descontextualització que il·lustra -com hem vist- l'urbanisme contemporani. La «ciutat genèrica» (R. Koolhaas) és una ciutat sense història, superficial

<sup>950</sup> LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. p. 56.

<sup>951</sup> Entesa com la fi de la història de les revolucions polítiques i ideològiques. FUKUYAMA, F. *El Fin de la historia y el último hombre*. Barcelona: Planeta, 1992. Entesa com la fi de la història de les revolucions polítiques i ideològiques.

<sup>952</sup> LYOTARD, J.F. *La condición posmoderna: informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra, 1994.

<sup>953</sup> VATTIMO, G. *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*. Barcelona, Gedisa, 1994.

<sup>954</sup> NIETZSCHE, F. *La gaya ciencia*. Madrid: Alianza, 1968. p. 125.

<sup>955</sup> VATTIMO, G. [et al.] *El pensamiento débil*. Madrid: Cátedra, 1990. p.15.

<sup>956</sup> "Este desecamiento, este agotamiento, que hasta tal punto llegó a afectar al centro mismo de la existencia intelectual y moral de Occidente, dejó un inmenso vacío. Y donde existe un vacío, surgen nuevas energías y realidades que sustituyen las antiguas. (...) Este vacío, esta oscuridad en el mismo centro, era debida a la «muerte de Dios»". STEINER, G. *Nostalgia del absoluto*. Madrid: 2001. p. 14-15.

i sense identitat<sup>957</sup>. Els nous urbanismes manifesten la necessitat de relligar l'individu amb el seu context, recuperar la història de la ciutat dins d'un context de competitivitat global mitjançant la creació d'imatge i de narrativa a través del *city branding* i el *city marketing*. Les ciutats, d'aquesta manera, es relaten des del consum i per al consum dins d'un discurs llegible d'invenció i reformulació de la seva història perduda<sup>958</sup>.

El resultat és la dificultat per relatar i autorrelatar-se una identitat des del descontext. La ciutat queda despenjada de la seva història; la *civitas* de la *urbs*, la política de les seves idees i l'individu del seu relat dibuixant el paisatge de la *significació dèbil*, de la buidor simbòlica i del nihilisme.

Pel que fa a la ciutat, el lloc era un espai simbolitzat en el qual podíem llegir parcial o totalment la identitat dels que l'ocupaven, les seves relacions i la història compartida. A la ciutat contemporània disminueixen els espais on ens és possible llegir la identitat, les relacions i la història; proliferen els «no llocs»<sup>959</sup>.

En aquest escenari es troba l'individu contemporani que omple aquests buits de significació a través del consum tot intentat *salvar-se* elaborant el seu discurs propi que el subjecti a alguna cosa. Diu la cèlebre cita d'Ortega y Gasset que «Jo sóc jo i la meva circumstància, i si no la salvo a ella no em salvo jo»<sup>960</sup> i l'individu es troba en una circumstància despenjada del temps i l'espai que el defineixen.

D'aquesta manera, en la societat de consum, la identitat esdevé una forma de vida; un microrrelat cultural que hem de construir mitjançant la moda. El mercat s'ocupa dels microrrelats i els converteix en codis culturals. I en aquest pas el consum que primàriament tenia una funció econòmica posseeix una funció simbòlica.

<sup>957</sup> KOOLHAAS, R. "La ciudad genérica" A: CHOAY, F. [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 74. "La Ciudad Genérica es la ciudad liberada del cautiverio del centro, de la camisa de fuerza de la identidad. La Ciudad Genérica rompe con ese ciclo destructivo de dependencia: no es sino un reflejo de la necesidad actual y de la capacidad actual. Es la ciudad sin historia. Es lo bastante grande para todo el mundo. Es cómoda. No necesita mantenimiento. Si se queda demasiado pequeña, basta con que se expanda. Si envejece, basta con que se autodestruya y renueve. Es igual de emocionante -o no emocionante- en todas partes. Es «superficial»: igual que un estudio de cine de Hollywood, puede producir una nueva identidad cada lunes por la mañana".

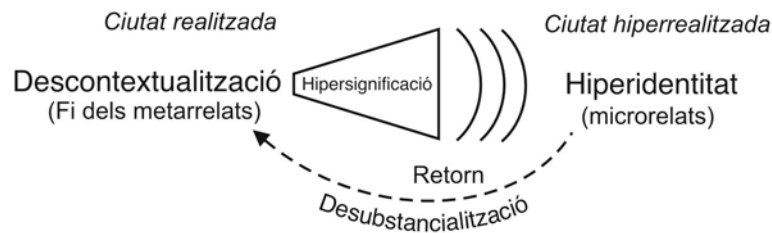
<sup>958</sup> "(...) el futuro de las viejas ciudades europeas- en una nueva invención de la historia (una historia, si queremos, pasteurizada y disneylandizada; de la que se están barriendo todas las "impurezas" de los emigrantes clandestinos que ocupaban el centro). Ejemplos de este redevolpment se encuentran en Londres, en Birmingham y, ahora, en un experimento quizá crucial para la vida urbana en Alemania: la recuperación (al estilo americano, parece) de la histórica Mitte de Berlín". DUQUE, F. *Mépolis o la novísima Trinidad ontotecnológica*. [En línia]

[http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08\\_08.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08_08.pdf) [Consulta: 24 novembre 2009]

<sup>959</sup> AUGÉ, M. *Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa, 1998.

<sup>960</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *Obras completas*. Madrid: Alianza, 1993. p. 322.





En aquest sentit, la *ciutat hiperrealitzada* és un món d'hiperidentitats; de discursos i pseudorelats transterritorials i multilingüístics, més estructurats des dels mercats que des dels Estats<sup>961</sup>. No hi ha ciutat; hi ha comunitats de consum. I l'individu pot cercar i revisitar el passat per formar discursos identitaris individuals; pot agrupar-se extraterritorialment per interessos o assajar d'altres identitats des del consum<sup>962</sup>.

La hipersignificació es veu reforçada per les característiques de l'entorn infovirtual; extremadament genèric, sense personalitat ni història. La *ciutat hiperrealitzada* no conté les capes i el pòsit de l'herència; ni tan sols de la genètica. Conté discursos, dades i informació que se'ns presenten com elements de consum; relats viscuts des de l'absència de l'ésser, des de la individualitat, sense una interpel·lació profunda. La *ciutat hiperrealitzada* (atemporal i ageogràfica) permet viure una hiperidentitat als llimbs de la significació i alhora escoltar i tastar tants discursos com la biologia li permeti perquè la *ciutat hiperrealitzada* és un maremàgnum de possibilitats discursives.

El retorn a la *ciutat realitzada* vindrà de la mà d'un discurs identitari feble; que aprima la personalitat; una dinàmica desubstancialitzadora que converteix allò que toca en quelcom genèric i lleuger<sup>963</sup>.

<sup>961</sup> GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Mèxic, 1995. p. 30.

<sup>962</sup> HINE, C. *Etnografía virtual*. Editorial UOC. Barcelona, 2000.

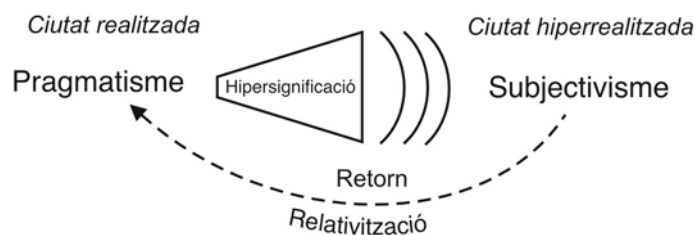
<sup>963</sup> LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. p. 56 i 59.

### 3.3.2.4 Pragmatisme, subjectivisme i relativització

Your world. Your imagination (*Second Life*)<sup>964</sup>.

Derivada del procés anterior i de l'individualisme i pel que fa al coneixement, el subjecte contemporani es veu immers en el pragmatisme. Al pragmàtic, no li interessa cercar la veritat, la realitat o el sentit últim de l'existència<sup>965</sup>. Es troba instal·lat en el *pensament dèbil* el qual representa el final de l'aventura metafísica<sup>966</sup>.

Aquest pragmatisme desemboca en un nihilisme tranquil; no en un nihilisme existencialista i desesperat sinó en un de buit que s'omple cadascú amb petits relats els quals sempre són veritat; sempre respectables. Cadascú viu i construeix les seves veritats convertint la realitat en una representació subjectiva i individual: «el món és la meva representació» dirà Schopenhauer<sup>967</sup>.



En la *ciutat hiperrealitzada* aquest discurs es manifesta tant en la creació de mons virtuals com en la mateixa constitució infovirtual que topa ineludiblement amb la pregunta per la realitat.

La *ciutat hiperrealitzada* és horitzontal; en el sentit que qualsevol pot generar informació i opinió. Per aquest motiu, el discurs públic que articulava la *ciutat realitzada*

<sup>964</sup> Eslògan del món virtual *Second Life: Second Life* [En línia]. <<http://www.secondlife.com>> [Consulta: 22 gener de 2011] *Second Life* és un producte creat per la empresa Linden Lab, dirigida per Philip Rosedale i que va aparèixer a la xarxa l'any 2003. La companyia, a la seva pàgina web oficial, defineix *Second Life* com un "3-D virtual world entirely built and owned by its Residents". Un eslògan precís que traça el dibuix d'una idea central: un món tridimensional construït totalment pels usuaris, a la seva voluntat. La creació d'aquest món està inspirada en la literatura; en la novel·la cyberpunk *Snow Crash* escrita per Neal Stephenson i publicada l'any 1992. L'empresa fa de proveïdora i subministra l'accés a aquest món virtual amb el software necessari per endinsar-s'hi. Ha creat la seva interfície, els espais virtuals on es poden construir objectes i administra tots els comptes i registres dels usuaris. Tot i això, l'empresa no controla els continguts i objectes que hi podem trobar perquè són els usuaris els creadors d'aquest món. La incorporació al món virtual de *Second Life* és gratuïta; qualsevol persona es pot descarregar el programa i hi pot entrar, crear el seu personatge i esdevenir un resident.

<sup>965</sup> Malgrat estar instal·lats en un entorn de benestar, les preguntes sobre el sentit últim queden apartades de les prioritats del pensament humà: "¿De dónde vengo yo y de dónde viene el mundo en que vivo y del cual vivo? ¿Adónde voy y adónde va cuanto me rodea? ¿Qué significa esto? Tales son las preguntas del hombre, así que se liberta de la embrutecedora necesidad de tener que sustentarse materialmente. Y si miramos bien, veremos que debajo de esas preguntas no hay tanto el deseo de conocer un porqué como el de conocer el para qué; no de la causa sino de la finalidad". UNAMUNO, M. *Del sentimiento trágico de la vida*. Madrid: Sarpe, 1983. p. 57.

<sup>966</sup> VATTIMO, G. [et al.] *El pensamiento débil*. Madrid: Cátedra, 1990. p.15.

<sup>967</sup> SCHOPENHAUER, A. *El mundo como voluntad y representación*. Barcelona: Orbis, 1985.

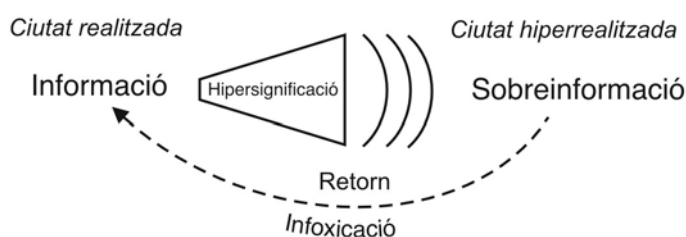
es veu ara fragmentat per un empedrat de publicacions, *blogs*, *tweets*, fòrums, *newsletters*, etc. en la *ciutat hiperrealitzada*.

### 3.3.2.5 Informació, sobreinformació i infoxicació

Cuando se proclamó que la Biblioteca abarcaba todos los libros, la primera impresión fue de extravagante felicidad. Todos los hombres se sintieron señores de un tesoro intacto y secreto. (...) El universo estaba justificado, el universo bruscamente usurpó las dimensiones ilimitadas de la esperanza<sup>968</sup>.

La ciutat és un lloc ple de significació i d'estímuls que provoquen una vida nerviosa sobresaturada. Des d'una perspectiva més àmplia la informació, la comunicació i el coneixement són atributs que protagonitzen la nostra cultura contemporània. La informació és poder, és la matèria primera del coneixement i de la riquesa. Les noves tecnologies de la comunicació i informació serveixen per fer circular aquesta informació. En la *societat de la comunicació* allò tecnològic i econòmic impulsen un salt qualitatiu de la informació, difonent i gestionant-la com a valor preponderant.

L'enfocament de la *ciutat hiperrealitzada* entén la informació com a significació. Com ja hem dit abans, la ciutat infovirtual és un espai sobreabundant en significacions. Per aquest motiu es reproduïx la vida psíquica de la metròpolis de manera accentuada i experimentem una sobresaturació d'estímuls. La *ciutat hiperrealitzada infoxica* i ens fatiga per excés, per sobreinformació. Perquè, rebem massa informació. L'espectre potencial d'informació com a matèria prima del coneixement és tan gran que l'efecte de saturació impedeix l'aprofundiment<sup>969</sup>.



Tenim millors instruments tècnics per produir la informació que no pas per gestionar-la o buscar-la. I aquest desequilibri respon més a la necessitat d'expressar-se que no pas a la d'escoltar. La democratització de la imatge impulsada per les TIC possibilita l'expressió gratuïta i mundial del nostre interior i, alhora, motiva una certa indiferència per allò exterior que ens satura per sobreabundància (actitud *blasé*). En

<sup>968</sup> BORGES, J.L. (1944) "La biblioteca de Babel" A: BORGES, J. L. *Ficciones*. Madrid: Alianza, 1997. p. 92

<sup>969</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?*. Madrid: Taurus, 2011.

aquest sentit, allò important és l'acte de comunicar en si mateix i no pas la d'allò comunicat<sup>970</sup>,

En la *ciutat hiperrealitzada*, detectem, consumim, descartem i ignorem la informació que se'ns presenta en pocs segons. Les noves tecnologies han modificat les nostres formes cognitives en l'estela del que afirmava McLuhan i Nicholas Carr<sup>971</sup>. Llegim diferent, mirem diferent i aprenem diferent de com ho fèiem abans; l'allau d'informació ens exigeix l'activitat multitasca, la lectura en diagonal i superficial, el *zapping* i el mosaic. Som capaços de gestionar molta informació però sense aprofundir massa en cap.

D'altra banda, la forma selvàtica i sobreinformada de la *ciutat hiperrealitzada* genera un escenari molt fragmentat del saber. El coneixement en la ciutat xarxa esdevé, d'aquesta manera, l'expressió amplificada de la fragmentació del saber contemporani; de l'època d'uns especialistes que «saben molt bé el seu minúscul racó de l'univers però ignoren l'arrel de tota la resta»<sup>972</sup>.

### 3.3.2.6 Memòria, hipermemòria i alienació de la memòria

*Más recuerdos tengo yo solo que los que habrán tenido todos los hombres desde que el mundo es mundo. Y también: Mis sueños son como la vigilia de ustedes. Y también, hacia el alba: Mi memoria, señor, es como un vaciadero de basuras*<sup>973</sup>.

Com hem assenyalat, la ciutat contemporània ha perdut la memòria, s'ha trobat immersa en un procés de descontextualització de la seva història. Per aquest motiu els recursos pal·liatius de l'urbanisme contemporani, com hem vist, anaven dirigits a recordar la ciutat, a resituar-la en la història i a reconquerir el seu relat i el seu context.

Tanmateix, la memòria col·lectiva i el sentiment de pertinença i identitat també s'han transmudat a la *ciutat hiperrealitzada*. La memòria col·lectiva (la representació) és en mans, fonamentalment, de l'audiovisual. Paul Virilio, des d'una visió un tant apocalíptica defensa la memòria individual per sobre d'una memòria col·lectiva manipulada per l'audiovisual i la publicitat. Segons Virilio només el llenguatge és

<sup>970</sup> "(...) cada uno es incitado a telefonar a la centralita, cada uno quiere decir algo a partir de su experiencia íntima, todos podemos hacer de locutor y ser oídos. Pero es lo mismo que las pintadas en las paredes de la escuela o los innumerables grupos artísticos; cuanto mayores son los medios de expresión, menos cosas se tienen por decir, cuanto mas se solicita la subjetividad, más anónimo y vacío es el efecto. Paradoja reforzada aún más por el hecho que nadie en el fondo está interesado por esa profusión de expresión, con una excepción importante: el emisor o el propio creador. Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor" LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. p. 14-15

<sup>971</sup> Carr assenyalava que estem en un moment de transició de dues formes de pensament. Pensament Lineal: ment calmada, concentrada, sense distraccions... La mentalitat nova "necesita recibir y diseminar información en estallidos cortos, descoordinados, frecuentemente solapados -cuanto más rápido mejor-". CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2011. p. 22.

<sup>972</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 154.

<sup>973</sup> BORGES, J.L. (1944) "Funes el memorioso" A: BORGES, J. L. *Ficciones*. Madrid: Alianza, 1997. p. 131.

intermediari de la memòria i aquest ha estat substituït per l'imperatiu de la imatge el qual provoca l'oblit col·lectiu.

Sigui com sigui, la ciutat contemporània motivada per una idea de progrés il·lustrat que ha de deixar enrere el passat, ha esdevingut oblidadissa i ha cedit la narració de la representació de la memòria col·lectiva a la imatge, l'audiovisual i el discurs publicitari.



En aquest marc, la *ciutat hiperrealitzada* és dipositària d'aquesta memòria. La memòria col·lectiva esdevé externa a l'individu en la forma metafòrica d'un disc dur. Podríem parlar així d'una hipermemòria en el sentit d'una memòria creada des de l'estereotip o d'una representació externa a l'individu, legitimada i donada pels mèdia. I també d'hipermemòria en el sentit que les TIC guarden un volum exorbitant de dades i informació vinculada a la memòria i al record<sup>974</sup>.

No es tracta, concloem, d'un oblit sinó d'una alienació de la memòria perquè la memòria es troba fora de l'individu. La *ciutat hiperrealitzada* és, en aquest sentit, dipositària de la memòria individual i col·lectiva i de les seves representacions.

### 3.3.2.7 Global-local, glocal i glocalització

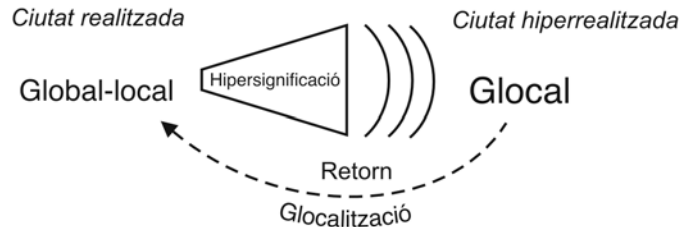
La «cultura global» no puede entenderse estáticamente, sino sólo como un proceso contingente y dialéctico (...) según el modelo de la «glocalización», en cuya misma unidad se aprecian y descifran elementos contradictorios. En este sentido, se puede hablar de paradojas de las culturas «glocales»<sup>975</sup>.

La ciutat contemporània està subjecta a una gran xarxa mundial interconnectada («ciutat global») gràcies a les TIC. Aquesta realitat influïa en els interessos urbanístics i de consum de la ciutat contemporània, els quals ressalten les particularitats de cada ciutat però alhora busquen la projecció i la connexió internacional; cerquen el seu lloc en l'«Aldea global» (M. McLuhan).

<sup>974</sup> Aquest és l'objectiu d'*Internet Archive* una organització dels Estats Units que des de 1996 guarda els historials de la web i una multitud de continguts multimedia. ([www.archive.org](http://www.archive.org)).

<sup>975</sup> BECK, U. *¿Qué és la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Madrid: Paidós, 1998. p. 80.

D'aquesta manera, en el món contemporani allò local no desapareix sinó que es resitua enfront d'un context globalitzat que a voltes esdevé homogeneïtzador cultural i sincronitzador econòmic i a voltes reafirmador d'identitats i dinamitzador de mercats locals. Local i global se'ns apareix o bé com una dicotomia en tensió que provoca desajustaments i contradiccions o bé, com dirà Roberston<sup>976</sup>, com una tesitura en la qual allò local ha d'entendre's com un aspecte d'allò global.



La *ciutat hiperrealitzada* permet l'experimentació de la simultaneïtat d'allò global i local, d'allò interior i exterior, universal i particular, centralitzat i descentralitzat en la forma dialèctica. La *ciutat hiperrealitzada* és «glocal»<sup>977</sup> perquè conté aquesta contradicció pluridimensional fruit d'un temps paradoxal<sup>978</sup>. L'individu pot viure en una realitat particular i remota al mateix temps estar connectat amb l'espai de fluxos i participar de la xarxa econòmica i cultural que abraça tot el planeta.

### 3.3.2.8 Llibertat, hiperllibertat i hiperemancipació

In China, Germany, France, Russia, Singapore, Italy and the United States, you are trying to ward off the virus of liberty by erecting guard posts at the frontiers of Cyberspace. These may keep out the contagion for a small time, but they will not work in a world that will soon be blanketed in bit-bearing media<sup>979</sup>.

Diu una dita alemanya utilitzada per Max Weber que els aires de la ciutat en fan lliures («*Stadtluft Macht Frei*»). La ciutat moderna es va erigir com un espai de llibertat. L'enderrocament de les muralles va ser entesa com una metàfora de l'emancipació de l'individu, del desencorsetament de la tradició i de la religió.

<sup>976</sup> BECK, U. *¿Qué és la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Madrid: Paidós, 1998. p. 79.

<sup>977</sup> BECK, U. *¿Qué és la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Madrid: Paidós, 1998. p. 106.

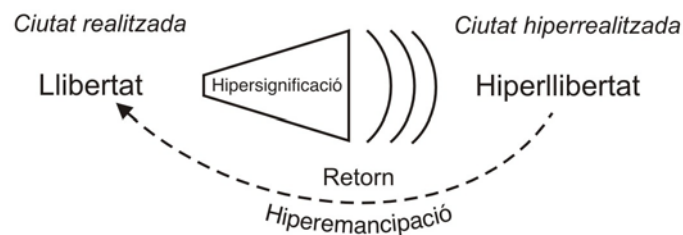
<sup>978</sup> LIPOVETSKY, G. *Els temps hipermoderns. Conferència celebrada al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona*. (26 de febrer de 2007). Barcelona: CCCB, 2007. p. 18.

<sup>979</sup> PERRY, B. *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. [En línia] Davos, 8 de febrer 1996. <<https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>>. [Consulta: 14 de gener de 2011].

Les societats democràtiques occidentals contemporànies van recollir el valor de la llibertat individual com un valor fonamental sobre la que erigirien la nova societat moderna; sobretot pel que fa a la llibertat exterior (Hobbes)<sup>980</sup>.

D'altra banda, amb l'existencialisme de S. Kierkegaard o J.P. Sartre es posa l'accent en la llibertat interior i en la consegüent responsabilitat, angoixa i sentiment de culpa. Sartre dirà amb to pessimista que l'ésser humà està condemnat a ser lliure<sup>981</sup>.

L'individu de la ciutat il·lustrada, així doncs, es va desfent dels vincles forts amb el seu passat religiós i tradicional fins als nostres dies. Passeja per la ciutat anònimament, sense un control social excessiu, amagat entre la multitud, lliure malgrat els seus temors interiors.



A la *ciutat hiperrealitzada* l'anònimat -com veurem en el següent capítol- esdevé un conducte de llibertat. En la ciutat infovirtual podem experimentar l'anònimat total i amb ell l'alliberament de l'estatus social, del nivell econòmic i cultural, del gènere i de la distància geogràfica, del compromís i la perdurabilitat. A més a més, la forma govern de la ciutat infovirtual es percep com a invisible, laxa o inexistente.

En l'espai infovirtual s'acompleix la superació de la llibertat externa i interna. Sense angoixa, ni responsabilitat, ni por se'ns permet experimentar una emancipació completa: una llibertat alliberada de tot però sense saber per a què.

Així mateix, a la *ciutat realitzada* ens hi trobàvem independentment de la nostra voluntat o desig; hi érem *abocats*. Per contra, a la *ciutat hiperrealitzada* ens hi endollem o desendollem per voluntat pròpia, des de la llibertat de poder optar a ser-hi o no ser-hi. Podem decidir així, fins i tot la forma d'existir en la infovirtualitat. Emancipats de la biologia i les pressions socials, la *ciutat hiperrealitzada* pot ser un entorn d'hiperllibertat.

<sup>980</sup> HOBBS, Th. *Leviatán*. Madrid: Editora Nacional, 1979. p. 299-300.

<sup>981</sup> SARTRE, J. P. *El existencialismo es un humanismo*. Barcelona: Edhasa, 2002.

### 3.3.2.9 Autorrealització, hiperrealització i estetització

Detrás de las imágenes que giran en los espejos, ¿Quién se esconde? Quizá nadie<sup>982</sup>.

Una deriva de l'individualisme és el narcisisme: l'individu preocupat per ell mateix, per la seva *auto-realització*<sup>983</sup> (realització sense necessitat de l'altre) i per assolir la felicitat en l'esfera privada. Això es tradueix, com hem vist anteriorment, amb el consum emocional i d'experiències, amb el psicologisme i el culte al cos<sup>984</sup>; amb el jo com a preocupació central de l'existència humana.

En aquest sentit, la finalitat de la vida es troba en l'individu mateix i no en l'altre. Tanmateix, fins i tot el transcendent en un *món desencantat* és un recurs més al servei de l'autorealització que cadascú experimenta en l'esfera privada per atenuar el neguit existencial, la buidor o el sense-sentit.



En la *ciutat hiperrealitzada* les expressions del narcisisme s'articulen en dues activitats de significació. En primer lloc, en la recerca i consum de continguts d'*autoajuda*, de cura del cos, consultes mèdiques, etc que intensifiquen i justifiquen els desigs de perfeccionament i d'èxit. I, en segon lloc, en el reforç de les representacions de l'individu. És a dir, la *ciutat hiperrealitzada* se'ns presenta com un espai de simulació i de representació d'un ideal, del mirall del nostre desig i la nostra autoimatge. En ella podem emprar representacions de nosaltres mateixos, del nostre desig de 'ser' i no pròpiament del que 'som'. La *ciutat hiperrealitzada* esdevé el dipòsit del desig i de la seva representació.

A tall d'exemple, a la *ciutat realitzada* fem la representació; el retrat fotogràfic de nosaltres mateixos i en la *ciutat hiperrealitzada* el retoquem per fer-lo metàfora de la nostra voluntat i aspiració, per polir-ne els defectes amb un software d'edició d'imatge.

<sup>982</sup> BEAUVOIR, S. *Las bellas imágenes*. Barcelona: Edhasa, 1991. p.19.

<sup>983</sup> "El ideal moderno resubordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por los demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente". LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. (7a ed). p. 7.

<sup>984</sup> Vegeu LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. p. 53- 64 i LIPOVETSKY, G. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007. p. 40-44.



La imatge resultant és la representació d'una representació; una hiperrealització que retorna a l'individu sota una *lògica del retoc*. Cal que la nostra imatge tendeixi a assemblar-se a la fotografia retocada sigui amb operacions quirúrgiques estètiques, dietes o gimnasos. Hem passat a ser el reflex del nostre propi mirall. El referent de la representació ja no és l'individu sinó la representació de la representació. No és la imatge que representa l'individu sinó l'individu que prova d'esdevenir representació de la imatge que ell mateix ha creat<sup>985</sup>.

### 3.3.2.10 Intimitat, extimitat i espectacularització

Más que un hombre, es sólo un caparazón de hombre constituido por meros *idola fori*; carece de un «dentro», de una intimidad suya, inexorable e inalienable, de un yo que no se pueda revocar. De aquí que esté siempre en disponibilidad para fingir ser cualquier cosa<sup>986</sup>.

L'estimació per la intimitat sorgeix actualment amb l'encreuament entre l'individualisme i el narcisisme. En la modernitat es desenvolupava una privacitat que permetia la participació de la vida social. A mesura que es desplomaven les utopies polítiques i socials, que desapareixien els metarrelats, que l'Estat conquistava l'espai públic que abans ocupava la religió i que l'individualisme s'aguditzava, allò públic entrava decadència<sup>987</sup>.

Actualment, allò públic és concebut com un escenari de consum on l'individu n'és l'usufructuari a través dels impostos. És un espai concebut des de la fredor de la burocràtica i de la tecnocràcia, com quelcom aliè a l'individu, ja donat per *naturalesa*<sup>988</sup>, hostil a la seva realització personal.

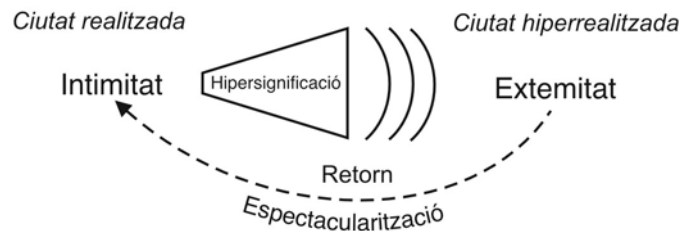
L'individu contemporani, centrat en ell mateix (narcisista), concep la intimitat com un refugi, com un espai de llibertat inqüestionable que li permet assolir la felicitat en privat, desimplitat de l'exterior social de la massa a la qual acudeix sols per buscar reconeixement i sentiment de pertinença.

<sup>985</sup> Una bona forma d'il·lustrar aquesta idea és amb les imatges de l'artista Oleg Dou que són fotografies d'adolescents digitalitzades, perfeccionades... són noies adolescents; preocupades per la seva estètica, per la perfecció... sigui amb photoshop o amb cirurgia estètica. Figures estàtiques, hieràtiques i sense temps. Semblen evocar la utopia de l'eterna joventut, la congelació del temps en aquell moment perfecte. Una altra forma d'il·lustrar-ho són la proliferació de llocs web com ara: amoratucuerpo.com, micuerposexy.com, votamicuerpo.com en els quals la imatge del nostre cos se sotmet a votació popular.

<sup>986</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 19-20.

<sup>987</sup> BÉJAR, H. *El ámbito íntimo. Privacidad, individualismo y modernidad*. Madrid: Alianza, 1988.

<sup>988</sup> ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 99.



La *ciutat hiperrealitzada* és dipositària d'aquesta intimitat de l'individu. Les xarxes socials com *Tuenti*, *Facebook* o *MySpace* o d'altres suports com *blogs*, *fotologs*, *videologs*, *check-in* o *Twitter* espectacularitzen la nostra intimitat convertint-la en extemitat. En aquest suports podem entrar en la intimitat de l'individu, en aspectes que abans es reservaven a l'esfera privada i íntima. Publicar un diari personal en forma de blog, fotografies, exposar emocions i pensaments, relatar el ritme diari en directe,... són expositors de la nostra intimitat oberta a la espectacularitat del *reality show*; tothom pot llegir-ho o veure-ho; fins i tot opinar sobre la imatge projectada de la nostra intimitat.

L'extimitat se'ns apareix com una forma de relatar-nos davant dels altres; de narrar la nostra intimitat amb un llenguatge mediàtic que respon al desig de ser mirats i de mirar sense vergonya ni risc, d'esdevenir actors de la nostra pròpia pel·lícula<sup>989</sup>. La *ciutat hiperrealitzada* és espectacularitat del món íntim que retorna a la *ciutat realitzada* augmentant l'escenificació de l'individu i la seva espectacularitat; exhibint-se sobre la línia difuminada entre allò privat i allò públic.

### 3.3.2.11 Afebliment de l'experiència, verificació i estereotip

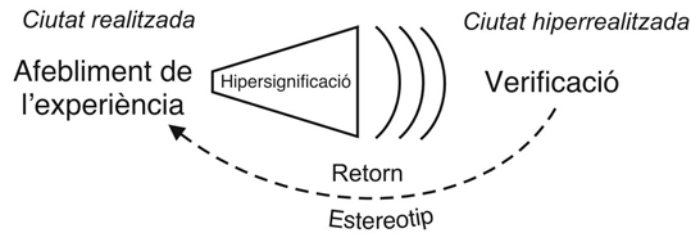
Subproducto de la circulación de mercancías, la circulación humana considerada como un consumo, el turismo, se reduce fundamentalmente al ocio de ir a ver aquello que ha llegado a ser banal. (...) La misma modernización que ha retirado del viaje el tiempo le ha retirado también la realidad del espacio<sup>990</sup>.

El viatge ja estat substituït pel turisme; l'experiència per les experiències *light*. La experiència és un viatge interior que transforma, interpel·la i té risc. En el món contemporani l'experiència és gestionada pel consum; no té risc, està sota control com vèiem en la *Fantasy City*. D'altra banda, l'urbanisme contemporani també presentava una ciutat espectacle. El món està disposat a ser visitat, a ser caçat per la imatge del turista<sup>991</sup>.

<sup>989</sup> "Aquí se ve la creciente cinematografización del individuo y de su relación con el mundo, que induce a los internautas a filmarse y a colgar en Internet su intimidad, a los videoaficionados a hacer sus cortos, a los autores de actos violentos a filmarse con el teléfono móvil". LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009.p. 288.

<sup>990</sup> DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos, 2003. p. 144.

<sup>991</sup> AUGÉ, M. *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 144-145.



A través de la hipersignificació l'experiència esdevé verificació d'una experiència. Els mèdia i les TIC contribueixen a elaborar una experiència anticipatòria: ja hem vist Nova York abans d'anar-hi en una pel·lícula o un reportatge o la Capella Sixtina en tres dimensions. La imatge i la representació que ens fem de la ciutat és anterior a l'experiència d'ella. L'experiència, llavors, es converteix en verificació de la imatge preconcebuda i alimenten aquesta mateixa imatge amb l'ull enganxat a una càmera, per hiperbolitzar encara més l'experiència del lloc amb un reforç del clixé, sense deixar res a l'atzar o fora de l'organització de l'agència de viatges.

La *ciutat hiperrealitzada* reforça les imatges i les narratives i ofereix l'experiència d'experimentar allò esperat, que no té risc des de la infovirtualitat.

### 3.3.3 Les manifestacions-de-sentit de l'individu a la *ciutat hiperrealitzada*

La *ciutat hiperrealitzada* és la nova dipositària de les relacions entre individus; el nou suport d'interacció de la *civitas*. Les noves tecnologies de la comunicació i informació (TIC) permeten un altre tipus d'interacció social i una nova manera de relacionar-se amb els altres i amb un mateix basada en l'individualisme<sup>992</sup>.

És indiscutible que ben entrat el segle XXI, els *mèdia* i les TIC han transformat en poc temps les dinàmiques i les essències de la producció simbòlica i de l'intercanvi de significacions entre individus<sup>993</sup>. Un procés articulat en dos moments: per una banda, en l'aparició dels mitjans de comunicació social (de *masses*): premsa, ràdio, cinema i televisió i, més endavant, la inauguració de l'era digital amb l'aparició de l'ARPANET (1969) i amb l'embranchada de la difusió de les innovacions en l'àmbit informàtic i de telecomunicacions cap als anys 80.

Aquest segon moment és el que ha revolucionat les comunicacions interpersonals. En un context urbà d'impersonalització, d'apatia i d'indeferentisme, les TIC tenen la capacitat de reforçar o substituir els llaços socials dèbils, de mantenir els llaços forts entre els individus<sup>994</sup>. Podem pal·liar la sensació de solitud dins la massa urbana, multiplicar els vincles socials sense que comptin les distàncies físiques entre individus, comunicar-se a tothora i a tot lloc amb d'altres individus.

Es evidente que los inventores y promotores de la redes virtuales han tocado una cuerda sensible, un nervio tenso y virgen que hace mucho esperaba la llegada del estímulo adecuado. Pueden jactarse, y con razón, de haber satisfecho una necesidad real, urgente y muy extendida<sup>995</sup>.

D'aquesta manera, la relació de l'individu contemporani amb el territori i amb d'altres individus passa per la pantalla i per l'auricular. Vista i oïda, que eren els sentits predominants en la ciutat, són finestres i pròtesis que augmenten les capacitats d'oïr i de veure.

<sup>992</sup> CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Plaza & Janés, 2001. p. 151.

<sup>993</sup> John B. Thompson fa una excel·lent aproximació a la producció institucionalitzada i a la difusió generalitzada dels béns simbòlics en la societat contemporània; sobretot pel que fa als mèdia (ràdio, cinema i televisió) i a l'experiència que aquests mitjans suposen pels individus. THOMPSON, J.B. *Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>994</sup> "Internet es un medio efectivo para mantener los lazos sociales débiles, que si no se perderían en el tira y afloja entre el esfuerzo de establecer una interacción física (incluida la interacción telefónica) y el beneficio de dicha comunicación". CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001. p. 150.

<sup>995</sup> BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007. p. 12.

Pel que fa a la nostra relació amb l'entorn cada cop està més mediada per les TIC. En conseqüència, en la vida quotidiana i pel que fa a la sensualitat, estem menys en contacte amb la Natura que abans. El nostre entorn ha estat tecnològitzat i tots els sentits capten l'artificialitat de la ciutat. No només la mirada copsa aquest caràcter sintètic de la ciutat; sinó que la ciutat és plena de soroll i de sons produïts per l'ésser humà. En conjunt, hi ha pocs espais de silenci i la Natura se'ns apareix de forma *parquematzada* en parcs i jardins dins la lògica urbana. El tacte, el gust i l'olfacte també capten aquest contacte constant amb les mercaderies, amb els objectes significats i fabricats.

La nostra vida passa davant de les pantalles del mòbil, de l'ordinador i del televisor i la nostra relació amb l'entorn és fet de màquines i artefactes de tot tipus<sup>996</sup>.

D'altra banda, i pel que fa la relació amb els altres, el nostre contacte en la ciutat també es vehicula a través de la connexió perpètua a la xarxa. Restem sempre endollats d'alguna manera a la xarxa en detriment de la comunicació interpersonal cara a cara que es dona en la copresencialitat.

D'aquesta forma, el context contemporani està marcat per un tarannà propi en les relacions humanes i en les relacions amb l'entorn comparativament molt diferents al d'èpoques anteriors a l'aparició d'aquestes tecnologies.

Aquest nou context ha propiciat noves formes de representació pública de l'individu. Representacions enteses, com ho havíem fet abans amb Goffman, com a l'execució en públic d'unes activitats, de presentar-se a l'altre d'una manera re-creativa; de mostrar i presentar-se en societat. La nova xarxa de relacions a la *ciutat hiperrealitzada* es fonamenta en una visibilitat-invisibilitat diferent a la de la *ciutat realitzada* però hereva d'aquesta.

Aquesta representació infovirtual es manifesta en diferents faccions de la *ciutat hiperrealitzada*; les relacions entre individus es concreten, per una banda en els anomenats mons virtuals, d'altra banda en els blogs, webs, etc i, per últim, en xarxes socials, missatgeria instantània, telefonia mòbil, xats, etc. Tots ells són maneres de relacionar-se amb d'altres individus mitjançant les TIC.

Una dada il·lustrativa són els més de 800 milions d'usuaris actius que té la xarxa social *Facebook* i d'aquests usuaris més de 350 milions tenen accés a *Facebook* des dels seus dispositius mòbils<sup>997</sup>. A més, segons un estudi sobre les xarxes socials a

<sup>996</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La pantalla global. Cultura mediàtica y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009. "Porque somos testigos de una proliferación de pantallas, prodigioso universo en expansión que aleja sin cesar sus límites. Pantallas que están ahí, pantallas que se interconectan, pantallas que acaban de llegar, pantallas que llegarán". p. 268

<sup>997</sup> *Facebook*. [En línia]. <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>. [Consulta: 10 de gener de 2012].

Internet assenyala que que el 48,6 % dels espanyols que estan connectats a les xarxes socials es connecten tots els dies i el 52,2% hi estan connectts més d'una hora al dia<sup>998</sup>.

D'altra banda, segons un informe de Nielsen<sup>999</sup> l'any 2010 als Estats Units hi havia més de 142 milions d'usuaris de les xarxes socials mentre que l'Estat espanyol es trobava en setè lloc amb 19.456 milions d'usuaris. Un altre estudi d'*InSite Consulting* del mateix any assenyala que hi havia 940 milions d'usuaris de xarxes socials en tot el món i un dels darrers informes d'EGM (maig de 2011)<sup>1000</sup> indiquen que l'ús de les xarxes socials van en augment tot i que l'ús més freqüent d'Internet és per consultar el correu electrònic. A tot això hi hem de sumar d'altres espais d'interacció com ara els videojocs, els blogs, els xats i la nova telefonia mòbil (*smartphones*) la qual fa augmentar exponencialment la possibilitat d'estar connectats als d'altres individus en tot lloc i tota hora.

Hem classificat les interaccions en l'espai infovirtual segons les característiques de cada entorn d'interacció; uns entorns que sempre estan canviant, que tendeixen a la convergència d'esdevenir tots en un i que es combinen entre ells fent borrosa la línia que les separa..

De forma il·lustrativa i conscients de la variabilitat de les innovacions tecnològiques podríem dividir el entorns en quatre tipus depenent de si la interacció es dona de forma simultània o en moments diferents:

- a) Entorns d'interacció asincrònica tipus 1 com ara llistes de discussió, sms, correu electrònic, grups temàtics, fòrums, realitat augmentada,
- b) Entorns d'interacció asincrònica tipus 2 com ara canals de vídeo i música, televisió, cinema, webs, publicacions online, blogs, subscripcions, .
- c) Entorns d'interacció sincrònica tipus 1 com ara xats, twitter, geoaplicacions, videoxat, telefonia,
- d) Entorns d'interacció sincrònica tipus 2 com ara els mons infovirtuals, jocs online i MUD's.

El més freqüent, com hem dit, és la combinació de diversos entorns d'interacció; és a dir, pàgines web amb possibilitat de xat, mons infovirtuals amb fòrums o discussions, entorns d'interacció sincrònica amb intercanvi de multimèdia etc.

<sup>998</sup> *Estudio sobre el conocimiento y el uso de las redes sociales en España. Diciembre de 2012.* Madrid: Observatorio Nacional de las telecomunicaciones y de la SI (ONTSI), 2012. <<http://www.ontsi.red.es>>.

<sup>999</sup> Nielsen citat a: *Informe Anual de los Contenidos Digitales en España 2010.* ONTSI-Neoris, 2010.

<sup>1000</sup> *Estudio General de Medios [En línea] (EGM) –AIMC–* Octubre de 2010 a maig de 2011. <<http://www.aimc.es>>. [Consulta: 14 de novembre de 2011]

### 3.3.3.1 La modalitat d'existència en els mons infovirtuals: els avatars

No está viendo gente de verdad, claro. Todo es parte de la imagen en movimiento dibujada por su ordenador según las especificaciones que le llegan por el cable de fibra óptica. Las personas son piezas de software llamadas avatares. Son los cuerpos audiovisuales que usa la gente para comunicarse en el Metaverso<sup>1001</sup>.

Per immersir-nos en la *ciutat hiperrealitzada* fan falta determinats aparells tecnològics i un *software*; unes interfícies que serveixin, com hem vist anteriorment, per interactuar *amb* i *en* l'entorn virtual; per immersir-nos-hi. Aquí fariem referència tant al hardware que necessitariem per immersir multisensorialment el nostre cos biològic en un món infovirtual (*cyborgs*)<sup>1002</sup> com el programari de construcció d'un avatar<sup>1003</sup> per interaccionar en la infovirtualitat.

L'avatar és el *jo*<sup>1004</sup> infovirtual; la nostra identitat cibernètica des d'on interactuem amb els altres en els mons virtuals. L'origen etimològic del mot 'avatar' ens condueix a una interpretació dualista entesa a dos nivells diferenciats: allò celestial i allò terrenal; el jo autèntic i el jo aparent; la realitat i la virtualitat.

L'avatar és un terme que prové del sànscrit *avatâra* i significa 'el que descendeix' referint-se a les encarnacions del déu Visnú de l'hinduisme. Aquest mot, relacionat amb els mons virtuals, és folgat de contingut. El déu passa a ser l'internauta, l'amo que manega els fils del seu avatar al mateix temps que part de l'internauta està contingut en l'avatar del món infovirtual. En aquest procés, l'internauta també 'descendeix' alhora que es 'deïfica' perquè té la sensació d'una certa omnipotència sobre l'avatar que esdevé una modalitat d'existència en la ciutat infovirtual.

L'avatar som nosaltres i no ho som. Som en aquell *ninot* que ens representa<sup>1005</sup>, el fem nostre a la vegada que ens permet deixar de ser nosaltres mateixos per convertir-

<sup>1001</sup> STEPHENSON, N. *Snow crash*. Barcelona: Gigamesh, 2003. p. 67.

<sup>1002</sup> Llegiu IHDE, D. *Los cuerpos en la tecnología. Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo*. Barcelona: UOC, 2004.

<sup>1003</sup> El terme 'avatar' aplicat en un sentit tecnològic el va popularitzar Neal Stephenson l'any 1992 en la seva novel·la de ciència ficció *Snow Crash*. STEPHENSON, N. *Snow crash*. Barcelona: Gigamesh, 2003. Aquesta mateixa novel·la va inspirar anys després el món virtual anomenat *Second Life* que va aparèixer a la xarxa l'any 2003 creat per la empresa Linden Lab.

<sup>1004</sup> En el transcurs de les pàgines següents parlarem del 'jo' en el mateix sentit que ho fa l'*interaccionisme simbòlic* evitant la seva complexa definició i centrant-nos en el *jo fenomènic*, la màscara que tapa el veritable rostre, l'aparença; allò que es veu en la superfície. Pel que fa als avatars Bruce Damer en fa una excel·lent estudi en el seu llibre: DAMER, B. *Avatars!: exploring and building virtual worlds on the internet*. Berkeley: Peachpit, 1998. Vegeu també la plana web del mateix autor: <<http://www.digitalspace.com/avatars>>.

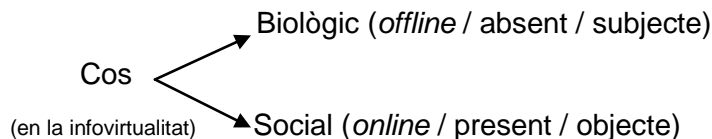
<sup>1005</sup> No serà el mateix parlar de la 'representació de l'individu' que de 'representar-se'. Una cosa és fer una *representació* en el sentit escènic i teatral (com un actor) i una altra ben diferent és *representar-se* un mateix, de delegar uns drets a una tercera persona o una institució o de substituir una part per una altra. En el cas de l'autorepresentació de l'individu hauríem de preguntar-nos també si la representació és o no 'seva', si li ve donada, proposada o és reflexiva, premeditada. Apuntem la pregunta sense resoldre-la perquè això ens desviaria de la nostra tasca principal. D'altra banda, l'avatar no es pot

nos en un altre. És, en termes de J. Echeverría, un *telecòs*: una entitat electrònica representacional, ni física, ni corporal que ens permet d'*habitar* en el Tercer Entorn<sup>1006</sup>. El *telecòs* o el *Cos tres* (en terminologia de D. Idhe)<sup>1007</sup> serà, en aquest sentit, la nostra representació; mediació i missatge; una manera d'accedir a un entorn de noves particularitats a través de la vessant simbòlica del cos.

En aquest sentit, l'avatar és el *telecòs* simbòlic desenganxat de la seva *physis*, és pura significació i representació, imatge i *eidos*, *cosa-sentit* que utilitzem per interaccionar amb l'entorn i amb els altres individus que l'*habiten*. Per aquest motiu l'exploració del *telecòs* ens condueix inevitablement no pas a la seva visió antropològica objectivista i bioligista sinó al seu flanc més simbòlic.

El *telecòs* és, per damunt de tot, pura representació. Però no una simple representació, sinó una representació d'una representació. És a dir, l'avatar se'ns apareix com una representació pleonàstica on el referent és el cos simbòlic (representació) *offline*<sup>1008</sup> deslligat de la seva carn. La imatge de l'avatar que apareix en una pantalla és el simulacre del significat del cos que està fora de la pantalla; és, així doncs, una hiperrealització de la significació de la corporeïtat que respon a una projecció feta des d'una idea de cos.

La imatge de l'avatar porta implícita, doncs, una antropologia dualista i fragmentària del cos. Per una banda, a nivell d'interacció, disposem d'un cos biològic, cognitiu i psicològic (*offline*); d'altra banda, d'un altre de virtual, social i representacional (*online*). D'aquesta manera, quan s'esdevé una interacció en l'entorn infovirtual descobrim un cos present i un cos absent; un cos que significa i un cos significat.



considerar una persona perquè no és autònoma ni existeix per ella mateixa, és inert; no té vida pròpia sinó que és un dipòsit de significació referenciat fora d'ell mateix.

<sup>1006</sup> ECHEVERRIA, J. *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino, 1999. p. 326. "Un *telecuerpo* no és un organisme, sinó la implementació teletecnològica que reciben los cuerpos humanos para poder intervenir en E3" p. 332. (El Primer Entorn és la natura, el Segon Entorn la ciutat i el Tercer entorn el telemàtic).

<sup>1007</sup> L'avatar, el *telecòs*, el cos virtual... són nomenclatures que Don Idhe condensa en el que ell ha designat amb el nom de *Cos Tres*. Resumint; el *Cos U* seria el cos encarnat, el *Cos Dos* el cos simbòlic i el '*Cos Tres*' és el que té a veure amb la tecnofantasia, el desig i la utopia: "Somos nuestro cuerpo en el sentido que la fenomenología entiende nuestro «ser en el mundo» emotivo, perceptivo y móvil. A este modo de ser a través del cuerpo, lo he llamado *Cuerpo Uno*. También somos nuestro cuerpo en tanto lo experimentamos en un sentido social y cultural. (...) No se trata de una cuestión biológica sino de construcciones culturales que se localizan y experimentan en lugares determinados del cuerpo. A este espacio e significación del cuerpo lo llamaré *Cuerpo Dos*. La conexión entre el *Cuerpo Uno* y el *Cuerpo Dos* es una tercera dimensión: la dimensión de lo tecnológico". IHDE, D. *Los cuerpos en la tecnología. Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo*. Barcelona: UOC, 2004. p. 13.

<sup>1008</sup> La imatge creativa de l'avatar pot respondre a diversos objectius: o bé prova de projectar tot allò que vol ser i es construeix amb un cànon específic de bellesa que ell valora positivament; o bé s'intenta representar tal i com és, cercant la semblança de l'avatar amb el seu propietari *offline* o bé s'opta per fer el contrari; construir un avatar extravagant i contrari als cànons comuns de bellesa, provocador, diferent o cridaner.



El biològic, com hem vist en el segon bloc de la investigació, és un cos que pensa; és el lloc i límit de la nostra existència del qual no puc agafar distància perquè estic en ell i ell en mi; em té lligat a una realitat *natural* que jo no he escollit i esdevé el subjecte de significació. En ell pateixo, envelleixo i experimento la necessitat: la gana i la son, la malaltia i tot allò que em fa concebre'm a mi mateix com a limitat, fràgil i contingent.

El cos social representat en l'avatar, d'altra banda, és l'objecte des d'on emanen les impressions, el cos com a façana personal (E. Goffman), el cos com a objecte de la mirada inquisidora de l'altre (J.P. Sartre), el cos com a representació i símbol, el cos - en definitiva- cultural que el nou narcís intenta modificar segons les directrius culturals de cada temps i societat.

A més a més, el cos social palès en l'avatar no només expressa una imatge identitària, una representació de l'individu sinó els seus desigs. La imatge i les facultats del cos infovirtual esdevenen l'ideal cap a on encaminar-se; el model al que assemblar-se, el desig de viure els valors tecnològics amb plenitud i sense limitacions:

Los cuerpos de la realidad virtual son delgados. Jamás llegan a tener el espesor de la carne. La fantasía que se nos revela diciéndonos que podemos tener simultáneamente los poderes y las capacidades de un medio tecnológico tan incorporadas a nuestros organismos que se sientan partes vivientes del mismo y sin limitaciones, es la fantasía del deseo<sup>1009</sup>.

En el cos infovirtual hi és dibuixada la cartografia del desig de l'individu contemporani<sup>1010</sup>, el qual somnia tenir un cos seductor, que no envelleixi ni senti dolor, ni emmalalteixi ni mori... il·limitat; deslligat de les necessitats i abocat a les seves inquietuds simbòliques narcisistes, que apareixi i desapareixi quan vulgui, que esdevingui transparent i prim; inaccessible a la seva profunditat.

D'aquesta manera, en la utilització al·legòrica de l'avatar s'aconsegueix acomplir plenament la noció de cos contemporani; el cos com a instrument perenne que impossibilita els riscos, les angoixes i les limitacions. No es tracta només d'una representació (J. Goody)<sup>1011</sup> 'pictòrica' del cos sinó d'una experiència i immersió real en una in-corporalitat que forma part de la vida social de l'individu.

<sup>1009</sup> **IHDE, D.** *Los cuerpos en la tecnología. Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo.* Barcelona: UOC, 2004. p. 36. En aquest sentit és també interessant la perspectiva de Le Breton pel que fa a la relació entre cos i tècnica quan afirma que: "El cuerpo en la modernidad parece un vestigio. Miembro supernumerario del hombre al que las prótesis técnicas (automóvil, televisión, escaleras rodantes, cintas rodantes, ascensores, aparatos de todo tipo...) no lograron suprimir totalmente es un resto, un irreductible, contra el que choca la modernidad". **LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad.* Buenos Aires: Nueva Visión, 1995. p. 162.

<sup>1010</sup> Merleau-Ponty dirà que el cos és el lloc de l'acció i desigs de l'ésser humà **MERLEAU-PONTY, M.** *Fenomenología de la percepción.* Barcelona: Península, 1975.

<sup>1011</sup> **GOODY, J.** *Representaciones y contradicciones. La ambivalencia hacia las imágenes, el teatro, la ficción, las reliquias y la sexualidad.* Barcelona: Paidós, 1999.

En la *ciutat hiperrealitzada*, doncs, podem experimentar en certa mesura, el cos únicament com a instrument i com a recipient del subjecte; una experimentació que correspon al context individualista que concep tant un cos esborrat sense olor ni tacte (Le Breton)<sup>1012</sup> amb una fesomia hieràtica que no permet desxifrar-hi res, com en un cos dual compost per la dicotomia objecte/subjecte.

La visió dualista tàcita en l'avatar entronca, així doncs, amb una de les percepcions modernes del cos hereves del dualisme cartesià que deslliga la intel·ligència de l'home de la seva carn (la *res cogitans* de la *res extensa*) tot esdevenint un cos fragmentat i percebut com una màquina i les seves peces<sup>1013</sup>.

### 3.3.3.2 El control de la representació

Allò que determina el tarannà de les relacions en la *ciutat hiperrealitzada* és la seva complexió *infovirtual*. Totes les relacions entre individus queden tenyides i determinades per aquest fet. Els individus en la interacció –a diferència de la teoria psicosocial de G.H. Mead<sup>1014</sup>- i en la intercomunicació ja no comparteixen un sistema de referència espacio-temporal comú sinó que esdevenen el que alguns teòrics han anomenat 'telepresències'. Un mot, sigui dit de passada, i com encertadament assenyala Philippe Quéau que és contrari al sentit comú perquè significa presència en la distància<sup>1015</sup>; presència d'una absència.

J.B. Thompson<sup>1016</sup> anomena a aquest tipus d'interaccions distants entre individus *interaccions mediàtiques* i *quasi-interaccions mediàtiques*. La *interacció mediàtica* utilitza medis tècnics per interaccionar: un paper, l'ordinador, un telèfon mòbil, etc. mentre que

<sup>1012</sup> LE BRETON, D. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995.

<sup>1013</sup> En el sentit de l'home màquina il·lustrat pel metge i filòsof francès Julien Offray La Mettrie (1709-1751) descrit a l'obra: *L'homme machine* (1747). Una altra imatge representativa de l'individu com a màquina la podem trobar al *Leviatán* de Thomas Hobbes (1588-1679): "La Naturaleza (Arte con el cual Dios ha hecho y gobierna el mundo) es imitada por el Arte del hombre en muchas cosas y, entre otras, en la producción de un animal artificial. Pues viendo que la vida no es sino movimiento de miembros, cuyo origen se encuentra en alguna parte principal de ellos ¿por qué no podríamos decir que todos los autómatas (artefactos movidos por sí mismos mediante muelles y ruedas, como un reloj) tienen una vida artificial? Pues ¿qué es el corazón sino un muelle? ¿Y qué son los nervios sino otras tantas cuerdas? ¿Y qué son las articulaciones sino otras tantas ruedas, dando movimiento al cuerpo en su conjunto tal como el artífice proyectó?" HOBBS, Th. *Leviatán*. Madrid: Editora Nacional, 1979. p. 117.

D'altra banda podríem fer referència també a l'antropològica platònica en la seva antropologia dualista. Tanmateix, contràriament a la filosofia platònica, en la representació de l'avatar no hi ha una mimesi obligada entre el seu creador i la seva creació; entre l'avatar i l'usuari real. L'avatar no té per què assemblar-se a l'individu corpori que és davant de la pantalla.

<sup>1014</sup> L'interaccionisme simbòlic de G. H. Mead es desenvolupa en la co-presencialitat cara a cara i a partir dels gests (definites per Wundt) de l'organisme i la conducta, entre estímulo-resposta en un acte social. MEAD, G. H. *Espíritu, persona y sociedad. Des del punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, 1993. p. 85-136.

<sup>1015</sup> "La expresión «telepresencia», por ejemplo, es peligrosa por ambigua. Coloca en un mismo plano problemas de distintas categorías y tiende a ocultar matices importantes entre las diversas formas de contradicciones entre presencia y ausencia, presencia y representación y presencia y distancia. «Telepresencia» es un verdadero «oxymoron», como les gusta decir a los anglosajones, al menos los que no han olvidado a los clásicos. En contra de todo sentido común, la noción intrínsecamente contradictoria de «telepresencia» tiende a dar crédito a la idea de una «presencia» a distancia, cuando en realidad la «presencia» es lo contrario de distancia y lo único que se transporta «a distancia» son representaciones. Por definición, la presencia no es una representación ni es una distancia". QUÉAU, Ph. *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós, 1995. p. 19.

<sup>1016</sup> THOMPSON, J.B. *Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

les *quasi-interaccions mediades* són la relació dels individus amb els anomenats mitjans de comunicació de masses com ara la televisió o la ràdio<sup>1017</sup>. En aquesta darrera forma predomina la comunicació unidireccional, no acostuma a haver-hi reciprocitat ni es té en compte la resposta immediata del receptor i per això és anomenada *quasi-interacció* per la seva ineptitud de correspondència immediata.

Pel que fa a la *ciutat hiperrealitzada* en ella s'hi distingeixen les dues formes de la classificació de J.B. Thompson perquè en ella s'aglutinen el que ara es troba dispers en diferents mitjans. Llibres digitals, webs, geoportals, blogs, vídeos, música, i les interaccions mediades per les TIC en xats, xarxes socials, telefonia, etc. és l'espectre que abraça àmpliament la *ciutat hiperrealitzada*.

D'un temps fins ara cadascun d'aquests elements corresponien a un aparell tecnològic diferent (vídeo, televisor, telèfon, videoconsola, ordinador, agenda electrònica, etc.) però darrerament es tendeix a una conversió de mitjans fins que pràcticament tots els formats, continguts i activitats es fonguin possiblement en un únic artefacte tecnològic.

Sigui com sigui, ambdues formes d'interacció són la disjuntiva a les interaccions cara a cara amb tot el que això suposa. En la *ciutat hiperrealitzada*, per exemple, no podem detectar les expressions inconscients de l'emissor. No hi ha gests, hi ha caricatures de gests, *emoticones* que aporten matisos a la comunicació però continuen en el pla de la precarietat perquè continuen essent gestionats per la deliberació, la raó i la intenció, com a comodins del llenguatge escrit i la convenció<sup>1018</sup>.

En aquesta direcció, ni la *kinèsica* ni la *proxèmica*, ni la mirada les expressions no verbals, ni el desvetllament del rostre tenen sentit en una ciutat feta d'absències. D'aquesta manera, cap dels elements que ens conduïen al *backstage* (E. Goffman)<sup>1019</sup> o al misteri de l'ésser es manifesten en la interacció mediàtica o mediada.

En aquest sentit, una de les particularitats que té la interacció de l'individu en la *ciutat hiperrealitzada* és el control de la seva representació. Dèiem anteriorment amb Ervin Goffman, que l'individu de la ciutat s'oculta i es fa visible; es crea una imatge i

<sup>1017</sup> No només les TIC han modificat les formes de relació i percepció de l'individu coterporani. La televisió també ha modificat la percepció el món i les coordenades de temps i espai. El telespectador pot desplaçar-se per la realitat i per la ficció, per mons imaginaris. A més a més, la televisió difon cosmovisions: maneres d'entendre el món que són rebudes pels espectadors i que sempre romanen en els debats acadèmics de quina influència real tenen en l'espectador. D'altra banda el mateix llenguatge cinematogràfic i audiovisual contenen un *tempo*, una narrativa que com a llenguatge penetra en l'espectador.

<sup>1018</sup> Rheingold des d'un punt de vista un tant entusiasta pel que fa a les potencialitats de la interacció en les xarxes socials assenyala aquests gests com un enriquiment del text sense tenir en compte a la riquesa del gest no calculat, no expressat amb la raó ni amb la premeditació tan importants en la interacció cara a cara. "Una cosa que los Avatar, a diferencia de los usuarios de la IRC, pueden hacer en una charla de tiempo real es usar, gestos, como asentir con la cabeza y movimientos de los ojos para indicar respuestas no vocalizadas, mientras otros están hablando. En la conversación normal, estas emisiones y gestos fanáticos son una parte importante aunque invisible de la navegación de un tópico a otro o para la comprensión de matices no vocalizados". RHEINGOLD, H. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. p. 244

<sup>1019</sup> GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997.

interactua. Doncs bé, el desig de romandre ocult o visible queda satisfet en l'entorn *infovirtual* d'una manera quasi pletòrica.

L'esperit de l'home invisible i del transeünt de la *ciutat realitzada* arriba al seu apogeu a la ciutat infovirtual on la invisibilitat està assegurada per la disfressa, per la impossibilitat de saber res de l'individu encarnat que manega una representació darrera d'un ordinador a quilòmetres de distància. L'individu es pot relacionar amb l'altre sense risc, amagant-se i mostrant-se a voluntat seva. Pot construir un personatge ple de falsedats o, si ho vol, mostrar allò més secret i més íntim des del resguard de l'anonimat.

Perquè, a diferència de la interacció cara a cara on el rostre podia desvetllar inconscientment informacions addicionals a la voluntat de l'individu representat i d'una mirada i un rostre reveladors d'un misteri, en la infovirtualitat la disfressa és hermètica, es pot controlar la *visibilitat*<sup>1020</sup>. En aquest sentit, relacionar-se dins la *ciutat hiperrealitzada* no té risc.

Heus aquí una de les peculiaritats de la *ciutat hiperrealitzada*; una ciutat de difícil accés a un Tu (Martin Buber)<sup>1021</sup> que accentua la sensació de seguretat de no ser descobert: una ciutat sense *risc*, en el sentit que Miquel Tresserras empra per parlar de la dicotomia entre l'*espai de risc* i l'*espai mediàtic*:

Vivim entre dos grans espais que ens toquen i que sovint superposen i semblen confondre's: l'espai mediàtic, on ens relacionem amb persones i fets representats, i l'espai de risc, que és l'espai de la interacció amb la naturalesa, amb els béns de la cultura i, sobretot, amb les altres persones<sup>1022</sup>.

L'*espai mediàtic* de la *ciutat hiperrealitzada* conté una naturalesa extraterritorial, està fet de representacions, confús pel que fa a la realitat i a l'aparença. Per contra, l'*espai de risc* és el lloc de la interacció cara a cara entre individus, de la implicació, la responsabilitat i el compromís.

Tanmateix, l'espai de risc a la *ciutat hiperrealitzada* pren un altre volada. Si bé la possibilitat de tenir un lapsus o de perdre el control de la imatge que emetem és minsa, tenim la possibilitat de confessar els secrets més íntims a un altre individu gràcies a l'hiperanonimat i a la possibilitat d'evocar en la nostra representació els nostres desigs, pensaments, experiències i coneixements (elements que formen part, d'altra banda, del

<sup>1020</sup> Thompson, fent un repàs al concepte de visibilitat -en política- des del segle XVI fins al segle XX, concep la visibilitat mediàtica eventualment perillosa i fràgil pel que fa al seu control. La incapacitat per dominar completament la visibilitat pot comportar diverses incidències com ara filtracions, escàndols, indiscrecions o malentesos. **THOMPSON, J.B.** *Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>1021</sup> **BUBER, M.** (1922) *Jo i tu*. Barcelona: Claret, 1994.

<sup>1022</sup> **TRESSERRAS, M.** *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Trípodos, 2005.

que som profundament) però tot això d'una manera distant, sense risc de ser trobats, amagats darrera una pantalla.

Les relacions a la *ciutat hiperrealitzada* permeten, així doncs, el desvetllament parcial i ambigu de l'individu. Per una banda, sense cap accés al rostre, la *ciutat hiperrealitzada* se'ns presenta com un entorn on plana sempre la desconfiança i la falsedat, incapaç de conduir-nos al misteri de l'individu, a la seva presència immediata. I, malgrat tot, en ella es possibilita, d'altra banda, l'obertura de l'individu que, refugiat en l'anonimat, és capaç de dir aquell secret mai confessat i d'exposar la seva intimitat a la mirada de tothom sense sentir-se despullat. Si en la *ciutat realitzada* descobríem el misteri de l'individu, a la *ciutat hiperrealitzada* descobrim els seus secrets. Privat i públic es confonen coincidint amb la delimitació tèrbola entre l'espai de risc amb l'espai mediàtic.

La *ciutat hiperrealitzada* esdevé així un amplificador del que es dona a la *ciutat realitzada*; una ciutat que, com diu Zygmunt Bauman (reprentent el discurs de Richard Sennett) destaca per haver esborrat els límits que abans separaven allò públic d'allò privat i per «haver convertit en virtuts i obligacions públiques el fet d'exposar obertament allò privat, i per haver eliminat de la comunicació pública tot allò que es negui a ser reduït a una confiança privada»<sup>1023</sup>.

### 3.3.3.3 De la intimitat a l'extimitat

Fruit del procés d'individuació i del narcisisme l'esfera pública i la privada han sofert diversos canvis. El caràcter individualista i la seva deriva narcisista en juxtaposició amb un entorn sense risc possibiliten l'expansió del 'jo' i de la interioritat sense perills. Espai públic i espai privat queden força ben delimitats encara en la *urbs*<sup>1024</sup>. Però la *ciutat hiperrealitzada* permet tenir sempre oberta la finestra de la nostra intimitat, la qual ja no té res a veure amb les delimitacions espacials arquitectòniques, legals o polítiques.

Richard Sennett dirà que la separació entre la vida pública i la vida privada s'ha tornat borrosa: els individus resolen en termes de sentiments personals aquelles qüestions públiques que haurien de ser tractades a partir de la fredor dels codis impersonals<sup>1025</sup> i, podríem afegir, que els individus resolen en termes racionals i burocràtics qüestions privades que s'haurien de tractar des del sentiment.

Sennett assenyala el declivi de l'home públic a partir de la desvaloració de la ciutat barroca i moderna concebuda com un gran teatre; una ciutat que estava feta de

<sup>1023</sup> BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007. p. 14.

<sup>1024</sup> JACOBS, J. (1961) *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Península, 1973. p. 63.

<sup>1025</sup> SENNETT, R. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978. p. 14.

convencions i de rituals de representació. Però, en la ciutat contemporània, els rituals de presentació que desenvolupava Goffman es perceben, segons Sennett, com a formals i freds o, en el pitjor dels casos, com a falsos<sup>1026</sup>. L'individu contemporani menysprea la màscara ritual devaluant així les pràctiques de representació públiques que havien reeixit en la modernitat<sup>1027</sup>.

Individualisme i narcisisme esdevenen la pedra angular d'una degradació de l'esfera pública i d'una exaltació de l'esfera privada. L'individu narcisista, centrat en ell mateix, en la seva felicitat individual, concep l'exterior d'allò públic com un mitjà per aconseguir la seva realització personal i no pas com una finalitat social. Aquest autocentrament i autoabsorció conflueixen en la sobrevaloració d'allò privat sobre allò públic, en la prevalença dels interessos individuals per sobre dels públics característica de la cosmovisió mecanicista del món. L'individu troba refugi en la privacitat, en el grup de semblants on s'emmiralla i es despreocupa dels assumptes col·lectius que no l'atenyen directament assumint la figura del «nen mimat» que descrivia Ortega y Gasset a *La rebel·lió de les masses*<sup>1028</sup>.

En aquest context, les TIC i els mitjans han contribuït a esborrar encara més la línia divisòria entre allò públic i allò privat. Per una banda, la premsa/televisió del cor i els *reality show* han posat a la palestra de l'espectacle la interioritat d'un grup d'individus escollits per acomplir el *show* del jo i exhibir la seva vida en directe sense pudor. Amb els mitjans un grup de *personatges* eren titllats de 'públics'; és a dir, la privacitat dels quals era una qüestió d'interès col·lectiu.

Tanmateix, les TIC han escampat a tots els individus la possibilitat d'exposar la seva interioritat com en el cas dels *reality shows*. Els *xats*, les xarxes socials (Tuenti, MySpace, Facebook o Twitter), els *blogs*, *fotologs* i *videologs*, les produccions audiovisuals (*Youtube*, *MetaCage*, *BlipTv*, *SplashCast*, *Vimeo*, etc.) han anat creixent exponencialment<sup>1029</sup> i s'han prestat a ser els nous suports de la intimitat de l'individu. Els *blogs* (amb les seves varietats) i les xarxes socials han esdevingut els nous diaris personals i la personalització de informació (els «*Daily me*»)<sup>1030</sup> on els individus exhibeixen en públic les imatges, els pensaments, les narracions de la vida quotidiana, els sentiments i les informacions responent a un context social on l'individu està

<sup>1026</sup> SENNETT, R. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978. p. 11.

<sup>1027</sup> SIBILA, P. *La Intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008. p. 72.

<sup>1028</sup> "Esto nos lleva a apuntar en el diagrama psicológico del hombre-masa actual dos primeros rasgos: la libre expansión de sus deseos vitales -por lo tanto, de su persona y la radical ingratitud hacia cuanto ha hecho posible la facilidad de su existencia. Uno y otro rasgo componen la conocida psicología del niño mimado. Y en efecto, no erraría quien utilice ésta como una cuadrícula para mirar a su través el alma de las masas actuales". ORTEGA Y GASSET, J. *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002. p. 98.

<sup>1029</sup> SIBILA, P. *La Intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008. p. 17.

<sup>1030</sup> NEGROPONTE, N. *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B, 1995. p. 185. També a SUSTEIN, C.R. *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós, 2003.

compromès com mai havia estat abans amb la seva historia vital i emocional<sup>1031</sup>.

I no només això, les noves tecnologies han possibilitat que l'individu sigui sotmès voluntàriament a la mirada panòptica. Podem resseguir la localització exacte de l'individu, el seu recorregut *on-time* amb un geolocalitzador (un *check-in*) seguir la seva narració del que menja o fa a cada minut del dia en una versió *light* del que va ser el producte televisiu del *Big Brother* o d'una recreació de la seva vida a l'estil del videojoc de *Els Sims*. La vida de l'individu, d'aquesta manera, passa a ser un programa en directe, un *show*, un espectacle públic que tothom pot resseguir.

Des de la protecció que proporciona la distància i deslliurat del neguit sartrerià d'una mirada inquisidora, l'individu anhela l'esguard de l'altre. I tanmateix ningú té interès en mirar l'altre sinó en ser mirat i en 'expressar per expressar'. Gilles Lipovetsky, assenyala des de la «lògica del buit», aquest predomini de l'acte de comunicació per ell mateix; és a dir, de la importància de l'acte comunicatiu per sobre d'allò comunicat<sup>1032</sup>. L'important és comunicar. L'individu de la *ciutat hiperrealitzada* té més interès per ser 'seguit' (a través del *Twitter*, *Facebook*, *Tuenti*, *MySpace*, etc...), per exposar i per compartir idees, pensaments, fotografies i per comunicar i expressar que no pas expectació per resseguir, vigilar i espiar la vida dels altres o interès per allò comunicat.

L'exposició voluntària de la intimitat d'un individu a la mirada de l'ull públic converteix *ipso facto* la intimitat en espectacle; la intimitat en «extimitat»: un terme que empren sociòlegs i psicòlegs per designar la necessitat de l'individu per exposar a l'exterior de l'audiència el seu món interior. En aquesta línia l'antropòloga argentina Paula Sibila<sup>1033</sup> estudia, entre d'altres, les formes de construcció de la subjectivitat a partir dels *blogs* entesos com a diaris i cartes íntimes o els *fotologs* com a àlbums familiars en relació a les formes literàries anteriors que expressaven la interioritat de l'individu.

La infovirtualitat permet pensar en una interioritat sense subjecte; segueix havent un 'Jo' però aquest no és el subjecte sinó representació. La *extimitat* esdevé, doncs, un terme que significa l'expressió *espectacular* de la vida interior de l'individu i alhora la possibilitat de narrar-se un mateix, de representar-se davant de l'altre des de l'autorrelat i de relacionar-s'hi des d'una «intimitat a distància»<sup>1034</sup> que no implica cap tipus de reciprocitat característica de les relacions cara a cara i ofereix l'oportunitat d'explorar les relacions interpersonals sense entrar en una xarxa de compromisos recíprocs.

<sup>1031</sup> SENNETT, R. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978. p. 13.

<sup>1032</sup> LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994. p. 14-15.

<sup>1033</sup> SIBILA, P. *La Intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

<sup>1034</sup> THOMPSON, J.B. *Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

### 3.3.3.4 La construcció de l'heterònim i l'hiperanonimat

Pues los hombres de la Ciudad informacional observan, esto es, decodifican, leen e interpretan mensajes sin ser a su vez vistos. Su cuerpo queda como prisionero en el extremo de un terminal, dentro de una habitación cualquiera, mientras que intenciones, deseos, frustraciones y aun cambios de sexo, de nombre y de personalidad son enviados a entrechocar -por caso, en un *chat-room*- con otros cibernautas, o quizá ya con su *avatar*, en cuanto habitantes de cuerpos ficticios. Como Yavé hablando al réprobo Caín, también ellos dejan oír su voz o leer su palabra, lanzan al espacio una imagen técnicamente, maquinalmente manipulada. Y se niegan a ser vistos... en carne y sangre. ¿Acaso ha llegado, sin ruido y como de puntillas, la Edad del Espíritu? ¿Es ya Mépolis la versión laica, secularizada de la Nueva Jerusalén?<sup>1035</sup>

La *ciutat realitzada* que il·lustraven anteriorment era un lloc ple de jocs d'identitat, de representacions teatrals, però la *ciutat hiperrealitzada* permet satisfer el desig de l'*alter ego*<sup>1036</sup> del «jo sóc un altre» de maneres múltiples i simultànies: 'hiper'. Un anheli anterior a l'arribada de les noves tecnologies latent d'antuvi però que es manifesta de forma especial en l'entorn infovirtual<sup>1037</sup>.

Les característiques de la infovirtualitat permeten a l'individu mostrar facetes de la seva personalitat que queden reprimides en d'altres contextos d'una manera fàcil, a la vegada que possibiliten l'experimentació de diferents *rols*, personalitats i gèneres<sup>1038</sup> de forma deliberada, construir-se personatges i biografies fictícies, jugar amb diferents punts de vista, exposar –com hem vist- intimitats o fundar un món interior fantàstic<sup>1039</sup>. I tota aquesta activitat no és innòcua en la vida de l'individu<sup>1040</sup>.

<sup>1035</sup> **DUQUE, F.** *Mépolis o la novíssima Trinidad ontotecnològica*. [En línia] [http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08\\_08.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/cultura/caac/descargas/transf08_08.pdf) [Consulta: 24 novembre 2009]

<sup>1036</sup> "Una de las cosas que nosotros «niños de McLuhan» alrededor del mundo, que crecimos con la televisión y el discado directo, (...) es pretender ser alguien más, o incluso pretender ser varias personas diferentes al mismo tiempo". **RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. p. 193. En el mateix sentit dirà Sherry Turkle que: "Internet se ha convertido en un significativo laboratorio social para la experimentación con las construcciones y reconstrucciones del yo que caracterizan la vida posmoderna. En su realidad virtual, nos aut creamos". **TURKLE, SH.** *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997. p. 228-229

<sup>1037</sup> **HINE, Ch.** *Etnografía virtual*. Editorial UOC. Barcelona, 2000. p. 149.

<sup>1038</sup> Pel que fa al joc d'identitat i gènere vegeu **DANET, B.** "El texto como máscara: género, juego y performance en Internet". A: **JONES, S.G.** *Cibersociedad 2.0. Una nueva vista a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador*. Barcelona: UOC, 2003. p. 143-166. "Es remarcable el hecho de que mucha gente que nunca antes estuvo interesada en travestirse como miembro del género opuesto esté experimentando con la identidad de género en encuentros teclados en Internet". p.143-144. Per a un possible aprofundiment cal tenir en compte també una obra de referència com és **TURKLE, SH.** *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997. que tracta sobre la identitat dels jugadors dels MUD (els jocs de rol suportats en un servidor). Pel que fa al gènere i sexualitat llegiu p. 265-292 d'aquesta mateixa autora.

<sup>1039</sup> **HINE, C.** *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC, 2000. Vegeu també **REID, E.** "Virtual worlds: culture and imagination" A: **JONES, S.G.** *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. Londres: Sage, 1995. p. 164-183.

<sup>1040</sup> L'activitat de construcció d'identitats no és inofensiu; Sherry Turkle en el seu llibre *La vida en la pantalla* explica que les experiències en l'entorn infovirtual són capaces de facilitar l'autoconeixement o el creixement personal però també d'atrapar-nos en mons autocontingents perduts i descol·locats sense saber qui som. El joc aparentment innocu del



L'aproximació a la qüestió identitària a la ciutat infovirtual és un tema molt bast que passa per l'anàlisi profund tant de la imatge que donem a l'altre com del contingut del que diem així com també dels implícits i explícits culturals i, sobretot, de la correlació entre identitat *online* i identitat *offline*, de la connexió/desconnexió entre la societat-cultura *online* i *offline*. Aprofundir en aquests punts ens portaria a traïr el caràcter panoramitzador d'aquest punt i a elaborar una altra (o d'altres) investigació.

No obstant això, més que analitzar la gestió de les identitats en la *ciutat hiperrealitzada* és oportú assenyalar tres idees importants pel que fa a aquest punt. En primer lloc (a) el paper de l'elaboració d'un discurs identitàri feble a to amb el context contemporani. En segon lloc (b) la veracitat-engany de l'entorn infovirtual com a teló de fons de les relacions entre individus en la *ciutat hiperrealitzada* i, en tercer lloc (c) la sensació d'anonimat total -hiperanonimat- en la ciutat infovirtual.

Pel que fa a la creació del discurs (a), el tasteig d'identitats en la *ciutat hiperrealitzada* és una expressió més d'un temps contemporani construït sobre la base de relats febles i relatius, sobre la crisi de sentit i de metarrelats.

Alguns autors com ara la psicòloga i sociòloga Sherry Turkle<sup>1041</sup> han descobert en el joc d'identitats a Internet la manifestació d'un canvi cultural vinculat a la fragmentació del 'jo' i al descentrament del subjecte (M. Poster)<sup>1042</sup>. La infovirtualitat permet fraccionar la identitat com un significat separat de l'individu. D'aquesta manera, la identitat és merament una significació distanciada del 'ser'.

Aquesta concepció, a més de respondre a un joc de simulació respon també a un context de predominances líquides. La solidesa dels discursos sobre gènere, per exemple, ara són fluids<sup>1043</sup> com ho són totes les altres veritats 'absolutes' i hermètiques pròpies de contextos anteriors. Allò rígid i dur ja no és un atribut del nostre temps contemporani sinó que ho és fonamentalment la fluïdesa, l'adaptabilitat i la permeabilitat. Els discursos rígids i forts són titllats de fanàtics o conservadors, relatius a d'altres temps. En aquest escenari la identitat també esdevé un discurs preminentment fluid, canviant i lax que s'aguditzava en la *ciutat hiperrealitzada*.

En aquest sentit, la identitat a la *ciutat hiperrealitzada* arranca del discurs subjacent al traslluïment de l'individu que es va tornant transparent i lleuger, desarrelat i *desencantat* del món, cosmopolita: d'arreu i d'enlloc, genèric, com l'habitant de la xarxa.

---

trasmudisme del 'jo' afecta la vida de l'individu en tant que participa també de la seva experiència vital. D'aquesta manera, el joc d'identitats no és tan sols un entreteniment sinó que conté un grau d'implicació personal i, a més a més, és simptomàtic d'una estructura profunda de pensament, d'autoimatge i de relació amb els altres i amb un mateix, de prejudicis i clixés. **TURKLE, Sh.** *La vida en la pantalla. La construcció de la identitat en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997. p. 235.

<sup>1041</sup> **TURKLE, Sh.** *La vida en la pantalla. La construcció de la identitat en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997.

<sup>1042</sup> **POSTER, M.** *The mode of information*. Cambridge: Polity, 1990. Citat a **HINE, Ch.** *Etnografia virtual*. Editorial UOC. Barcelona, 2000. p. 148.

<sup>1043</sup> **TURKLE, Sh.** *La vida en la pantalla. La construcció de la identitat en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997. p. 322.

Un segon element de la identitat especialment rellevant en la *ciutat hiperrealitzada* (b) és la sinceritat i l'engany. Dèiem anteriorment, en el capítol dedicat a la representació de l'individu a la *ciutat realitzada* (bloc 2), que fonamentem les representacions i les interrelacions humanes sobre la sinceritat o la coherència de la representació. L'autenticitat i la sinceritat són considerades uns valors positius.

La possibilitat de jugar amb les identitats des de l'hiperanonimat en la *ciutat hiperrealitzada* fa planar sempre el dubte de veracitat i d'autenticitat sobre les relacions entre individus desconeguts fins al punt que allò únicament cert és que hi ha algú a l'altra banda que s'està comunicant amb nosaltres. Res no garanteix, dirà Christine Hine, que una identitat en el ciberespai reflecteixi el que la persona és en la seva vida *offline* ni que ens estigui dient la veritat<sup>1044</sup>. Tanmateix, que existeixi una major facilitat per enganyar no implica necessàriament, com diran alguns autors, l'imperatiu que l'individu enganyi o sigui enganyat sistemàticament en l'entorn virtual.

H. Rheingold, per exemple, assenyala que independentment de la potencialitat de la xarxa per adoptar diferents *rols*, les identitats en les comunitats virtuals són força estables i consistents<sup>1045</sup>. Potser, com diu ell, l'engany també es pot produir en el cara a cara o en la via telefònica<sup>1046</sup> però cal recuperar Goffman i les particularitats del cara a cara per asseverar que la disfressa o el control de la representació de l'individu en l'entorn infovirtual és força impermeable i inaccessible al *backstage* de l'individu i, per tant, que queda amagada una part essencialment important de l'individu.

Per últim, i lligat als dos aspectes anteriors, (c) les interaccions a la *ciutat hiperrealitzada* es poden efectuar des de la sensació d'hiperanonimat; és a dir, de la sensació que no puc ser descobert. És una percepció fonamentada per les característiques de l'entorn infovirtual i per la manca d'un organisme de control de la xarxa. En la *ciutat hiperrealitzada* ens sentim protegits com ens sentim protegits enmig d'una massa uniforme on no destaquem. La seva naturalesa amorfa, descentralitzada i extraterritorial fa molt difícil el control del que hi passa dins; dels nostres actes simultanis a milers d'altres.

<sup>1044</sup> **HINE, C.** *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC, 2000. p.148. i també **TURKLE, Sh.** *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997. p. 237-264. "Por su parte Correl (1995) encontró altos niveles de correspondencia entre las identidades offline y online de sus informantes. Winn y Kat (1997) afirman que el anonimato, más que estar garantizado por la tecnología, es una ilusión fundamentalmente sostenida en la práctica de los participantes. Rastrear afirmaciones y referencias hechas en Internet, en el mundo «real», no es del todo imposible". **HINE, Ch.** *Etnografía virtual*. Editorial UOC. Barcelona, 2000. p. 149.

<sup>1045</sup> "Una identidad artificial pero estable significa que nunca se puede estar seguro acerca de la persona de carne y hueso detrás de su sobrenombre en la IRC (Internet Relay Chat) , pero se puede estar razonablemente seguro de que la persona con la que se comunica hoy bajo un sobrenombre específico es la misma que usó el sobrenombre ayer". **RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. p. 227.

<sup>1046</sup> "Uno puede ser engañado acerca de las personas en el espacio cibernético, detrás del manto de palabras. Pero eso se puede decir también de las comunicaciones telefónicas o cara a cara. Las comunicaciones a través del ordenador brindan nuevas formas de engañar a la gente, y los engaños de identidad más obvios desaparecerán sólo cuando una cantidad suficiente de personas aprenda a utilizar el medio críticamente". **RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. p. 47.

Les dades, informacions i interaccions són tantes i tant fluïdes que impossibiliten cap tipus de vigilància global. No obstant això, parlem de sensació i de percepció d'anonimat perquè la *ciutat hiperrealitzada* és una font d'informació privada dels àmbits corporatius. Reg Whitaker<sup>1047</sup> assenyala que la ciutat xarxa, lluny de ser un espai descontrolat és un espai més de vigilància. El control total és un nou règim de vigilància social més ampli que el dels estats totalitaris recents i en un sentit semblant Gilles Lipovestky i Jean Serroy assenyalen el règim de la pantalla global com un estat de videovigilància<sup>1048</sup>.

De fet, totes les accions i interaccions de l'individu a la xarxa, els missatges, les web consultades, consums i costums de l'usuari, el lloc o aparell des d'on ens connectem (IP)<sup>1049</sup>, continguts descarregats, etc. queden registrades. I no només això, sovint l'individu facilita les seves dades de forma impulsiva sense llegir les polítiques de privacitat i sense ser conscient que aquestes dades puguin ser utilitzades per una tercera persona o puguin ser objecte de mercadeig<sup>1050</sup>.

A més, alguns estudis assenyalen que és possible recopilar molta informació de l'individu que interactua a internet, no només gràcies a les connexions que executa sinó també a través de l'anàlisi del contingut que crea conscientment i inconscientment, del nom, el mail, la signatura, la redacció, etc<sup>1051</sup>.

<sup>1047</sup> WHITAKER, R. *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*. Barcelona: Paidós, 1999.

<sup>1048</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009. p. 280-285.

<sup>1049</sup> IP són les sigles del Protocol d'Internet que identifica el nostre ordinador i és l'encarregada de portar les dades a través d'Internet fins a la seva destinació. Llegim a la política de privacitat de la xarxa social Facebook: "Realizamos un seguimiento de las acciones que llevas a cabo en Facebook, como añadir conexiones (incluido unirte a un grupo o añadir un amigo), crear un álbum de fotos, enviar un regalo, dar un toque a otro usuario, indicar que "te gusta" una publicación, asistir a un evento o conectarte a una aplicación. En algunos casos, también estás llevando a cabo una acción cuando nos proporcionas información o contenido. Por ejemplo, si compartes un vídeo, además de almacenar el contenido real que has actualizado, podemos registrar el hecho de que lo hayas compartido. Acceso a la información del dispositivo y del navegador. Cuando accedes a Facebook desde un ordenador, teléfono móvil u otro dispositivo, podemos obtener información de dicho dispositivo sobre tu tipo de navegador, ubicación y dirección IP, así como las páginas que visitas. (...) Debes entender que la información puede ser compartida a su vez o copiada por otros usuarios". *Política de Privacitat de Facebook*. [En línia]. 2010. <[http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=10150163927665301](http://www.facebook.com/note.php?note_id=10150163927665301)>. [Consulta: 23 juliol de 2011].

Segons un estudi d'ONTSI del 2011, el 49,8% dels internautes espanyols mostren i intercanvien fotografies a través de les xarxes socials. *Estudio sobre el conocimiento y el uso de las redes sociales en España*. Diciembre de 2012. Madrid: Observatorio Nacional de las telecomunicaciones y de la SI (ONTSI), 2012. <<http://www.ontsi.red.es>>.

<sup>1050</sup> En aquest sentit la *Política de Privacitat* de la xarxa social Facebook diu: "Podemos establecer programas con socios publicitarios y otros sitios web en los que éstos comparten información con nosotros. (...) Para proporcionarte experiencias sociales útiles fuera de Facebook, en ocasiones necesitamos proporcionar Información general sobre ti a sitios web y aplicaciones de terceros aprobados previamente que utilicen la plataforma cuando los visites. (...) Compartimos tu información con terceros cuando creemos que dicha acción está permitida por ti, que es razonablemente necesaria para ofrecer nuestros servicios o cuando se nos exige legalmente que lo hagamos. (...) Podemos prestar servicios de forma conjunta con otras empresas, como se el caso del servicio de clasificados del Marketplace de Facebook". *Política de Privacitat de Facebook*. [En línia]. 2010.

<[http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=10150163927665301](http://www.facebook.com/note.php?note_id=10150163927665301)>. [Consulta: 23 juliol de 2011]

<sup>1051</sup> DONATH, J.S. "Identidad y engaño en la comunidad virtual". A: SMITH, M.A. [et al.] *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: UOC, 2003. p. 59-88.

### 3.3.3.5 Comunitat virtual: individualisme connectat

La *ciutat hiperrealitzada* acull, com dèiem, l'àmbit relacional i comunicacional de l'individu. Howard Rheingold, als anys noranta als seu llibre *Virtual Communities* emprà la noció de comunitat per parlar de la WELL (una comunitat virtual que es forma a mitjans dels vuitanta als Estats Units)<sup>1052</sup>. Amb l'ús de la paraula comunitat deslligada del territori, de la família i de la sang (a l'estil de la *Gemeinschaft* de Tönnies) es configura una nova noció de comunitat més centrada en la interacció i el sentiment de pertinença que no pas en els aspectes culturals i territorials.

D'aquesta manera, Barry Wellman aprima la definició de 'comunitat' deixant de banda la territorialitat per fer-la aplicable a la xarxa: «Les comunitats són xarxes de llaços interpersonals que proporcionen sociabilitat, recolzament, informació, un sentiment de pertinença i una identitat social»<sup>1053</sup>.

Aquesta definició deixa enrere la noció de comunitat basada en un espai físic i temporal comú per donar pas a una comunitat extraterritorial basada en el subjecte, que no té fronteres geogràfiques ni culturals i que es percep com a il·limitada<sup>1054</sup>. L'abolició de la distància i de la presència física social fan canviar el sentit tradicional de 'comunitat' o 'grup' definides per Durkheim, Weber o Mead en la sociologia clàssica.

Aquest canvi en la definició, coincideix amb la relació conflictiva entre comunitat i llibertat manifesta en les teories sobre la ciutat que veuen el procés d'urbanització com la desaparició de les formes de vida comunitàries i el debilitament de la sociabilitat basada en el territori en tensió amb les teories que identifiquen la ciutat amb l'alliberament de les formes tradicionals de control social<sup>1055</sup>.

Llibertat i comunitat esdevenen, d'aquesta manera, els epicentres a través dels quals giren les argumentacions positives o negatives de les relacions dels individus a la *ciutat hiperrealitzada*. Per una banda, tots els aspectes positius vinculats amb la llibertat d'una comunicació horitzontal, de reforç de les relacions evitant l'escull de la distància, de multiplicar els llaços segons els interessos, de participar en un espai desmarcat del control social.

<sup>1052</sup> RHEINGOLD, H. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996.

<sup>1053</sup> Citat a CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Plaza & Janés, 2001. p. 148. Original a WELLMAN, B. "Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism". *International Journal of Urban and Regional research*. Núm. 1, 2001.

<sup>1054</sup> WELLMAN, B.; GIULIA, M. "Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone". A: SMITH, M.; KOLLOCK, P. (ed) *Communities in Cyberspace*. Londres: Routledge.1999. p. 167-194.

<sup>1055</sup> CASTELLS, M. *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Plaza & Janés, 2001. p. 146-147.

Però també del debilitament de l'espai social urbà; del buidament de la *urbs* i l'adveniment dels «no llocs», del trasllat de les relacions humanes a un entorn de precarietat comunicativa. Es multipliquen els llaços però molt pocs són íntims<sup>1056</sup>. La comunitat virtual és una ciutat petita, dirà Rheingold, oberta a la immensitat de la «ciutat global»<sup>1057</sup> on es desenvolupen els quefers de la vida quotidiana; on es virtualitza la vida dels individus<sup>1058</sup>.

Sigui com sigui, la comunitat virtual s'ha de copsar en relació al context contemporani com una realització d'uns atributs recents vinculats al que Manuel Castells anomena un «individualisme en xarxa»<sup>1059</sup> i a la fragmentació social. No és que Internet creï un model d'individualisme en xarxa sinó que les TIC proporcionen el suport material per a la seva difusió com a forma de sociabilitat<sup>1060</sup>.

L'individu teixeix el seu vincle amb la xarxa a partir dels seus interessos, afinitats i valors amb individus semblants. Tothom té un lloc a la *ciutat hiperrealitzada* i en el cas de no trobar-lo pot crear la seva pròpia xarxa<sup>1061</sup>. La *ciutat hiperrealitzada*, en aquest sentit, acull la diversitat sense conflicte ni contradicció en una nova espècie de gregarisme; sense preguntar ni fer preguntes, sense compromís de permanència ni vincles durables només la perdurabilitat de la connexió.

Aquest individualisme connectat de la ciutat xarxa és la metàfora d'una fragmentació social palesa en les societats contemporànies així com també de la seva deriva narcisista. La *ciutat hiperrealitzada* és còmode; ens permet d'emmirallar-nos amb individus similars sense trobar-nos amb contradiccions desagradables. Sense confrontacions argumentals la *ciutat hiperrealitzada* esdevé un marc d'autorreferència que ens reafirma en lloc de sacsejar-nos malgrat el seu potencial d'accedir a la dissemblança de l'alteritat.

Mentre que l'espai públic de la *ciutat realitzada* ens obliga, com a mínim, a copsar amb la mirada la diferència de l'altre, la *ciutat hiperrealitzada* ens replega en nosaltres

<sup>1056</sup> **CASTELLS, M.** *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.* Madrid: Plaza & Janés, 2001. p. 148.

<sup>1057</sup> "La WELL es una ciudad pequeña, pero ahora hay en esa ciudad una puerta que se abre a la confusión ruidosa y floreciente de la Red, una entidad con propiedades completamente diferentes a las aldeas virtuales de hace unos años. Ahora tengo amigos en todo el mundo, a quienes nunca habría conocido sin la intermediación de la Red". **RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras.* Barcelona: Gedisa, 1996. p. 26.

<sup>1058</sup> "La gente que integra las comunidades virtuales utiliza las palabras que aparecen en la pantalla para intercambiar gentilezas y para discutir, para enfrascarse en un discurso intelectual, realizar transacciones comerciales, intercambiar información, brindar apoyo emocional, hacer planes, tener ideas geniales, chismorrear, pelear sin tregua, enamorarse, encontrar amigos y perderlos, jugar, coquetear, crear un poco de arte elevado y muchas charlas huecas. La gente de las comunidades virtuales hace prácticamente todo lo que hace la gente en la vida real, pero dejan atrás nuestros cuerpos". **RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras.* Barcelona: Gedisa, 1996. p. 17-18.

<sup>1059</sup> Concepte que emprà Manuel Castells per fer referència a un nou model social que ja no es basa en les relacions primàries sinó en comunitats constituïdes al voltant d'uns interessos comuns. **CASTELLS, M.** *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.* Barcelona: Plaza & Janés, 2001. p. 153.

<sup>1060</sup> **CASTELLS, M.** *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.* Madrid: Plaza & Janés, 2001. p. 152.

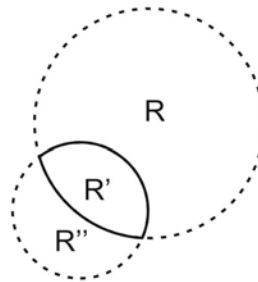
<sup>1061</sup> Aquesta dinàmica és a que Castells anomena 'interconnexió dirigida'. **CASTELLS, M.** *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.* Madrid: Plaza & Janés, 2001.

mateixos. Anem a l'encontre de l'altre per veure'ns a nosaltres mateixos i no per descobrir-lo. La fragmentació basada en aquest individualisme connectat serà el fonament de la fesomia fragmentària de la ciutat xarxa i la raó de ser del consum en la infovirtualitat.

### 3.3.3.6 La relació entre individus absents i manifestacions-de-sentit

La in-corporació de l'individu en els mons infovirtuals es dona sempre en l'àmbit de la representació i del significat. És el cos simbòlic i no pas el biològic el que es trasmuda a la xarxa com a significació; com a *cosa-sentit*. És a dir, que ontològicament, desplaçem a la xarxa la *cosa-sentit* de l'individu creant un personatge o una autoimatge sense poder traslladar la *cosa-real* que «som»; sense poder transportar el subjecte a l'entorn infovirtual<sup>1062</sup>.

Recuperem ara l'esquema fonamental de la *ciutat hiperrealitzada* com a hiperrealitat que hem exposat anteriorment en el qual R seria l'individu, l'ésser-misteri. R' la representació de l'individu i R'' seria el que hem anomenat la 'manifestació-de-sentit'; la *representació* de l'individu a l'espai infovirtual.



En la *ciutat realitzada*, les relacions cara a cara entre individus es donaven en l'espectre de la representació a partir de rols, rituals i imatges (R') que podien conduir al *backstage* de l'individu (E. Goffman)<sup>1063</sup> i, fins i tot, a copsar la incommensurabilitat i el misteri de l'individu (R). Les relacions a la *ciutat realitzada*, encara que plenes d'ocultacions, permetien l'encontre amb l'alteritat.

Martin Buber<sup>1064</sup> defensava que les relacions genuïnes es mantenien en la immediatesa i en l'absència d'intermediaris mentre que Emmanuel Lévinas<sup>1065</sup> exigia també l'encontre presencial amb l'altre en l'epifania del rostre. Encara més a fons, Lévinas deia que l'altre se'ns apareix en el cara a cara però que la realitat de l'ésser

<sup>1062</sup> SÀNCHEZ, J. "La relació entre individus absents en l'entorn virtual" A: *La metamorfosi de l'espai mediàtic*. (V Congrés de Comunicació i Realitat) Barcelona: Trípodos, 2009. p. 279-286.

<sup>1063</sup> GOFFMAN, E. *La presentació de la persona en la vida quotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997.

<sup>1064</sup> BUBER, M. (1922) *Jo i tu*. Barcelona: Claret, 1994.

<sup>1065</sup> LÉVINAS, E. *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Sígueme: Salamanca, 1977.

encara està infinitament lluny de la seva aparició<sup>1066</sup>. És a dir, que el rostre de l'individu fa aparèixer l'absència de l'ésser (R); una idea que possiblement relligaria amb l'esquema ontològic de Heidegger.

La *ciutat hiperrealitzada* que descrivim s'erigeix en l'empara de l'absència. A la *ciutat hiperrealitzada* no hi ha rostres, només carotes: disfresses amb el *backstage* a una distància insalvable, màscares sense actors, dipòsits del 'jo' social, representacions de nosaltres mateixos però sense ser-hi íntegrament presents sinó ontològicament absents.

No hi ha, així doncs, pròpiament individus perquè no hi ha subjectes. La infovirtualitat és, d'aquesta manera, un espai d'individus absents. Hi ha personatges, *avatars*, 'jo's *fenomènics*, significats, identitats-sentit però no la realitat d'aquella identitat ni d'aquell individu (R-R'). L'avatar o la representació de l'individu existeix però no «és» perquè el «ser» està reservat fora de la virtualitat.

D'aquesta manera, l'espai infovirtual esdevé un entorn de fluxos d'informacions que venen i van; la metàfora de les sinapsis neuronals entre individus on les interaccions simbòliques no menen a la *cosa-real* de l'individu (a l'ésser); només a la seva significació i, per tant, parlem altre cop d'una dinàmica d'autorreferència.

En aquesta direcció, la representació de l'individu esdevé una representació d'una representació (R'') deslligada de l'ésser en tant que inaprehensible (Heidegger) i místic. Per aquesta raó, en el si de les interaccions en la *ciutat hiperrealitzada* és més escaient parlar de 'manifestacions-de-sentit' que no pas de 'representacions' de l'individu.

La raó és que en la 'representació', entren en joc tres elements: allò representat (la *cosa-realitat*), la representació (la significació, la *performance*, el *rol*, el símbol...) i l'espectador (el subjecte). En una representació, el referent és la *cosa-realitat* i el subjecte l'agent de l'activitat.

En canvi, en la 'manifestació' només s'exigeixen dos elements únicament: per una banda l'espectador (subjecte/receptor) i per l'altre, la manifestació (significació). Parlar de 'representacions' en l'entorn infovirtual significaria que l'individu es fa present en la interacció quan en realitat sempre resta absent.

En aquest sentit, el terme 'representació' conté massa ontologia quan es dóna en un entorn infovirtual constituït per la *nihilitat* del sentit on la *cosa-real* ha quedat relegada en la distància.

Per això, proposem la utilització del terme 'manifestació-de-sentit' en lloc de 'representació' perquè la 'manifestació-d'un-sentit' no remet a res que estigui fora de la manifestació mateixa i perquè en ella s'esdevé la significació; és a dir, el referent ja no és *la cosa* sinó la manifestació-imatge mateixa.

<sup>1066</sup> LEVINAS, E. *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Sígueme, 1987. p. 198.

Anant més a fons amb aquesta idea, la 'manifestació-de' no apunta a cap cosa sinó a l'espectador mateix, el subjecte esdevé espectador i creador a la vegada. D'aquesta manera tot surt de l'individu i tot retorna a ell conduint-lo al somni, al seu món, al subjectivisme, l'irrealisme o, fins i tot, a les perifèria del solipsisme. Si allò únicament real és l'individu tot allò que està en ell (desigs, il·lusions, records, sensacions...) es converteix immediatament en una única realitat individual, en un món subjectiu a la manera que suggereix Nelson Goodman<sup>1067</sup>. La realitat es converteix, d'aquesta manera, en un 'teatre interior'; en somni.

Reblant el clau, la 'manifestació' i la 'manifestació-de' són la mateixa cosa perquè la 'manifestació' és la cosa mateixa dins un esquema d'autoreferencialitat.

En aquesta direcció i com a conseqüència, no es dona pròpiament la interacció entre individus sinó entre *manifestacions-de-sentit* perquè la *ciutat hiperrealitzada* és una ciutat d'individus absents. L'individu, com hem dit, no entra en l'espai virtual perquè «és» subjecte i el subjecte, com a cosa-real, no pot immiscir-se en la virtualitat.

Per tant, com a *manifestacions-de-sentit*, no podem parlar d'experiència d'alteritat com ho fèiem en la *ciutat realitzada* perquè no hi ha subjectes sinó interaccions de significacions, de mercaderies (en el sentit de Simmel) d'identitats-sentit (avatars). En un espai sense «ésser», l'individu no pot tenir rostre sinó únicament màscara. Als mons virtuals, doncs, l'individu no es manifesta, només ho fa el seu sentit. Si bé ontològicament el món de sentit és *nihilitat*, epistemològicament el món del sentit conté un rastre de realitat. En aquesta direcció podem afirmar que hi pot haver experiència d'alteritat des de l'hermenèutica però mai en la direcció traçada per M. Buber, G. Marcel o E. Lévinas; és a dir, com una experiència estètica *-sublim-* de l'alteritat.

---

<sup>1067</sup> GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990.



### 3.3.4 Ciutat hiperrealitzada com a ciutat d'hiperconsum.

La gran ciudad es todavía ciudad mercado pero en ella en lugar de bienes i mercancías se intercambia cada vez más informaciones y símbolos. El intercambio de físico se convierte en electrónico, las nuevas transacciones urbanas están basadas sobre bits ligeros más que sobre átomos pesados<sup>1068</sup>.

La *ciutat hiperrealitzada*, com hem anat veient, és el nou recipient d'algunes de les *pràctiques urbanes*: un entorn social d'intercanvi i d'activitat simbòlica. Interactuar en l'entorn infovirtual esdevé un exercici habitual de la vida quotidiana. En ella s'hi desenvolupen activitats simbòliques pròpies de la *civitas* de les quals en destaquem dues fonamentalment.

Per una banda, les relacions entre individus i les seves manifestacions-de-sentit; és a dir, les interaccions *mediàtiques* i *quasi-mediàtiques*<sup>1069</sup> (la desaparició dels *espais de risc*<sup>1070</sup>), les interaccions *on-line*, i tot allò que té a veure amb la comunicació interpersonal a través de les TIC són activitats que l'individu desenvolupa en la *ciutat hiperrealitzada*<sup>1071</sup>.

D'altra banda, en la *ciutat hiperrealitzada* s'hi practica el consumisme com a nou *ethos* cultural. L'*homo consumens* viu el consumisme com a motor de la seva vida i de la societat on viu<sup>1072</sup>. Deslliurada de les grans infraestructures, la *ciutat hiperrealitzada* flota en la hiperrealitat, en l'intercanvi de símbols sota la lògica del consumisme sense límits augmentant la superfície comercial de la vida de l'individu fins gairebé l'infinit.

La *ciutat hiperrealitzada* esdevé, d'aquesta manera, la promesa hipermoderna del món fet gran magatzem, *consumtopia*, parc temàtic que agrupa l'esfera quotidiana sota la cúpula de la infovirtualitat com a nova *catedral del consum*<sup>1073</sup>.

<sup>1068</sup> AMENDOLA, G. *La Ciudad Postmoderna. Magia y miedo de la Metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste, 2000. p. 34.

<sup>1069</sup> THOMPSON, J.B. *Los Media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>1070</sup> TRESSERRAS, M. *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Trípodos, 2005.

<sup>1071</sup> "«Going shopping» now means something new. Traditionally, it suggested a trip to market-contact with the historic urban center, a chance to mingle with fellow citizens. Market squares and market days were important spatial and temporal markers. The interface between stall or shop and public place was highly standardized; fronts were either left open to show the goods inside or (from the later seventeenth century) took the form of glazed display windows. Groups of shops might be unified architecturally to yield grander urban elements, as in Giuseppe Mengoni's Milan Galleria. Alternatively, as the opening of the Bon Marché in Paris demonstrated in 1852, a multitude of departments might be combined in a single, great, vertically stacked store-a downtown place to which crowds of shoppers would swarm by train, tram, or bus. More recently, these patterns have largely been displaced by the newer ones of driving to the suburban shopping mall or to the megawarehouse on the fringes of town. But the electronic mall simply short-circuits the trip to a concentration of goods and displays, and replaces the glazed display window facing the street with windows on a computer screen". MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. Massachusetts: MIT, 1996. p. 51

<sup>1072</sup> BAUMAN, Z. *Vida de consumo*. Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007

<sup>1073</sup> George Ritzer designa Internet com una 'Catedral del Consum'. RITZER, G. *El encanto de un mundo desencantado: revolución de los medios de consumo*. Barcelona: Ariel, 2000.

Hem assenyalat anteriorment, que en el context contemporani l'economia ja no giravolta al voltant dels mitjans de producció sinó al voltant dels mitjans de consum i que ja no s'emmarca en la «societat del consum» sinó en la «societat de consumidors».

Des d'una perspectiva moderadament optimista, a la *ciutat hiperrealitzada* el consumidor és sobirà i lliure; les noves tecnologies li permeten informar-se millor, interactuar amb les fonts de producció i esdevenir ell mateix productor: el que s'ha designat amb la paraula *prosumer*<sup>1074</sup>.

En aquest context d'interacció la *ciutat hiperrealitzada* esdevé el mitjà de consum per antonomàsia. Un consum que sintonitza amb el context de la *ciutat realitzada* i amb la transformació d'un consum que abans tenia una funció estrictament *econòmica* a un consum de funció preeminentment simbòlica. A la *ciutat hiperrealitzada* es consumeixen significacions, *coses-sentit* i experiències al ritme del «temps impacient» i de la satisfacció del desig immediat més que no pas a l'apetència de béns necessaris.

#### 3.3.4.1 Consum a tot lloc i a tota hora

La *ciutat hiperrealitzada* està sempre oberta; és una ciutat *always on* tal i com se'ns presentava la *Fantasy City* de J. Hannigan. La pràctica consumista es pot realitzar les 24 hores del dia en qualsevol lloc i moment. Ni temps ni espai són, doncs, un impediment per consumir<sup>1075</sup>. D'aquesta manera, l'estil de vida pròpiament urbà contemporani, s'experimenta d'una manera hiperbòlica.

D'acord amb el ritme accelerat de la societat contemporània l'individu vol satisfer els seus desigs immediatament. A la *ciutat realitzada* es creen màquines expenedores i menjar ràpid per emportar; el marketing respon a la compra impulsiva de l'individu amb les *sortides de caixa* o *punts calents*<sup>1076</sup> dels supermercats i dels grans magatzems i l'economia productiva del *just-in-time* concorda amb el consumidor de moda que compra objectes d'una vida curta i que viu en la provisionalitat.

D'altra banda, la *ciutat hiperrealitzada* permet el consum de productes (incloent continguts digitals) sense desplaçaments ni distàncies; possibilitant l'experimentació d'estar sempre connectat a la gran botiga de la «ciutat global». En uns minuts comprem

<sup>1074</sup> *Prosumer* per designar quan l'individu és co-productor, distribuïdor i consumidor al mateix temps. BERMEJO, J. "El receptor publicitario del siglo XXI en el marco de la interactividad: entre el consumer y el prosumer". A: PACHECO, A. *La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2008. p. 49-78.

<sup>1075</sup> Adela Cortina en fa referència parlant de l'accés: "Cualquier hora del día o la noche la red abre camino para adquirir nuevas mercancías, entrar en un club, visitar tiendas, dejarse aconsejar con productos no imaginados desde mercados preactivos que se anticipan a los deseos del cliente potencial. Las oportunidades de consumir aumentan en el espacio de un universo globalizado gracias a las redes informáticas, pero también gracias a las grandes superficies". CORTINA, A. *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus, 2002. p. 26

<sup>1076</sup> ALONSO, J. *Comportamiento del consumidor*. Madrid: ESIC, 1997. p.420.

a Tokio, Delhi, Roma i Nova York; en l'hiperconsum no hi ha fronteres; és l'acte consumista de facto que culmina en ell mateix; a voltes sense ni tan sols obtenir el producte immediatament sinó al cap d'unes setmanes o mesos la qual cosa denota que allò satisfactori ha estat l'acte de comprar i no a la obtenció del producte pròpiament.

L'hiperconsum és, en aquest sentit, un consum sense fronteres que, combinat amb la velocitat-immediatesa de la xarxa, augmenta la capacitat de produir i de consumir sempre i en tot lloc permetent viure el consumisme d'una manera 'hiper'; és a dir, expandint la capacitat de l'individu per consumir en temps i espai.

### 3.3.4.2 La era de l'accés: el marginat i el foraster

Jeremy Rifkin<sup>1077</sup>, entroncant amb la idea d'un *capitalisme cultural* parla d'una nova era: «la era de l'accés». Allò important és tenir accés a la xarxa. Si allò que constitueix l'estil de vida contemporani és el consum i no tenim accés al consum llavors ens trobem perduts en la societat i en nosaltres mateixos perquè el consum és qui vehicula la nostra identitat social i el nostre estil de vida.

Anteriorment hem parlat de passada la *fractura* i l'*alfabetització digital*, ambdós termes vinculats a la idea que presenta Rifkin. L'accés no és només cultural sinó també físic i econòmic. Hi ha països sencers més interconnectats que d'altres.

Si no tenim poder adquisitiu per consumir ni tenim accés per fer-ho podem considerar-nos fora de la xarxa; i restar fora de la xarxa és quedar-nos fora de la societat i de l'espai simbòlic que l'articula. El poder de consumir és tenir accessibilitat a fer-ho i això esdevé un punt clau que classifica els individus.

Per un altre cantó, l'analfabetització digital ens du a ser *forasters*. 'Forasters' en el sentit que ho fa Alfred Schutz<sup>1078</sup> quan parla de l'individu que es submergeix en un nou context que no li és conegut i que es mostra desconcertat quan les seves pautes ja no són vàlides per analitzar i actuar en el nou context. No saber interaccionar ni consumir a la *ciutat hiperrealitzada* ens converteix en forasters; en individus que no ens hem immergit en les lògiques de la xarxa i emprem criteris i pautes d'origen *offline* per al món *online*.

D'altra banda, la *ciutat realitzada*, com hem vist, està orientada al consum. Passejar pels seus carrers és passejar pels seus aparadors. Costa trobar sentit a la ciutat i a l'oci i l'entreteniment si no és des de la capacitat de consum. El consumisme

<sup>1077</sup> "La sustitución de los mercados por las redes y de la propiedad por el acceso, la marginación de la propiedad física, el ascenso de la propiedad intelectual, así como el incremento de la mercantilización de las relaciones humanas, todo está desplazándonos lentamente de otra era en la que el intercambio de la propiedad era la función clave de la economía e introduciéndonos en un mundo donde la adquisición de las experiencias de vida resulta ser auténtica mercancía". RIFKIN, J. *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000. p. 21.

<sup>1078</sup> SCHUTZ, A. *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu, 1999.

com a motor, dóna sentit a la societat contemporània i viure fora del consumisme comporta, en efecte, esdevenir un foraster; un marginat, o, com dirà Zygmunt Bauman un vagabund: un consumidor imperfecte, limitat i pobre<sup>1079</sup>. En aquest sentit, el poder adquisitiu determina, també a la xarxa, el nostre lloc en la societat.

### 3.3.4.3 Consum de significacions

Descobríem en la *ciutat realitzada* una ciutat consumida i consumista; de caràcter *significamentós*. La lògica del consum era una manipulació de signes. La ciutat estava sobresaturada de *coses-sentit* arreu. El consum ja no era d'objectes sinó d'experiències, d'imaginari i de narratives i, com advertia fa una dècada J.B Thompson<sup>1080</sup>, les formes simbòliques s'havien convertit en productes de consum que podien comprar-se i vendre's i que s'havien disseminat per l'espai i pel temps.

La *ciutat hiperrealitzada* acull aquestes formes simbòliques, aquests imaginari, aquestes narratives i significacions emancipades dels objectes físics convertint-se en un dipòsit sobresaturat de productes culturals. Des d'aquesta perspectiva, a la *ciutat hiperrealitzada* es consumeixen diversos tipus de significacions:

a) Compra d'objectes-marca. L'individu pot comprar a la xarxa diferents objectes de marca a partir de webs com ara *Buy.com*, *MySimon.com*, *Bloomingdales.com*, *Productopia.com*, *Pricecan.com*, *Buyvip.com*, etc. Aquests tipus de pàgines web s'enfoquen bàsicament a l'obtenció d'objectes de marques conegudes i a la compra de la seva narrativa.

b) Compra de serveis d'oci. Serveis per a la cura personal a to amb el caràcter narcisista de l'individu contemporani: gimnàs, viatges, excursions, tiquets per a restaurants, *spa*, esports de risc, etc. És la venda d'experiències i dels valors associats a elles: pau, emoció, aventura, exotisme, salut, cultura. A la *ciutat hiperrealitzada* s'acompleix aquella màxima de Jean Baudrillard<sup>1081</sup> que deia que la societat de consum no es caracteritzava només per la profusió de béns i serveis sinó que en ella tot es convertia en un servei; tot es presentava com un servei personal de gratificació.

c) Compra de continguts digitals. Aquest és el sector més ampli. És el consum de videojocs, música, cinema i video, d'audiovisuals i publicacions. Des dels videojocs on-

<sup>1079</sup> BAUMAN, Z. *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Pòtic, 2001. p. 127.

<sup>1080</sup> THOMPSON, J. B. *Los Media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>1081</sup> BAUDRILLARD, J. (1970) *Sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2007. p. 199-220.

line (MUD's) de pagament o *free to play* (F2P), passant per la distribució de continguts *streaming* d'audio i video o la compra de productes digitals a la xarxa o per les publicacions de diaris, blogs i webs digitals. Tot això com a *obtenció* i consum de productes immaterials, digitalitzats per un sistema binòmic que resten sempre disponibles. Connectats a la xarxa portem amb nosaltres la potencialitat d'accedir a una superabundància de continguts i d'informació; a una mediateca universal. L'individu consumidor té accés a més informació de la que podrà processar en tota la vida.

En aquest sentit, en consum d'allò que apareix en la xarxa pertany a l'univers de les *coses-sentit* i, per aquest motiu parlem d'un consum de significacions dins el marc de la lògica del consumisme; dins de l'estil de vida urbà contemporani.

#### 3.3.4.4 La fragmentació i la targetització

Fent referència a l'urbanisme de la *ciutat hiperrealitzada* hem esmentat el caràcter fragmentari de la xarxa; una fragmentació articulada en territoris. La xarxa conté grups, comunitats, xarxes socials, blogs... que agrupen els individus al voltant de les seves afinitats i interessos. L'entorn infovirtual és un entorn dispers i heterogeni; la ciutat xarxa tendeix a la fragmentació de les audiències, a la diversificació dels interessos i a la personalització.

Amb la *cultura de masses* la indústria cultural buscava un públic ampli per fer la difusió dels seus productes i missatges. La uniformització cultural feia compartir un estil de vida, unes pautes culturals, un univers simbòlic comú articulat pels mèdia<sup>1082</sup>. A la *ciutat hiperrealitzada*, però, simultàniament a la difusió i venda de productes generalistes dels mèdia es produeix la personalització de la producció i, en conseqüència, una fragmentació del *target*. Un fet que els anunciants aprofiten per teledirigir amb més precisió els seus missatges publicitaris.

D'aquesta manera, la *ciutat hiperrealitzada* mitiga una societat on precisament «el culte a les diferències es funda en la pèrdua de les diferències»<sup>1083</sup>. La *ciutat hiperrealitzada* és una ciutat de *mass costumització* (Alvin Toffler)<sup>1084</sup>, de personalització del producte i d'opcions *a la carta*<sup>1085</sup>, perquè les TIC permeten una major interactivitat i implicació en l'elaboració i el consum dels productes, una incrementació del *feedback* i

<sup>1082</sup> BECK, U. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós, 1998.

<sup>1083</sup> BAUDRILLARD, J. (1970) *Sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2007. p. 96.

<sup>1084</sup> Concepte de prosumidor: terme extret d'Alvin Toffler del seu llibre 'La Tercera Onada' en els anys 70-80. Producció massiva de productes personalitzats = *mass customization*. Personalització dels productes. El *prosumidor* produeix i participa de l'intercanvi d'informació en la xarxa, crea informació i en consumeix de forma gratuïta. Fan vídeos, pel·lícules, comenten jocs... etc. TOFFLER, A. *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés, 1993. p. 343.

<sup>1085</sup> El consum en la ciutat hiperrealitzada és una pràctica que s'emmarca no només en la dinàmica generalista dels mèdia sinó en la personalització de la informació i del producte tal i com s'aprecia en la proliferació de televisions a la carta, en la compra de productes exclusius per Internet o d'experiències (viatges) a mida.

de la interacció entre el consumidor i el productor. En aquest sentit, el consumidor té més protagonisme<sup>1086</sup> i més participació gràcies a un context *postfordista* i flexible que permet la renovació constant dels *nínxols comercials*<sup>1087</sup>. En aquest escenari, R. Rochefort, F. Morace, I. Matathia i M. Salzman<sup>1088</sup> assenyalen un canvi de rumb del consumidor contemporani que, com assenyala L. E. Alonso resseguint aquests mateixos autors, ens condueix al perfil d'un nou consumidor complex que es regeix per un sistema de valors basat en allò qualitatiu, flexible, interdisciplinar, en allò simbòlic i virtual, en l'humor i la ironia, en la preocupació pel disseny i la forma, en la gestió dels afectes i emocions, en els valors femenins i transsexuals i en la xarxa i el relativisme extrem<sup>1089</sup>.

Del consumidor receptor passiu de l'era dels objectes mecànics i elèctrics hem passat al consumidor autoproductiu, dinàmic i interconnectat que es troba davant d'un augment notable de les possibilitats de consumir i de decidir. Al mateix temps, però, l'individu es troba davant d'un poder del mercat i de les companyies que intenten monopolitzar els codis i les tecnologies<sup>1090</sup>.

Els atributs de la ciutat infovirtual permeten, tanmateix, la figura d'aquest nou consumidor i de noves formes de consum; un consum que és, recordem, l'*ethos* de la ciutat contemporània, l'estil de vida i la font de la identitat social que ara s'experimenta des de la xarxa. Experimentar aquest *ethos* a la xarxa modifica també la seva comprensió fora de la xarxa.

### 3.3.4.5 La cultura digital i els bits de valor

Fem esment aquí al consum dels anomenats *continguts digitals*; és a dir, a la música, el vídeo, el cinema, l'audiovisual, els videojocs, les publicacions digitals i tot allò que permeti desfer una imatge en un codi binari i reconstruir-la més endavant en un reproductor multimèdia.

<sup>1086</sup> Més protagonisme no significa necessàriament més poder. No obstant, això permet d'influir en el consum dels altres individus, per consell, per comentaris en *blogs* etc. Té, per tant, la possibilitat d'expressar les seves experiències de consum i d'accedir a les experiències dels altres. Etxebarria defensa que les noves tecnologies proporcionen poder al consumidor. **ETXEBARRIA [et al.]** "El poder del consumidor en el entorn de las nuevas tecnologías de la comunicación". A: *Els impactes de les tecnologies de la informació i de la comunicació en les realitats socials*. (I Congrés de Comunicació i Realitat). Barcelona: Trípodos, Facultat de Comunicació Blanquerna. p. 91-103.

<sup>1087</sup> **ALONSO, L. E.** *La era del consumo*. Madrid: siglo XXI, 2005. p. 69.

<sup>1088</sup> **ROCHEFORT, R.** *La société des consommateurs*. París: Odile Jacob, 1996. **MORACE, F.** *Contratendencias. Una nueva cultura del consumo*. Madrid: Celeste, 1993. **MATATHIA, I;** **SALZMAN, M.** *Tendencias. Estilos de vida para el nuevo milenio*. Barcelona: Planeta, 2001.

<sup>1089</sup> **ALONSO, L. E.** *La era del consumo*. Madrid: siglo XXI, 2005. p. 69.

<sup>1090</sup> **ALONSO, L. E.** *La era del consumo*. Madrid: siglo XXI, 2005. p. 72.

Les dades del mercat en aquest àmbit indiquen que la indústria digital és molt rentable a nivell econòmic<sup>1091</sup>. Cada any, el consum de continguts digitals creix i el sector es perfila com un dels motors econòmics<sup>1092</sup>.

Margarita Rivière indicava, fa una dècada, que allò virtual mou molts més diners que allò real<sup>1093</sup>. Els bits es tornen valors, en el sentit que ho expressa William J. Mitchell al seu llibre *City of bits*:

(...) people have come to value bits. So they are willing to spend resources on creating, acquiring, storing, transforming, and transferring bits. They find that they are interested in trading bits, and in many cases they want to protect their bits<sup>1094</sup>.

Segons l'autor, l'economia es basa cada cop més en adquirir, protegir, transformar, transmetre i emmagatzemar bits. Així se'n desprèn, per exemple, de l'*Informe sobre la Indústria dels Continguts Digitals a Espanya*<sup>1095</sup> o també en les enquestes fetes a empreses espanyoles que indiquen que l'any 2010 el 12,2% de les empreses espanyoles venien a través del comerç electrònic<sup>1096</sup>.

La nova forma d'existència dels discursos i continguts culturals a través dels bits de valor converteixen la ciutat infovirtual en la dipositària de cultura, de narratives, de la memòria. En aquell lloc que no sabem on ubicar, penjat el ciberespai, emmagatzemem la nostra activitat simbòlica que d'alguna manera forma part de les

<sup>1091</sup> Segons l'*Informe Anual de Continguts Digitals a Espanya* (2010) la indústria de continguts digitals és molt rentable; entre els anys 2005 i 2009 els beneficis a Espanya han crescut un 116% en la facturació. A nivell mundial (segons l'informe de *Global Entertainment and Media Outlook*) s'ha vist afectada per la recessió econòmica mundial i ha reduït la xifra de facturació; malgrat que la facturació ha incrementat 48.941 milions d'euros respecte la facturació de 2005.

<sup>1092</sup> Un exemple prou il·lustratiu és la indústria dels videojocs. A l'Estat Espanyol, segons el *Informe anual de los contenidos digitales en España*, de l'any 2010 el 77% dels usuaris d'internet utilitzen les xarxes socials i el 22% d'aquests les utilitza per jugar on-line als social games. Segons la *Global Entertainment and Media Outlook. (2010-2014)* els ingressos del sector en videojocs a nivell mundial del 2006 al 2009 suposen 36.642 milions d'euros (creixement des de 2006 d'un 53.4%). Un altre índex d'aquesta bonança i creixença de la indústria és la incorporació de la publicitat en els videojocs (*avergaming*) a través de diverses formes o la creació d'adgames (jocs on una marca ocupa la centralitat del joc), o dins dels *casual games*, *In-Game Advertising Freemium* (serveis gratuïts i servies avançats de pagament), *intersitials* o *netlabels* d'entre d'altres.

<sup>1093</sup> M. Riviere fa més d'una dècada apuntava que: "según estimaciones sobre datos de 1998, la economía 'virtual' equivalente a los mercados financieros planetarios significaba 12 veces el producto bruto global: o sea, que lo virtual mueve mucho más dinero (y da muchos más beneficios reales) que lo real, como productos o servicios directos... Datos aportados recientemente por Castells indican asimismo que a finales de 1999 el valor de la economía Internet en Estados Unidos se calculaba en 500.000 millones de dólares: más que la industria del automóvil, el de las telecomunicaciones o de las compañías aéreas norteamericanas". RIVIERE, M. "Vértigo real de lo virtual" A: ECHEVERRÍA, J. *Un mundo virtual*. Barcelona: Nuevas Ediciones de Bolsillo, 2000. p. 14-15.

<sup>1094</sup> MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. Massachusetts: MIT, 1996.

<sup>1095</sup> La Indústria de Continguts digitals va superar els 8004 milions d'euros de facturació l'any 2009 i té un creixement interanual del 32,7% respecte 2008. L'any 2009 els continguts digitals suposen el 45,5% de la facturació total de la indústria dels continguts i serveis audiovisuals. D'aquesta manera, el format digital ha crescut un 116% des del 2005 fins al 2009. "Informe Anual de los contenidos Digitales en España 2010". ONTSI. Madrid: Red.es, 2011.

<sup>1096</sup> Instituto Nacional de Estadística. "Encuesta sobre el uso de las TIC y del Comercio Electrónico en las empresas 2010/11". Madrid: INE, 2011. Les branques amb un percentatge més elevat de vendes són les dedicades al servei d'allotjament (76,6%) i informacions i comunicacions (18,9%) segons una enquesta de l'Institut Nacional d'Estadística del 21 de juny de 2011.

### 3.3.5 La interiorització de la ciutat hiperrealitzada: viure en la infovirtualitat

Mai no dormo: visc i somio, o millor, somio en vida i dormint, que també és vida<sup>1097</sup>.

La interiorització de la ciutat s'ha fet present en tot el recorregut de la investigació de forma transversal. A la *ciutat projectada* (bloc 1) pels polítics i pels filòsofs la ciutat creada per la tècnica constituïa l'espai i el temps *urbanitzat* de l'ésser humà; l'eix de coordenades de la seva existència *civilitzada*. La ciutat, com hem vist, ens immergeix en el seu *tempo* i en el seu ordre a partir del dictat del rellotge, del traçat dels seus carrers, de l'electricitat, de les seves lleis i normes (*polis*) i de la nostra cosmovisió particular. Ciutat i mentalitat són corresponsables l'una amb l'altra.

Més endavant, quan hem tractat la *ciutat realitzada* (bloc 2), Simmel ens ha introduït en la vida nerviosa de la ciutat moderna, en el ritme frenètic de sensacions, en la mutació constant, en l'actitud *blasé* i en el coneixement racional a partir de la lògica de la moneda o de la mirada del *flâneur*. Tot això i les teories ecològiques de Chicago que adapten l'individu al medi constaten, per sobre de tot, una interiorització de la ciutat. La ciutat és amb nosaltres en la forma d'una «ciutat interior». L'assimilació de l'entorn es tradueix en un estil de vida pròpiament urbà (Louis Wirth) on el consum esdevé el nou *ethos* cultural i la velocitat s'apropia de les coordenades espai-temps.

En aquest darrer bloc dedicat a la *ciutat hiperrealitzada* (bloc 3) se'ns ha presentat una ciutat que aguditza els trets característics de la ciutat contemporània, els accelera i els emfatitza i els converteix en una determinada experiència de l'espai i del temps urbans els qual han estat fortament sotragats per les tecnologies de la Comunicació i la Informació modificant, com dirà McLuhan, les pautes de percepció de l'individu de forma implacable<sup>1098</sup>.

<sup>1097</sup> PESSOA, F. *Llibre del desassossec*. Barcelona: Quaderns crema, 2002. p. 337.

<sup>1098</sup> "Los efectos de la tecnología no se dan a nivel de las opiniones o los conceptos sino que cambian las proporciones de los sentidos o las pautas de percepción, de modo continuo y sin resistencia alguna". McLUHAN, M. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Mèxic: Diana, 1971. p. 42.



### 3.3.5.1 La immersió com a procés d'infovirtualització

Viure en la *ciutat hiperrealitzada* és viure en la «virtualitat real»<sup>1099</sup>; immersir-se plenament en el seu espai-temps; viure en la hipersignificació, és a dir: haver interioritzat les característiques i els valors (immediatesa, transitorietat, hiperidentitat, subjectivisme, sobreinformació, hipermemòria, globalització, etc.) que hem traçat anteriorment quan fèiem referència a la *hiperrealització* de la ciutat.

I és tan profunda aquesta apropiació del món de sentit de la infovirtualitat i dels seus ritmes per part de l'individu que per molt que marxi de la ciutat, la ciutat és amb ell perquè no pot desprendre's-en<sup>1100</sup>. La «ciutat interior» es pot vincular a la cosmovisió i a la interpretació del món en clau tecnològica i també a l'experiència d'un espai que no es pot habitar físicament en el sentit tradicional i que es basa en relacions d'absents.

En aquest sentit, la paraula clau de la vida en la *ciutat infovirtual* és la 'immersió'. Les tecnologies que ens immergeixen en la infovirtualitat són les tecnologies que embolcallen l'individu en la infovirtualitat. I, per tant, com dirà McLuhan, allò primordial no és tant el contingut del medi sinó el medi mateix<sup>1101</sup>; és a dir, el mitjà que influeix en els nostres actes i pensaments com a cosmovisió<sup>1102</sup>. O, dit d'una altra manera, i en el sentit que ho fa Neil Postman, les tecnologies «canvien el significat de *coneixement* i de *veritat*, canvien els hàbits de pensament profundament arrelats que li donen a una cultura el sentit de com és el món»<sup>1103</sup>.

<sup>1099</sup> Terme de Manuel Castells: "[La virtualidad real es] un sistema en el que la misma realidad (esto es la existencia/simbólica de la gente) es capturada por completa, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer, en el que las apariencias no están sólo en la pantalla através de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierten en experiencia". **CASTELLS, M.** *La era de la información. Economía sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1) p. 406.

<sup>1100</sup> "Las grandes ciudades de las que los hombres esperaban una plenitud de vida y de placer, y a las que afluían como para una gran fiesta, han traído sobre sí la muerte y la agonía con todos los terrores concebibles. Las mujeres y los niños han abandonado, como en huída, estos lugares de horror. Ahora parece haber llegado a su término la época de las grandes ciudades de nuestro continente. Según cuenta la Biblia, Caín fue el fundador de las grandes ciudades. Puede ser que aún subsistan algunas metrópolis mundiales, pero por muy seductor que pueda parecer su brillo, para el hombre europeo siempre conservará un aspecto inquietante. Por otra parte, el enorme éxodo de las ciudades significa un cambio total para el campo. El silencio y el aislamiento de la vida campestre ya había sido mermado en gran parte por la radio, los automóviles, el teléfono y la organización de casi todos los ámbitos de la vida. Si ahora se desplazan al campo millones de personas que ya no pueden prescindir de la agitación y las exigencias de la vida urbana, si industria enteras se trasladan a las regiones rurales, la urbanización del campo progresará a pasos acelerados y transformarán radicalmente la estructura de la vida rural. Hoy ya no existe la aldea de hace treinta años, como tampoco existe ya la idílica isla de los mares del sur. A pesar de que el hombre anhele la soledad y el sosiego, será difícil encontrarlos. Sin embargo, representará una ganancia, en esta época de grandes cambios, tener bajo los pies un trozo de tierra y extraer de ella las fuerzas necesarias para la diaria tarea y el correspondiente reposo, entendidos de forma nueva, natural, modesta y contenta". **BONHOEFFER, D.** *Resistencia y sumisión*. Salamanca: Sígueme, 2008. p. 125.

<sup>1101</sup> Quan parlem del contingut o del medi parlem sovint de les potencialitats del medi, en la possibilitat, per exemple, en la potencialitat d'accés a la participació democràtica gràcies a Internet; la qual cosa ens condueix a un debat essencialment ideològic.

<sup>1102</sup> **McLUHAN, M.** *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós, 2009. p. 31.

<sup>1103</sup> **POSTMAN, N.** *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994. p. 20.

Així doncs i resumint, viure en a *ciutat hiperrealitzada* o *infovirtual* no és, així doncs, utilitzar simplement les TIC sinó adoptar-ne el seu tarannà com a «ciutat interior» a través d'una percepció determinada de l'espai i del temps i d'uns valors hipersignificats.

En aquest sentit, la *ciutat infovirtual* acaba modificant la nostra ment també en la direcció que explica Nicholas Carr<sup>1104</sup> i els estudis neurològics dels que se serveix per indicar que la seva forma de llegir ha canviat amb l'ús d'Internet i que ara es tracta d'una lectura distreta amb moltes dificultats per aprofundir en el contingut del text.

Carr, influenciat pels estudis neurològics com els de Gary Small (catedràtic de psiquiatria a UCLA) o de Michael Merzenich, postula que la Xarxa està alterant els nostres cervells perquè l'ús de determinades tecnologies (TIC) enforteixen noves vies neuronals i en debilita les antigues<sup>1105</sup>. I no només això, l'autor també apunta que gràcies a la plasticitat del nostre cervell «els nostres hàbits *online* continuen reverberant en el funcionament de les nostres sinapsis quan no estem *online*»<sup>1106</sup> de tal manera que el tipus de pensament digital també actua quan no estem connectats *on-line*. La xarxa roman, d'alguna manera, dins de la nostra mirada fins i tot quan no tenim accés a la ciutat infovirtual.

Les TIC no esdevenen, doncs, -com suggeria McLuhan en referència als mitjans- només un canal d'informació perquè, a més de proporcionar informació, modelen els processos de pensament i aporten noves metàfores per descriure el món; així ho hem vist quan parlàvem de les interfícies. El rellotge i la cartografia van canviar la nostra manera de veure'ns i pensar i les TIC estan fent-nos canviar igualment la nostra manera de veure'ns i pensar<sup>1107</sup>.

La pregunta imminent que se'ns presenta és com serà (o és) aquesta nova forma de pensar. Si, fins ara, proposàvem dues formes de pensament o cosmovisions (la mecanicista-individualista i la organicista-holista) intuïm que emergeix una nova forma de cosmovisió reticular-hiperindividualista. Una idea que no podem resoldre ara però que recollirem en les conclusions com a pregunta pendent de resposta per a futures investigacions.

Sigui com sigui, vivim en la *ciutat hiperrealitzada*, doncs, quan ens hem immersit en ella de tal manera que ella esdevé el nostre referent vital, la nostra font de significacions, de símbols, de relacions socials, d'estímuls i d'experiència quotidiana... I

<sup>1104</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010.

<sup>1105</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010. p. 149.

<sup>1106</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010. p. 174.

<sup>1107</sup> A partir de l'afirmació que acabem de fer sorgeix el debat sobre el paper que ocupa la tècnica i la tecnologia en la construcció de la civilització. Els avenços tecnològics són determinants en la història, maquen punts d'inflexió en la història com ho serien les noves eines de caça i agricultura, els avenços en medicina, metal·lúrgia, etc que són capaços de canviar els estils de vida. El grau d'importància d'aquestes tecnologies en la formació de la civilització és una qüestió debatuda entre, per una banda, el 'determinisme tecnològic' que copsa e progrés tecnològic com una força externa a la voluntat i control de l'ésser humà i, per l'altra, pels instrumentalistes que assenyalen el progrés tecnològic com a fruit de les condicions econòmiques, polítiques i demogràfiques.

també quan adoptem el nostre punt de vista des de la infovirtualitat perquè, com dirà Javier Echeverria, la immersió en els mons virtuals depèn del punt de vista on se situï l'usuari. El món virtual no està en un individu que es troba davant de la pantalla perquè allà no hi ha necessàriament immersió. Perquè hi hagi immersió és indispensable que el punt de vista de l'usuari entri dins del món virtual i formi part d'ell<sup>1108</sup>.

La immersió, així doncs, es produeix a diferents nivells. Per una banda, a nivell perceptiu en el qual la infovirtualitat seria perceptivament tan real com la realitat (RV) però, d'altra banda, la immersió també es produeix en l'assumpció dels valors implícits d'aquesta tecnologia com a propis. La infovirtualitat no és, per tant, una mediació sinó una immersió. No és només una representació 3D de la realitat, ni una web, ni un *software* sinó la imatge que hem assumit com a manera de veure el món, que ens permet viure en digital, en les il·lusions de les relacions mediades, en l'heterònim, el glocalisme, l'extimitat, l'alienació de la memòria o la hiperfragmentació. Viure en la *ciutat hiperrealitzada* és, doncs, viure en una perspectiva.

### 3.3.5.2 La vida en pantalla

La época hipermoderna es contemporánea de una auténtica inflación de las pantallas. Nunca hemos tenido tantas, no sólo para ver el mundo, sino para vivir nuestra vida. (...) El individuo actual y de mañana, conectado permanentemente, mediante el móvil y el portátil, con e conjunto de las pantallas, está en el centro de un tejido reticulado cuya amplitud determina los actos de su vida cotidiana<sup>1109</sup>.

Diu el sociòleg Gilles Lipovetsky i l'escriptor Jean Serroy que la xarxa de pantalles han canviat la nostra forma de viure, de relacionar-nos amb la informació i amb l'espai i el temps, amb els viatges i amb el consum. La pantalla s'ha convertit en «un instrument de comunicació i informació, un intermediari quasi inevitable de les nostres relacions amb els altres. Viure és, de forma creixent, estar enganxat a la pantalla i connectat a la xarxa»<sup>1110</sup>.

Des d'una altra perspectiva, la psicòloga de l'Institut Tecnològic de Massachusetts, Sherry Turkle, l'any 1995 escrivia el llibre titulat *La vida en la pantalla*<sup>1111</sup>, una obra que perfeccionava l'anterior escrita deu anys abans titulada *The Second Self: Computers and the Human Spirit* (1985). En aquest llibre de caire sociològic i psicològic

<sup>1108</sup> ECHEVARRIA, J. *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés, 2000. p. 41.

<sup>1109</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009. p. 268-269.

<sup>1110</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009. p. 271.

<sup>1111</sup> TURKLE, Sh. *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era Internet*. Barcelona: Paidós, 1997.

(psicoanalític amb una clara influència de Jacques Lacan) s'assenyala el que avui sembla una evidència i hem anat repetint: que els ordinadors no només són instruments que estan al nostre servei sinó que transformen les nostres maneres de pensar sobre nosaltres mateixos i sobre els altres.

L'ordinador, diu Turkle, s'ha convertit en alguna cosa més que una eina, és un mirall que ens permet traspassar-lo i viure en mons virtuals<sup>1112</sup>, experimentar amb identitats d'una forma superficial, multiplicar la realitat i desdibuixar la línia entre la *Real Life* (RL) de la *Virtual Life* (VL); és a dir, perdre el sentit de la realitat, debilitar-ne el seu significat i entrar en el món de la simulació.

En aquest sentit i d'una manera més àmplia, la infovirtualitat ha deixat d'estar en un ordinador de sobretaula per impregnar tots els àmbits de la vida moderna. El vel de la infovirtualitat és pertot. Tota la realitat humana es va tenyint progressivament per un codi invisible d'uns i de zeros, d'hiperrealitat: les nostres relacions socials, les nostres activitats diàries, el treball, l'oci o el consum.

En aquest sentit, és difícil mesurar en quin grau vivim en la *ciutat hiperrealitzada* només amb les estadístiques que comptabilitzen les hores que passem davant de la pantalla. Malgrat això, és significatiu el temps de vida que passem en contacte amb la pantalla; entesa com a finestra i porta principal de la ciutat infovirtual; interfície que modifica la nostra percepció de les coses i del món.

Hi ha diversos estudis sobre aquesta temàtica que es vinculen amb el que Lipovetsky i Serroy anomenen l'*Homo pantalicus*<sup>1113</sup>. Tanmateix, seguint el tarannà de la investigació que hem descrit a les primeres pàgines, les dades i estudis han de ser presos com a il·lustracions d'una realitat molt complexa.

Un exemple; a l'Estat espanyol, segons l'estudi titulat *Menores y redes sociales*<sup>1114</sup> que va ser elaborat per la Universitat de Navarra per al *Foro Generaciones Interactivas de Fundación Telefónica* un jove espanyol passa unes quatre hores i mitja

<sup>1112</sup> Com exposa Sherry Turkle parlant dels MUD (Multi-User Dungeon) que són jocs de rol a partir d'un servidor: "Los MUD proporcionan mundos para una interacción social anónima en la que podemos jugar un papel tan cercano o tan alejado de nuestro yo real segúnelijamos. Para muchos participantes en el juego, interpretar nuestro(s) personaje(s) y vivir en MUD se convierte en una parte importante de la vida de cada día". p. 233. L'autora exposa diversos exemples d'usuaris que participen d'aquests joc. La pràctica de joc en els MUD es converteix en part important de les vides dels usuaris. **TURKLE, Sh.** *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997. D'altra banda, en l'informe de Linden Lab del mes de febrer de 2008 Estats Units ocupa el primer lloc a la llista per països i hores dedicades a aquest entorn virtual, amb un total de 182698 d'usuaris actius que han dedicat durant el febrer 10457649 hores; és a dir, 57.24 hores al mes dedicades a *Second Life*. Espanya es troba en la desena posició amb una mitjana de 51.37 hores al mes per usuari. El que manifesta fins a quin punt forma part de la vida diària la assiduitat en aquest món virtual. Per a més vegeu: *Second Life Virtual Economy. Key Metrics (BETA) Through February 2008*. [en línia] <[http://secondlife.com/whatis/economy\\_stats.php](http://secondlife.com/whatis/economy_stats.php)>.

<sup>1113</sup> "Entre la pantalla tamaño sello y la megapantalla gigante circula sin cesar una flota de imágenes que transforma al individuo hipermoderno en Homo pantalicus e instaura una pantallocracia cuyo poder temen ya algunos. Una pantalla-mundo, como veremos, se presenta en muchos aspectos como un cine-mundo". **LIPOVETSKY, G.; SERROY, J.** *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009. p. 270.

<sup>1114</sup> **BRINGUÉ, X.; SÁDABA, C.** *Menores y redes sociales*. Madrid: Fundación Telefónica, 2011. Aquest estudi és la continuació d'un estudi anterior titulat *La Generación interactiva en España, 2009* i el *libre Naciones Digitales: una generación frente a las pantallas*. L'estudi ha estat elaborat a partir de l'enquesta a 13.000 alumnes d'entre 10 i 18 anys de 78 col·legis públics i privats.

cada dia davant de la pantalla. (sense tenir en compte les hores que passa davant la pantalla del mòbil i davant de l'ordinador en hores escolars)

Nicholas Carr també posa exemples del temps de vida que els joves nord-americans passen connectats *on-line*. L'any 2009 el joves de vint anys passaven més de dinou hores a la setmana, els nens, entre dos i onze anys utilitzen la xarxa més d'onze hores a la setmana (un increment de més del seixanta per cent respecte al 2009). L'adult europeu es connectava al 2009 unes vuit hores a la setmana i els joves europeus al voltant de les dotze hores a la setmana<sup>1115</sup>.

Aquestes dades posen de manifest que la connexió forma part, cada cop més, de la nostra quotidianitat i que la nostra vida resta mediada per la xarxa i les noves tecnologies. En aquest escenari la pantalla acaba esdevenint representació visual, medi i missatge. A més a més, la proliferació dels *smartphones* i d'altres dispositius mòbils ens permeten una connexió total ala xarxa en tot lloc i tot moment.

a) *La pantalla unidireccional: la televisió*

Hem anomenat 'pantalla unidireccional' a aquella pantalla que no permet el *feedback* de l'usuari o espectador malgrat que això no vol dir que aquestes pantalles tinguin un efecte innocu sobre l'individu o que l'individu tingui sempre una actitud inactiva davant de la pantalla.

La televisió se'ns presenta aquí com una finestra. La finestra, dirà Georg Simmel<sup>1116</sup>, existeix per mirar unidireccionalment a fora; per lligar allò interior amb allò exterior gràcies a la seva transparència. La televisió com a finestra no permet una doble mirada sinó l'activitat del *voyeur* de mirar sense ser vist, d'un *espai sense risc*<sup>1117</sup> on l'individu és un espectador anònim instal·lat davant d'una pantalla.

La televisió, en aquest sentit, és el terreny impersonal de l'espai mediàtic que no ens interpel·la i ens fa partícips d'una passivitat física i intel·lectual mentre les imatges corren davant els nostres ulls. No obstant això, afirmar la plena passivitat de la televisió seria sostenir una mirada esbiaixada de la realitat. El cinema i la televisió, malgrat que no participen de les característiques d'un *espai de risc*, no sempre esdevenen un sedant per a l'espectador sinó que poden ser un element transformant i humanitzant en la mesura que les imatges que se succeeixen davant de la finestra no siguin un anar i venir de figurants que camuflin les formes de realitat per submergir-nos en una «ficció total»<sup>1118</sup>.

<sup>1115</sup> CARR, N. *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010. p. 110.

<sup>1116</sup> SIMMEL, G. *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 50-51.

<sup>1117</sup> TRESSERRAS, M. *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Trípod, 2005.

<sup>1118</sup> AUGÉ, M. *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998.

Dels diversos discursos sobre la televisió que han protagonitzat apocalíptics i integrats ens interessa subratllar la de la vessant un tant apocalíptica que concep la televisió com una tecnologia alienant i com un instrument que ajuda liquidar els valors de la modernitat<sup>1119</sup>.

Evitant d'afrontar els pros i contres del debat i per motius d'extensió, la perspectiva apocalíptica ens mostra un tipus de pantalla unidireccional que, en termes generals, serveix d'analgèsic de la vida diària. Es pot viure intensament un culebrot en la immersió però la pantalla unidireccional només ens en pot fer partícips i no pas protagonistes, contràriament al tipus de pantalla del següent apartat.

### b) La pantalla interactiva: la xarxa

Aquí fem referència a una pantalla interactiva preparada tant per a respondre a les nostres accions (a partir d'interfícies gràfiques o *softwares* específics) com per servir de mitjà de consum i de comunicació entre individus<sup>1120</sup>.

La pantalla activa és, d'aquesta manera, una porta que articula la vida *online* amb la vida *offline*, la realitat amb la infovirtualitat, la *ciutat realitzada* amb la *ciutat infovirtual*. La pantalla esdevé, doncs, la porta entre allò limitat i allò il·limitat. Simmel dirà que la porta uneix la unitat finita del nostre espai amb l'espai infinit; la porta –la pantalla– fa, així doncs, de frontera entre el límit i l'il·limitat gràcies a la possibilitat de relació i d'intercanvi constant de la interconnexió<sup>1121</sup>.

La pantalla, en aquest sentit, és la porta que ens immergeix en l'anteriorment anomenda «virtualitat real»; allò que succeeix en la infovirtualitat de la pantalla es troba a mig camí entre un *espai de risc* i de l'*espai mediàtic*. Podem interaccionar amb d'altres individus i actuar a través de la nostra pantalla, a voltes ocultant-nos o mostrant-nos malgrat que allò que fem *online* pot tenir les seves conseqüències *offline* i viceversa com hem assenyalat al principi del capítol.

<sup>1119</sup> Una liquidació dels valors de la modernitat, com dirà Miquel Tresserras, a partir de tres procediments: “*la pèrdua de temps davant la pantalla del televisor, l'adopció inconscient per part de l'espectador del llenguatge televisiu, (...) i la degradació cultural que provoquen uns continguts de baixa o nul·la qualitat*”. I afegeix que les hores que passem davant del televisor no són hores de silenci sinó d'absència de diàleg interpersonal, reflexió i iniciativa; “*són hores d'oblit que creen oblit*”. **TRESSERRAS, M.** *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies*. Barcelona: Trípodos, 2005. p. 127.

<sup>1120</sup> El consum digital d'informació i entreteniment als EUA és de 19,3 hores setmanals només comptant internet i deixant de banda la telefonia mòbil, per sobre de les 15.8 hores setmanals de consum dels mitjans tradicionals (ràdio, televisió i videojocs offline). L'estudi va ser elaborat per la PricewaterhouseCoopers (PwC). <http://www.20minutos.es/noticia/983141/0/internet/medios/tradicionales/> [Consulta: 16 de març de 2011].

En la mateixa direcció apunta un estudi de la Unió Internacional de Telecomunicacions (ITU Telecom World en un informe titulat *Digital life*.

<sup>1121</sup> “*La puerta une de nuevo la unidad finita a la que hemos ligado un trozo diseñado para nosotros del espacio infinito con este último; con la puerta hacen frontera entre sí lo limitado y lo ilimitado, pero no en la muerta forma geométrica de un muro divisorio, sino como la posibilidad de constante relación de intercambio*” **SIMMEL, G.** *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001. p. 49.

Pierre Lévy<sup>1122</sup>, en aquesta direcció, assenyala un canvi de discurs dels cibernetes a partir dels salts i interaccions constants entre la interfície i el *món real* perquè les pràctiques en línia, segons l'autor, comencen a desbordar la infovirtualitat i a irrompre en la realitat dels subjectes tal i com també assenyalen Sherry Turkle, Philippe Quéau o Javier Echeverria entre d'altres.

c) *La pantalla com a somni*

Aquí fem referència a la immersió en la pantalla i a la ficcionalització total de la vida de l'individu i de la seva experiència vital a través de la pantalla (tant la pantalla passiva com l'activa) i de l'absorció de les seves imatges com a *món-de-vida*. A través de la pantalla onírica es viuen idil·lis i es dialoga amb interlocutors sense rostre. Estem passant, inadvertidament, com dirà Marc Augé, cap a una «ficció total» on es substitueixen les mediacions, els llaços socials i la consciència d'alteritat per la solitud dels mèdia<sup>1123</sup>.

Són pantalles creades per a la il·lusió i per a la immersió en el somni, cada cop més elaborades tecnològicament ara amb l'entusiasme de les tres dimensions i potser d'aquí uns anys ens apareixeran, com ja s'ha experimentat, incrustada en la nostra retina.

Siguin les pantalles de Times Square, Ginza o La Vegas<sup>1124</sup>, la de *l'smartphone* o de l'ordinador personal o les que se'ns presentin en la forma d'ulleres tridimensionals, totes són tecnologies al servei de la substitució de la realitat per la simulació. Viure en la ciutat infovirtual és viure una experiència de la ciutat a través de la pantalla i de tot tipus de tecnologies<sup>1125</sup>.

<sup>1122</sup> LÉVY, P. *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos, 2007.

<sup>1123</sup> AUGÉ, M. *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 51.

<sup>1124</sup> "Las Vegas se ha utilizado una pantalla informatizada de 420 metros, doscientos once millones de bombillas y 54.000 vatios de sonido para dotar de un tejado completamente nuevo a la deslucida y vieja Fremont Street. Es la Capilla Sixtina del Vaticano del dios Dinero". MITCHELL, W. J. *E-topia. Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001. p. 42.

<sup>1125</sup> "As bandwidth burgeons and computing muscle continues to grow, cyberspace places will present themselves in increasingly multisensory and engaging ways. They will look, sound, and feel more realistic, they will enable richer self-representations of their users, they will respond to user actions in real time and in complex ways, and they will be increasingly elaborate and artfully designed. We will not just look at them; we will feel present in them. We can expect them to evolve into the elements of cyberspace construction -constituents of a new architecture without tectonics and a new urbanism freed from the constraints of physical space". MITCHELL, W. J. *City of bits. Space, Place and the Infobahn*. Massachusetts: MIT, 1996. p.11.

### 3.3.5.3 La ciutat infovirtual com a evasió

La superioritat del somiador consisteix en el fet que somiar és molt més pràctic que viure, i que el somiador extreu de la vida un plaer molt més vist i molt més variat que l'home d'acció<sup>1126</sup>.

La *ciutat hiperrealitzada* pot experimentar-se com l'acompliment de la *Fantasy City* (J. Hannigan); és a dir, des de la conversió de l'horitzó vital en un somni. Hem assenyalat en el bloc anterior dedicat a les teories de la ciutat contemporània que els espais urbans tendeixen a parquematitzar-se; és a dir, a facilitar l'experiència del desig i del somni. També hem fet esment a «la pluralitat de mons» la qual pot derivar en el món individual del somni en contraposició amb les imatges del món col·lectives. O, darrerament, a unes imatges públiques que han esdevingut somni col·lectiu gràcies a la publicitat i a la lògica consumista del parc temàtic.

D'altra banda, la infovirtualitat, diuen Lipovetsky i Serroy, serà una segona oportunitat per al somni perpetu de viure una altra vida: «acabada la utopia política que prometia canviar de vida, ens queda, en règim hipermodern, el joc, el joc virtual de portar una doble vida»<sup>1127</sup>.

La ciutat infovirtual permet la *realització* dels nostres somnis a condició que la realitat mateixa sigui un somni; és a dir, acceptarem la realitat si s'assembla a l'imaginari, a la fantasia o a la simulació i no a la inversa.

En aquest sentit, la ciutat infovirtual és l'acompliment de la ciutat del somni i de la vida-en-somni. Com ja hem dit anteriorment fent referència a la *ciutat hiperrealitzada* i a la utopia, la funció 'somiari' a la *ciutat infovirtual* s'apodera del seu domini i inverteix els termes: somiar és viure. La vida es converteix en una funció del somiar en la forma: «somia i viuràs» que no és el mateix que «viu i somiaràs».

En aquest sentit, la ciutat infovirtual traduïda, per exemple, en els mons infovirtuals serien també parcs temàtics; formes de viure l'experiència de ser un altre, de viure en un espai de «*riskless risks*» (J. Hannigan), obert 24 hores, subjectivista i infovirtual, de comunicació total.

Viure en la ciutat infovirtual permet una vida basada en el solipsisme. Com hem vist en els primers capítols de la investigació, l'individu projectava en l'espai el seu interior o

<sup>1126</sup> PESSOA, F. *Llibre del desassossec*. Barcelona: Quaderns crema, 2002. p. 104. «Jo mai no he fe res més que somiar. Ha estat aquest, i sols aquest, el sentit de la meua vida. Mai no he tingut un altra preocupació verdadera tret de la meua vida interior. (...) La meua mania de crear un món fals m'acompanya encara, i només en la meua mort m'abandonarà». p. 105.

<sup>1127</sup> LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *La pantalla global. Cultura mediàtica y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009. p. 288.



la seva mentalitat i aquest espai retornava a ell influint-hi (teories ecològiques); però en la ciutat infovirtual, quan actua com a evasió, el procés és implosiu en la forma de l'eslògan de *Second Life* «El meu món: la meva imaginació».

D'aquesta manera, i com diria Freud a *El malestar en la cultura*<sup>1128</sup>, l'emancipació del món exterior i la immersió en les il·lusions i els processos psíquics interns ens porten a la satisfacció personal i a la felicitat<sup>1129</sup>; uns objectius vers els quals s'orienta la construcció de la ciutat contemporània, als quals tendeix i als quals aspira i que partint d'aquest *fuga mundi* s'erigeix cada cop més en una «ciutat interior», individual i subjectiva que es basa en l'experiència d'una ciutat que fa possible viure el nostre somni.

---

<sup>1128</sup> **FREUD, S.** *El malestar en la cultura y otros ensayos*. Madrid: Alianza, 2005. p. 25

<sup>1129</sup> Per a Freud hi ha tres fonts d'infelicitat: la supremacia de la natura, la caducitat del cos i la insuficiència dels nostres mètodes per regular les relacions humanes en la família, l'estat i la societat. En la ciutat infovirtual totes elles són modificades. Les dues primeres superades **FREUD, S.** *El malestar en la cultura y otros ensayos*. Madrid: Alianza, 2005. p. 30.

# Resultats

Resultats a mode de conclusions

---



## Resultats a mode de conclusions

**Objectiu 1: Exposar un marc teòric de referència que serveixi de base a la investigació.**

1.1 En primer lloc presentar els agents que determinen la configuració de les ciutats.

1.2 En segon lloc exposar i analitzar breument els discursos i les teories sociològiques i filosòfiques de la ciutat moderna i contemporània que han marcat les reflexions sobre la ciutat occidental des de principis del segle XX fins ara.

**Objectiu 2: Analitzar la ciutat contemporània mitjançant una proposta teòrica que contingui les categories fonamentals per copsar una nova realitat urbana que emergeix.**

Durant la investigació, la complexitat de l'objecte d'estudi ha anat *increscendo*. Com si fos una metàfora del temps present, l'estudi de la ciutat ens descobreix la transformació d'una ciutat clara i diàfana, delimitada per les muralles en una ciutat cada cop més borrosa i complexa; més inabastable i tèrbola.

Amb l'assoliment del primer objectiu hem traçat un marc teòric de referència que ens ha ofert els instruments necessaris per assolir el segon objectiu: aportar unes categories pròpies per a l'anàlisi de la ciutat contemporània. D'aquesta manera, la primera part d'aquestes conclusions recull breument la selecció i la interpretació dels constructes teòrics fonamentals que ens han servit per elaborar la segona part de la investigació dedicada a la *ciutat hiperrealitzada* i de la qual n'hem extret cinc conclusions.

D'altra banda, tots els resultats que presentem aquí han d'entendre's com a fites d'un llarg camí que encara no ha arribat a la seva fi i que ofereixen possibilitats de pertinença a través d'uniques categories i d'uns conceptes que pretenen ser útils per a investigacions posteriors. Perquè la investigació de la ciutat mai no s'esgota ni conclou atès que, com hem vist, és un objecte complex que es troba sempre en construcció.

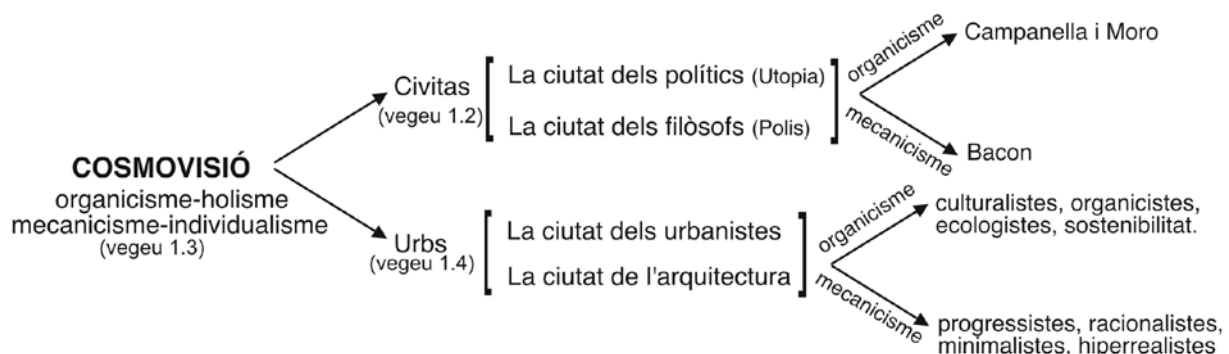
**Objectiu 1.1 Elements que determinen la configuració de les ciutats. (Ciutat projectada)**

Com a resultat de la investigació i pel que fa a l'objectiu 1.1 hem presentat els agents fonamentals responsables de la configuració de la ciutat; és a dir, les modalitats de pensament subjacents que legitimen i fonamenten tant la forma de ser de la *urbs* com el tarannà de la *civitas*. L'exposició d'aquests agents ens han servit per assentar les bases del nostre marc teòric a partir d'estructures de pensament que determinen les regles de formació i transformació de la ciutat. D'aquesta forma, i des d'una perspectiva semiològica, aquests elements formarien part del que podríem anomenar una 'morfosintaxi urbana' donat que, a partir d'ells, s'articula l'estructura interna i externa de les ciutats.

Des d'aquesta perspectiva, l'estudi o la reflexió de la ciutat conté explícitament o implícitament les dues cosmovisions que han determinat fins ara l'*estar-en-el-món* dels individus i de la societat i que hem recollit sota les denominacions de pensament organicista-holista i de pensament mecanicista-individualista.

Aquestes dues visions del món han influït tant en la forma de la *urbs* com en la de la *civitas*; tant en les estructures físiques i polítiques de la ciutat com en les regles de relació de l'individu amb el seu entorn, amb els altres i amb ell mateix.

En l'esquema següent (figura 11) visualitzem els agents responsables a partir dels quals s'ha desplegat tota la primera part de la investigació dedicada al que hem anomenat la *ciutat projectada*:



(Figura 11)

Pel que fa a la *civitas* la influència del pensament holista-organicista es manifesta en els relats utòpics de Thomas More o Tommaso Campanella, ambdós tenyits per un hàlit sagrat o còsmic; per un món encara lligat a Déu i a la Natura. D'altra banda, la visió

mecanicista-individualista ens ha portat a concebre el món des de la desacralització de la Natura, la raó instrumental i l'exaltació de la ciència i la tècnica com a via d'accés a la felicitat (progrés).

La *Nova Atlantis* de Francis Bacon, en aquest darrer sentit, se'ns ha presentat com una de les primeres utopies lligades a la confiança en la tècnica i a la raó humana. La deriva d'aquesta línia de pensament, tanmateix, no només aportarà noves eines i llenguatges per relatar la utopia (com ara el cinema o els videojocs) sinó que esdevindrà una utopia en ella mateixa; és a dir, el pensament mecanicista-individualista no només situarà la tècnica com un mitjà sinó que també com a finalitat i horitzó al qual cal dirigir-se.

Per això, quan la tècnica i la tecnologia esdevenen meta i camí de l'avanç de la civilització occidental la utopia tecnològica es transforma per inèrcia en tecnocràcia; en una forma de pensar que sorgeix quan la tècnica substitueix la política.

D'altra banda, pel que fa a la *urbs* (figura 11), les formes de pensament holista i mecanicista també tenen la seva traducció en les diverses formes de concebre i d'organitzar l'espai, la ciutat i l'*habitar*. Els models urbanístics progressista i racionalista coincideixen amb la forma de pensament mecanicista-individualista mentre que el model culturalista, organicista i sostenible es decanta per un pensament organicista-holista.

En aquest escenari traçat per les dues cosmovisions, hem presentat l'arquitectura contemporània com a producte simptomàtic del pensament actual reblant i revalidant la premissa àmpliament acceptada i sobreentesa en tota la primera part de la investigació, que afirma que tant la ciutat en conjunt com els seus edificis en concret no són només fruit de la tècnica sinó del pensament i de les imatges del món individual i col·lectives.

D'aquesta forma ens ha semblat encertat identificar, en moments puntuals, la ciutat amb la societat que l'habita i reconèixer un caràcter simbòlic a l'administració i experimentació de l'espai urbà (la *urbs*).

Per això, hem exposat de la mà dels *arquitectes-star* els *valors* de la mentalitat contemporània amb la construcció d'espais projectats des de l'espectacle, la seducció i el consum fent especial èmfasi en els jocs perceptius creats per l'arquitecte quan utilitza la llum, els reflexes, la pantalla o el mirall amb la intencionalitat manifesta de desdibuixar la línia entre la realitat i la il·lusió, d'alleugerir les estructures i atenuar-ne la seva solidesa fins a tornar-les volàtils, lleugeres i fonedisses. L'edifici es torna transparent com la ciutat es dissol més enllà de les seves fronteres.

La ciutat que sorgeix del pensament contemporani és una ciutat que ens emmiralla i que ens immergeix en una forma de pensament reverberant i subjectiu, que surt i torna a nosaltres en la forma d'un edifici, un carrer, una escultura o un projecte. Una nova forma

de cosmovisió i morfosintaxi que en el darrer apartat d'aquests resultats anomenarem 'subjectiva-reticular'.

**Objectiu 1.2 Exposar i analitzar breument els discursos i les teories sociològiques i filosòfiques de la ciutat moderna i contemporània que han marcat les reflexions sobre la ciutat occidental des de principis del segle XIX fins ara. (Ciutat realitzada)**

Un cop feta la breu revisió de les teories de la ciutat moderna i contemporània posem de manifest que els discursos teòrics sobre la ciutat són com les *realitzacions* d'un programa de televisió en directe; són discursos construïts a partir de fragments, elaborats sobre una realitat galopant, complexa i dinàmica que sempre està canviant.

Podríem dir, així doncs, que l'aproximació teòrica a la realitat urbana dels darrers cent anys aporta llums i ombres sobre la ciutat però és incapaç d'emmarcar-la en una explicació global i completa.

**a) La ciutat moderna i la seva interiorització**

Pel que fa a la construcció del marc teòric de la ciutat moderna, hem acceptat com a hipòtesi *ad hoc* que el context urbà determina les relacions de l'individu amb els altres, amb un mateix i amb l'entorn i sobre aquest pressupòsit axiomàtic (la negació del qual esfondraria tot el constructe) s'ha erigit tota la investigació. Hem volgut, d'aquesta forma, dibuixar una ciutat que neix i retorna a l'individu.

Per aquest motiu, hem remarcat fonamentalment la relació individu-medi de les teories ecològiques de l'Escola de Chicago així com també el gir psicosocial de l'estudi urbà de Georg Simmel amb la seva teoria sobre la interiorització de la vida nerviosa de la ciutat, de l'adopció de la lògica de la moneda, de l'actitud *blasé* i de la racionalitat que protegeix l'individu d'una realitat urbana moderna massa aclaparadora.

Les proposicions de Simmel ens han suggerit l'existència d'una «ciutat interior» inherent a l'individu, la qual l'acompanya allà on va i que s'evidencia tant en la tensió entre l'individu i el medi com en l'adopció dels ritmes i dels espais orquestrats per la *urbs*. Sembla evident, així doncs, que, si l'individu ha anat interioritzant les noves tecnologies - com diria Lewis Mumford a *Tècnica i civilització* amb el rellotge o el mapa-, també ha interioritzat, per força, el gran producte tecnològic humà per excel·lència: la ciutat.

Aquesta interiorització del món urbà, tanmateix, també es manifesta en les relacions socials. El context urbà definit per la densitat, l'heterogeneïtat i les dimensions

(Louis Wirth) i també per la lògica de càlcul (G. Simmel) determinen els encontres fortuïts convertint-los en relacions cosificades que es donen entre individus anònims; *sense rostre* (Emmanuel Lévinas), de caire preeminentment racional i basades en el reconeixement, la veracitat, l'ús, la seducció i la preocupació narcisista per les impressions que evoquem amb la nostra imatge.

La ciutat moderna i el seu tarannà teatral, converteix l'individu en un actor (Ervin Goffman) que actua en l'escenari de la vida quotidiana. El *flâneur* descriu aquesta quotidianitat a petits glops, capta la forma de caminar de les ciutats, els seus ritmes i el moviment de la multitud. Amb la seva microvisió particular hem pogut arrodonir les perspectives analítiques de la ciutat moderna per mitjà de descobrir alguns dels valors incipients de la nova modernitat els quals es veuran emfasitzats en la contemporaneïtat com ho són el consum i l'espectacle.

**b) La ciutat contemporània: ciutat del consum, l'espectacle i la fragmentació.**

La ciutat contemporània agafa una deriva diferent de la ciutat moderna. Malgrat que n'és hereva directa apareixen nous atributs i se n'accentuen d'altres. És una «ciutat global», connectada a d'altres ciutats, configurada per acollir un estil de vida basat fonamentalment en el consumisme i en l'espectacularització pròpia del parc temàtic. És una «ciutat genèrica» (Rem Koolhaas), sense geografia ni història, orientada a l'experiència del somni i a la satisfacció del desig.

En primer lloc, el consum esdevé l'eix motriu de la ciutat contemporània la qual genera un nou estil de vida; un nou *ethos* cultural. Les relacions humanes, la identitat, l'economia, la política i la cultura es defineixen, cada cop més, a través del consum, la concepció del qual ha anat variant amb el temps. En un principi, s'havia basat en el profit dels objectes i de les seves funcions. Més endavant, a la modernitat, es popularitza el consum de la significació i de les narratives annexionades als objectes per part de les masses. I, darrerament, el consum ha esdevingut experiència per se de la nostra vida; un acte que troba el gaudi i la satisfacció en ell mateix.

En aquest darrer marc, la ciutat es converteix tant en l'objecte com en l'escenari per antonomàsia de l'experiència del consum. Viure en la ciutat no és *habitar-la* sinó consumir-la.

En segon lloc, la ciutat contemporània és també la ciutat de l'espectacle i la «fantasia» (John Hannigan); és una ciutat que acull les narratives de ficció i les marques i que tendeix a fer-nos immernir en el somni i la fantasia substituint la realitat per la ficció (Jean Baudrillard) fent-nos viure experiències *sense risc* i orientada a la satisfacció de les



exigències del nou *ethos* cultural mitjançant una ciutat transformada en *consumtopia*; oberta al consum les 24 hores del dia.

La proliferació dels *malls* i dels mateixos aparadors amb les mateixes marques arreu il·lustren la «ciutat genèrica»; un espai sense geografia ni història, descontextualitzada física i temporalment a partir d'un arquetip de repetició modular i fractal i d'un tempo determinat pels transports, els mèdia i per les noves tecnologies de la comunicació i la informació (TIC) els quals acceleren els ritmes de la ciutat, escurcen les distàncies i articulen l'activitat de la *civitas* debilitant els espais públics tradicionals i abonant la proliferació dels «no llocs» (M. Augé).

La *urbs* s'aprima perquè l'entorn infovirtual acull, cada cop més, les relacions socials, el treball, la cultura, l'oci i el consum així com també les institucions i els serveis; elements que abans aixoplugava la *urbs*. La *urbs*, així doncs, perd el seu sentit originari i la unió antiga entre *urbs* i *civitas* es fractura.

La *ciutat realitzada* esdevé una *urbs* sense *civitas*; és a dir, un cementiri de cossos sense ànimes, un espai profundament desangelat. Les activitats de la vida quotidiana ja no estan necessàriament lligades a les estructures de la *urbs* perquè és desenvolupen en un entorn infovirtual constituït per les xarxes socials telemàtiques, els xats, les webs, els blogs... En aquest sentit, la ciutat que coneixíem es va tornant transparent a mesura que la seva «ànima» s'infovirtualitza i s'immergeix en el ciberespai.

Per això, el recorregut de la investigació il·lustra implícitament el pas progressiu d'una ciutat tradicional feta de muralles, de pedra i de maó, de relacions cara a cara, de cultura local i tradicional cap a una ciutat il·limitada (planetària), fragmentada, feta d'absències, immaterial, sense geografia ni història.

En el següent quadre presentem molt esquemàticament el procés de transformació de l'espai urbà en relació amb l'experiència que en té l'individu:

Vida en l'entorn rural (Ciutat realitzada premoderna)	Viure en la ciutat moderna (Ciutat realitzada)	Viure en la ciutat infovirtual (Ciutat hiperrealitzada)
<b>Aspectes econòmics</b>		
Economia domèstica: activitat econòmica dominant agrícola.	Economia basada en el comerç i la indústria.	Economia basada en el consumisme: transmutació de valors i signes entre individus.
Agricultura, basada en els hàbits o en les tasques repetides regularment. La cooperació és regida pel costum. (Tönnies)	Indústria basada en decisions; això és, en l'ús productiu intel·ligent del capital i la venda del treball. Els reglaments regeixen la fàbrica. (Tönnies)	Consum basat en <i>la nova economia</i> .
<b>Aspectes socials</b>		
Societat rural	Societat industrial / consum	Societat de consum / coneixement / informació
Territori social: autàrquic, tancat, centralitzat local.	Territori social: la ciutat, entreoberts, amb base nacional.	Territori social: obert, canviant, descentralitzat, fragmentat, infovirtual.
Solidaritat mecànica	Solidaritat orgànica	Solidaritat commutativa
Vida familiar = harmonia. L'home hi participa amb totes les seves facultats. El subjecte propi és el poble. (Tönnies)	Vida urbana = convenció: està determinada per la intencionalitat individual. El subjecte propi és l'associació en si. (Tönnies)	Vida en xarxa: fragmentació determinada per la intencionalitat individual. El subjecte propi és el consum.
Espai privat.	Espai públic	Debilitament de l'espai públic: sorgiment d'un espai infovirtual.
Relacions interpersonals cara-cara. (Thompson)	Relacions interpersonals cara a cara, mediades i quasi mediades. (Thompson)	Relacions interpersonals Relacions interpersonals mediades i quasi mediades. (Thompson)
<b>Aspectes culturals i polítics</b>		
Paradigmes dominants: Creences, tradició, mite, autoritat, saviesa.	Paradigmes dominants: raó universal, llibertat, especialització, democràcia representativa.	Paradigmes dominants: complexitat, incertesa, autorregulació, flexibilitat, velocitat.
Cultura local	Cultura global	Cultura <i>glocal</i>
Preponderància de la perspectiva holística	Preponderància de la perspectiva individualista	Preponderància de la perspectiva hiperindividualista-tecnocràtica.
Vida rural de llogarret = usatges i costums. Aquí l'home hi participa amb tot el seu cor i tota la seva ànima. El subjecte propi és la comunitat. (Tönnies)	Vida nacional = legislació. Està determinada pel càlcul privat. El subjecte propi és l'estat. (Tönnies)	Vida transnacional: dèbil legislació i control. El subjecte propi és el subjecte. L'estat perd poder
Identitat donada.	Identitat construïda.	Identitat fluïda, provisional.
Veritat	Veritat subjectiva.	Veritat insignificant, pragmàtica.
<b>Vida interior</b>		
Vida psíquica: costum, ritme lent, uniformitat de sensacions, insistència sobre l'emotivitat i el sentiment. (Simmel)	Vida psíquica: mutació constant, ritme frenètic de sensacions, coneixement racional com a element que determina de forma essencial la personalitat i com forma de defensa davant la hiperestimulació. (Simmel)	Vida psíquica: mutació constant, ritme frenètic de sensacions, coneixement racional com a: 1.- Element que determina de forma essencial la personalitat. 2.- Forma de defensa davant la hiperestimulació. 3.- Fragmentació i targetització
Intimitat	Intimitat / Públic	Extimitat o intimitat a distància.
Públic	Anònim	Hiperanònim
Memòria	Hipermemòria / oblit	Alienació de la memòria
Pensament lineal	Pensament Lineal	Pensament digital / superficial

El quadre, a més a més d'il·lustrar un procés de virtualització (*hiperrealització*) també ens suggereix un procés d'emfasització de la ciutat (*hiperciutat*); és a dir, que la ciutat se'ns presenta progressivament més *urbana*: més artificial, més semblant a una *segona naturalesa* i menys dependent d'ella.

La distància que la ciutat pren de la Natura ens resguarda de la intempèrie i de la seva cruesa. Al mateix temps, però, la tècnica, a més de donar-nos eines per domesticar-la, *parquematzar-la* i amotllar-la a la nostra mesura i necessitats ens permet

construir una ciutat *massa llunyana* respecte de la Natura que respon –més que a les necessitats- als nostres somnis i desigs.

Per últim, després de la revisió d'algunes de les teories sobre la ciutat contemporània, revalidem la idea que teoritzar sobre la ciutat actual és una tasca molt feixuga; no només per la seva complexitat i la falta de perspectiva sinó perquè les dificultats d'anàlisi augmenten a mesura que anem entrant en el terreny de la infovirtualitat perquè el nostre pensament lògic, disjuntiu i seqüencial topa amb una ciutat que es pensa des del moviment, la simultaneïtat i la paradoxa.

L'estudi de la nova ciutat emergent, doncs, requereix una nova forma de raonar que combini la virtualitat amb la realitat, la connexió amb la desconexió, l'espai tradicional amb l'*espai de fluxs*, el caos amb el cosmos, allò privat amb allò públic, la memòria amb l'oblit, allò local amb allò global, la totalitat amb la fragmentació, la centralitat amb la perifèria, i tot això des de la simultaneïtat.

D'aquesta manera, podem concloure aquest apartat afirmant que l'exploració de la ciutat contemporània comporta un pensament paradoxal i concomitant, fet de contraris que succeeixen alhora i, a banda, d'una lògica més propera a la física quàntica que als sil·logismes de la lògica clàssica. Aquesta forma d'abordar la ciutat desemboca en la proliferació de conceptes borrosos i neologismes que proven de descriure la ciutat a partir de les diverses dicotomies i antilogies que configuren el tarannà paradoxal de la nova ciutat emergent.

**Objectiu 2: Analitzar la ciutat contemporània mitjançant una proposta teòrica que contingui les categories fonamentals per copsar una nova realitat urbana que emergeix.**

Les dues primeres parts de la investigació dedicades a la *ciutat projectada* i a la *ciutat realitzada* ens han servit de marc teòric per desenvolupar l'anàlisi de la nova ciutat emergent, la qual hem anomenat la «ciutat hiperrealitzada».

Després de l'estudi de les diverses teories sobre la ciutat contemporània constatem que l'aproximació a la nova ciutat es basa, en la majoria dels casos, en imatges metafòriques que ens ajuden a afrontar intel·lectualment aquesta realitat plena de complexitats i paradoxes.

La dificultat per investigar la ciutat contemporània amb l'instrumental teòric que tenim es manifesta, com hem dit abans, en la proliferació de neologismes per designar una nova realitat urbana borrosa. A partir d'imatges suggeridores com ara la de «ciutat xarxa», «ciutat global», «ciutat fantasia», «postmetròpolis», «ciutat de bits», «telèpolis» o «ciutat genèrica», entre d'altres, s'intenta encarar conceptualment una ciutat esmunyedissa que es troba immersa en processos d'acceleració i transformació constant. I per això, la inaprehensibilitat de la nova ciutat s'aborda preeminentment des de la metàfora, la qual esdevé la forma d'immersió i comprensió de la ciutat infovirtual. En aquest sentit, l'anàlisi de la metàfora que intenta explicar la ciutat presagia un canvi de paradigma.

Si bé en un primer moment ens servíem de les imatges de la nostra realitat immediata per explicar el ciberespai («El ciberespai és com una ciutat») serà el ciberespai qui ens servirà per explicar la nostra realitat immediata («La ciutat és com el ciberespai»). És a dir, els atributs propis de la ciutat infovirtual (fluïdesa, immediatesa, interconnexió, il·limitació, instantaneïtat, inestabilitat, flexibilitat, transitorietat, evanescència, hiperrealitat...) ens serveixen per descriure el nostre món contemporani; la nostra *ciutat realitzada*.

Així doncs, la inversió de la metàfora esdevé un símptoma de la infovirtualització de la realitat i de la immersió de la ciutat en la infovirtualitat. Perquè el pol de sentit s'ha desplaçat i qui dóna sentit a la nostra realitat és, paradoxalment, la hiperrealitat.

Per això, amb ànim provocador hem subtitulat la tercera part de la investigació com la "Teoria de la ciutat virtual; anàlisi de la ciutat real", per posar de manifest que *ciutat realitzada* i ciutat infovirtual són dues *realitats* entreteixides i difícils de destriar l'una de l'altra, de la mateixa manera que cada cop és més difícil distingir entre la realitat

i la ficció o entre allò simulat del seu simulacre, perquè la infovirtualitat s'afanya en fer-se real i la realitat fa esforços per tornar-se infovirtual.

En aquesta direcció, la ciutat contemporània està constituïda per capes juxtaposades de «realitat virtual» i de «virtualitat real» difícils de diferenciar l'una de l'altra. A mesura que la tecnologia avança, la virtualitat tendeix a assemblar-se més a la realitat i, alhora, la *realitat*, gràcies a les noves tecnologies, tendeix a immersir-se més en la il·lusió.

### ***Nova terminologia per a una nova realitat: la 'ciutat hiperrealitzada'***

La nostra designació particular d'aquesta nova realitat urbana és la de «ciutat hiperrealitzada» en els dos sentits següents:

**a) 'Hiperrealitzada'** entesa a partir del prefix 'hiper' com a **acceleració i emfasització** de la *ciutat realitzada*.

**b) 'Hiperrealitzada'** entesa a partir de la seva constitució **infovirtual**.

Per una banda, el prefix 'hiper' (a) connota el seu moviment accelerat i també el seu tarannà d'exageració o d'excés dels atributs de la nostra societat *hipermoderna* (G. Lipovestky) entenent que dins la infovirtualitat es poden manifestar en la seva màxima expressió i sense impediments. Com hem vist, en la infovirtualitat la velocitat es torna immediata, la provisionalitat en efímer i la sobreinformació en infoxicació.

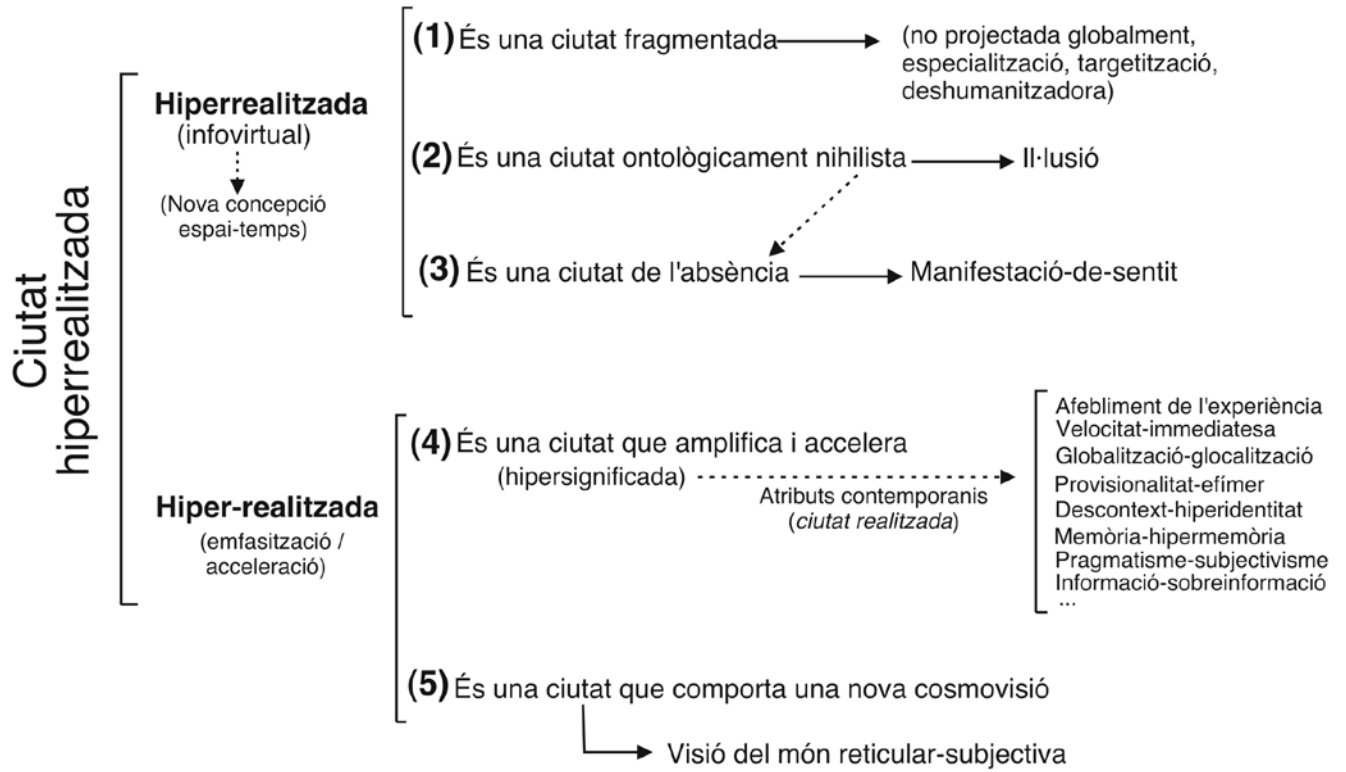
D'altra banda, com a segona accepció, 'hiperrealitzada' (b) per denotar la seva complexió *infovirtual* i *hiperreal*; terme emparentat amb les teories del filòsof francès J. Baudrillard a les quals ens adscriuim -malgrat que d'una forma menys apocalíptica- perquè expliquen el tarannà cada cop més simulat, hiperreal o infovirtual de la nostra quotidianitat.

D'aquesta manera, el terme 'hiperrealitzada' ens serveix per subratllar l'essència distintiva d'aquesta nova ciutat emergent que és fruit de dos processos simultanis (acceleració i infovirtualització) que culminen amb diverses formes i variants de desaparició, aprimament o esvaïment.

Per això, a partir de la noció doble (a, b) de 'ciutat hiperrealitzada' hem articulat una proposta teòrica que conté algunes de les categories fonamentals per a l'anàlisi de la nova ciutat emergent.

Tot seguit passem (Figura 12) a enumerar cinc de les conclusions a les quals hem arribat durant el transcurs de la investigació:

(Figura 12)



**Conclusió primera: *La ciutat hiperrealitzada és una ciutat fragmentada, sense una projecció global i amb un caràcter més deshumanitzant que humanitzador.***

La infovirtualitat permet que la nova ciutat emergent es perfili com la possibilitat de projectar-se i 'realitzar-se' sense els inconvenients de l'espai/temps. La seva complexió la converteixen en una «ciutat genèrica» en estat pur que modifica la nostra manera d'entendre l'espai i les seves representacions; unes representacions sense referent geogràfic, extraterritorials, immaterials, fetes de *software*, dades i significacions.

Per *planificar* la *ciutat hiperrealitzada* s'ignoren les preocupacions bàsiques i fonamentals de qualsevol urbanista d'ara i d'abans. L'únic objectiu és conformar una 'urbs' immaterial –software- dissenyada per esdevenir el receptacle de les activitats de la *civitas* i, molt especialment, de les relacions interpersonals i de consum.

En aquest sentit, i recollint sobretot les teories de W.J. Mitchell, la *civitas* cedeix la seva activitat simbòlica, el seu *espai social*, a la ciutat infovirtual debilitant, de retruc, les funcions que abans tenia la *urbs*. Si amb la ciutat contemporània (*ciutat realitzada*) parlàvem d'una *urbs* sense *civitas*, desangelada i sense ànima, amb la *ciutat hiperrealitzada* hem de parlar d'una *civitas* sense *urbs*.

Per un altre cantó, la xarxa no té una projecció global, sinó que la conformen petits fragments interconnectats que apareixen, desapareixen i s'actualitzen constantment. En aquesta direcció, la seva falta de planificació i de control global esdevenen un instrument de doble tall que pot concebre's com una possibilitat o com un perill.

La xarxa pot ser la celebració de la llibertat, de la democràcia directa i de la igualtat però també el temor davant del descontrol d'una estructura estructurant-se desbocada, salvatge i imprevisible que pot segregar, aïllar i controlar els individus i l'esclavitzar-los en un règim tecnocràtic on l'ordre i el valor humà vingui imposat per la lògica instrumental de la xarxa.

O l'individu és alliberat o l'individu és encadenat a l'ombra de la seva pròpia creació; o, dit en d'altres paraules: o bé el paper de la tecnologia és alienant i deshumanitzador (postura tecnòfoba, distòpica) o bé és un instrument que ens humanitza, ens perfecciona i ens allibera (postura tecnòfila, utòpica).

Sigui com sigui, de forma cauta i provisional, considerem que la *ciutat hiperrealitzada* se'ns presenta com un agreujant de la deshumanització que pateix la ciutat contemporània, com un sedant per continuar-hi vivint, com un perill latent de ser

dominats per la tecnologia, d'una forma de control panòptic omnipresent, com un instrument per aguditzar l'individualisme, la tecnocràcia i el *fuga mundi*.

Malgrat que el seu paper podria ser ben bé un altre, la *ciutat hiperrealitzada* emfasitza els aspectes deshumanitzadors de la *ciutat realitzada* com ara el predomini de la *cultura objectiva* per sobre la *subjectiva*, la despersonalització, la cosificació, les relacions precàries entre individus, el pensament dèbil, el consumisme com a motor social, etc.

Tanmateix, la ciutat infovirtual conté en la seva estructura possibilitats humanitzadores com ara el seu ample potencial comunicatiu i informatiu així com el reforç d'unes relacions interpersonals ferides per uns determinats estils de vida. Les noves tecnologies de la comunicació i informació poden ser un terreny per a la transformació del món, una forma de relligar la fragmentació, una via de mobilització ciutadana i de participació *política* transversal.

Tot i això, la ciutat hiper-realitzada es perfila -en termes generals- com el reforç de la *ciutat realitzada*; com un mirall amplificador d'uns atributs que han deshumanitzat la ciutat i l'han buidat de la *política* i de la noció de ciutadania. La ciutat hiperrealitzada és una plataforma de consum, d'espectacle, de seducció, de la veritat pragmàtica i subjectiva, de la infoxicació i de les relacions interpersonals precàries.

Si el lloc de l'home clàssic (hel·lènic) era la *polis* perquè el feia més *humà* mitjançant la política, el lloc de l'individu contemporani no podrà ser la ciutat en tant que el deshumanitza i en tant que allò que regeix la societat és el consum i la tecnocràcia i no pas la política en el seu sentit més clàssic.

En un món fet *hiperciutat* l'ésser humà ja no pertany a cap lloc. Una ciutat sense política i amb un *ethos* com és el consum pel consum ja no és una ciutat, una polis, el lloc *natural* de l'ésser humà per desplegar-se o ser feliç. L'individu convertit en vagabund, buidat d'història i nostàlgic de geografia concorda amb el tarannà de l'anar i venir dels fluxos de la xarxa, amb el retorn al nomadisme del navegant internàutic, amb la desterritorialitat i el desarrelament provocat per una pàtria cibernètica impersonal i purament subjectiva, que és propietat de tothom però de ningú.



**Conclusió segona: La ciutat hiperrealitzada és una ciutat ontològicament nihilista que mena a la il·lusió.**

La nova ciutat emergent és *nihilista*, tant en el sentit que exposa Heidegger amb l'oblit de l'èsser o amb la visió encara negativa de la *transvaloració dels valors* de Nietzsche com des de la perspectiva ontològica en la qual hem aprofundit.

En aquesta direcció, valent-nos de l'esquema ontològic de Xavier Zubiri (sobre la *cosa-real* i la *cosa-sentit*) i inspirant-nos en la filosofia de Heidegger suggerim que la nova *ciutat infovirtual* és ontològicament nihilista perquè està constituïda a partir de significacions sense referent en la forma que hem exposem en el següent quadre:

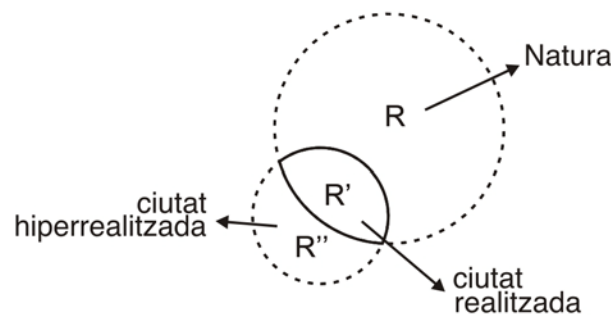
<b>Natura</b> (Món no significat)	<b>Ciutat realitzada</b> (Món significat)	<b>Ciutat hiperrealitzada</b> (Món hipersignificat)
Cosa en si (Kant) Noúmen De suyo (Zubiri) <i>Prote hyle</i> (Aristòtil)	Cosa real + cosa-sentit (Zubiri) = realitat	Cosa sentit + Cosa sentit= il·lusió
Sense significació. No podem conèixer ( <i>Misteri</i> ) Ésser Contínua	Significada. (Amb referent) Podem conèixer (Ciència) Representació Discontínua	Hipersignificada. (Autorreferent) Creiem conèixer (Il·lusió) <i>Manifestació-de-sentit</i> Fragmentada

L'absència és l'element característic de la nova ciutat emergent. Però no l'absència que atribuïm al misteri inaprehensible de l'alteritat o de la Natura, o del que Heidegger en diria de l'èsser, sinó l'absència que ha estat ocupada pel món de la significació i que en el seu intent de ser compresa i de substituir l'èsser ens condueix directament a la il·lusió. La il·lusió serà aquesta la substitució i ocupació del buit que tenia la inaprehensibilitat de l'èsser per part del món de la significació.

Perquè a la *ciutat hiperrealitzada* el referent no és la Natura (Realitat) sinó la pròpia ciutat (R'); no és la *cosa-real* sinó el seu sentit. Per aquest motiu, considerem que un dels trets constitutius de la *ciutat hiperrealitzada* és l'arreferencialitat: la significació orfe de referent (buida d'Ésser diria M. Heidegger) o el resultat d'una *cosa-sentit* deslligada de la *cosa-real* (en termes de X. Zubiri).

**Conclusió tercera: La ciutat hiperrealitzada és la ciutat de l'absència: no hi ha representacions sinó manifestacions-de-sentit.**

La *ciutat hiperrealitzada*, buidada de referent, se cita a ella mateixa; està feta de significacions que remeten a d'altres significacions. Per aquest motiu, parlem d'una ciutat basada en l'autorreferencialitat, la *sensitis* i l'autocita una idea que coincideix amb la *realitat significamentosa* (Rubert de Ventós) i amb l'imperi de la significació de la cultura contemporània que ha abandonat l'interès per la *realitat* i la *veritat* (R) per interessar-se, sobretot, pel món de la *il·lusió* (R''), figura 13).



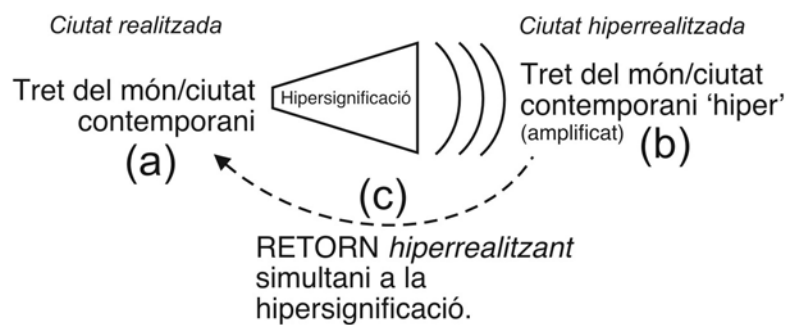
(Figura 13)

En la nova ciutat emergent, doncs, no hi ha pròpiament una representació lligada a una *cosa-real* sinó una manifestació-de-sentit. No hi ha presències sinó absències. Ontològicament la *ciutat hiperrealitzada* és una ciutat d'individus absents perquè l'individu com a subjecte (com a ésser) no pot immiscir-se en la virtualitat. D'aquí també la reticència a parlar de *telepresències* com fan generalment alguns autors perquè la presència no pot ser presència i absència a la vegada; almenys des de la lògica clàssica. La presència necessita *ser-hi*.

Per això, hem advocat per la utilització del terme 'manifestació-de-sentit' en lloc de 'representació' perquè la 'manifestació-d'un-sentit' no remet a res que estigui fora de la manifestació mateixa o, en d'altres paraules, la 'manifestació' no apunta a cap cosa sinó a l'espectador mateix, el subjecte esdevé espectador i creador a la vegada: tot surt de l'individu i tot retorna a ell conduint-lo a una realitat onírica: una idea vinculada a la parquematització i al subjectivisme; dos trets que hem assenyalat com a constructors de la *urbs* i que hem atribuït a la ciutat contemporània. En aquesta direcció, la immersió total en la infovirtualitat doblega la idea de 'representació' perquè no hi ha referència ni referent fora d'ella mateixa.

**Conclusió quarta: La ciutat hiperrealitzada actua com a agent accelerador i amplificador dels atributs de la societat occidental contemporània.**

La nova ciutat emergent actua com un efecte de reverberació i d'amplificació dels valors contemporanis atribuïts a la *ciutat realitzada*. La seva lògica autorreferencial fa retornar els valors contemporanis a la ciutat i a la nostra vida quotidiana però d'una forma accelerada (hiper); emfasitzada. Per aquest motiu, parlem d'hipersignificació com a emfasització quan els valors de la *ciutat realitzada* es traslladen a la xarxa i allí s'hi manifesten sense límit immergint l'individu en la vivència del valor hipersignificat (Figura 14).



(Figura 14)

En l'esquema es visualitza el procés pel qual un valor contemporani com podria ser, per exemple, la velocitat quan es viu en la ciutat infovirtual es transforma en immediatesa i la nostra percepció dels temps en la vida quotidiana (sigui *online* o *off line*) canvia substancialment.

La interiorització d'aquests valors hipersignificats es consoliden, resseguint el fil teòric traçat per Simmel, en la forma d'una «ciutat interior» la qual està constituïda per tots aquells valors hipersignificats que duem en la nostra manera de pensar i de fer, de percebre i d'entendre el món estiguem o no en la ciutat; estiguem o no connectats. O, dit d'una altra manera, l'expressió de la ciutat creada per les TIC es dona en àmbits no necessàriament tecnològics sinó tecnològitzats.

D'aquesta manera, la infovirtualitat i les dinàmiques d'hiperrealització abracen l'existència humana més enllà de la connexió telemàtica exportant les seves lògiques i formes de pensament fora de la xarxa. Viure en la *ciutat hiperrealitzada* és immergir-se en el seu espai-temps així com també en la interiorització dels seus valors (immediatesa, transitorietat, hiperidentitat, subjectivisme, sobreinformació, hipermemòria, globalització, etc.) i no simplement estar connectat a la xarxa. La ciutat la portem sempre amb nosaltres.

**Conclusió cinquena: *El pensament subjacent a la ciutat hiperrealitzada no és ni la cosmovisió organicista-holista ni la mecanicista-individualista sinó una de nova: la reticular-subjectiva.***

Com a conseqüència de les conclusions anteriors, se'ns presenta el que podria ser una nova forma de pensament lligat a la configuració de la ciutat; una nova *cosmovisió* diferent de les que hem vist fins ara; la qual no correspon ni a la visió holística-orgànica que desembocava en una imatge de ciutat convertida en cos humà, ni a la concepció mecànica que confluïa en una ciutat industrial, grisa i automàtica articulada per les cadenes de muntatge.

Al substrat de la *ciutat hiperrealitzada* descobrim una **nova visió reticular** del cosmos que il·lustrem amb la imatge d'una ciutat amorfa, constituïda per les connexions esporàdiques i aleatòries entre fragments, a la imatge d'un món fet de ràfegues i impulsos elèctrics entre nodes, conformat per l'estructura de les *sinapsis* neuronals: una comunicació *caosmològica*.

Al mateix temps, una **visió molt individualista** que es manifesta en el subjectivisme. Perquè la nova cosmovisió ja no parteix d'una visió global del tot (com en el cas de la metàfora del cos o d'una màquina) ni de la idea d'individualisme modern que encara forma part del tot social, sinó de les veritats subjectives i pragmàtiques de cada individu, de l'experiència particular de cada món (o mons, com diria N. Goodman) viscut des de la infovirtualització de la vida humana i a partir de la interiorització d'una experiència urbana que cada com està més immersa en la infovirtualitat i en el consumisme.

Si en la ciutat moderna l'enderroc del murs inaugurava l'emancipació i l'alliberament d'un individu encorsetat per les idees i les institucions tradicionals, la nova expansió infovirtual eixampla l'emancipació fins al punt més àlgid amb la dissociació de l'espai social de l'espai físic; de la identitat donada o construïda a la identitat fluïda i provisional.

La cosmovisió vinculada a la nova ciutat, doncs, va lligada a una nova forma de pensament que hem anomenat 'subjectiva-reticular':

	<b>Holista organicista</b>	<b>Individualista mecanicista</b>	<b>Subjectiva reticular</b>
<b>Imatge / metàfora</b>	Ciutat com a cos orgànic: individu forma part del 'tot' del cos.	Ciutat com a màquina: individu és una peça, un fragment, cadena de muntatge.	Ciutat com a cervell: individu connectat en la forma de sinapsis neuronals

Aquesta nova visió obre la porta a múltiples vies d'investigació sobre la traducció d'aquesta nova cosmovisió subjectiva-reticular en totes les esferes de la vida quotidiana.

I una nova manera de veure el món comporta un nou món i un nou món un camp de possibilitats per descobrir.

## Altres consideracions

Ja hem anunciat en la introducció d'aquesta investigació que el nostre recorregut era un itinerari de renúncies. Apuntem aquí algunes qüestions que ha suscitat aquesta investigació i que esperem abordar-les en investigacions posteriors:

a) Pel que fa a la infovirtualitat i al transvassament de l'activitat simbòlica de la *civitas* a la xarxa podriem parlar d'una cultura alliberada del contacte físic? Hi ha algun tipus de relació causa-efecte en la evanescència i la inmaterialització del nostre món i la revalorització de la sensualització i la hedonització de l'existència? Quan més infovirtual és el món més valor tenen les activitats vinculades a la sensualitat?

b) Quin és el paper de l'economia (com a activitat també simbòlica) en la creació i manteniment de les nova ciutat emergent?

c) Sobre el «cosmopolitisme» i la xarxa i sobre la noció de «ciudadans del món» d'Epictet (a *Manual i converses*) en quin grau es pot parlar de ciutadania en un espai de desarrelament com ho és la xarxa? Es pot parlar del concepte de ciutadania a la *ciutat hiperrealitzada*? Varia la seva definició (definicions)?

d) Quines són les possibilitats que té la política de projectar i controlar la ciutat hiperrealitzada si aquesta és feta de fluïdesa proteica? És possible una planificació intencionada global de la xarxa?

e) Com es construeix la idea de realitat des de l'arreferencialitat; és a dir, sense un referent ontològicament real? Com es pot construir i pensar en les diferents vessants de la realitat sense cap ancoratge a la realitat, des del sol·lipsisme?

f) Aprofundint en l'adveniment d'una nova forma de pensament reticular-subjectiu seria pertinent preguntar-se de quina manera es visualitza aquest canvi en els aspectes de la vida humana individual i comunitària. Tant en les relacions interpersonals i en la concepció de l'individu com en les institucions religioses, educatives, governamentals o familiars.

## Bibliografia

---



## Bibliografía i fonts digitals

**ABU LUGHOD, J.L.** *New York, Chicago, Los Angeles. America's Global Cities.* Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999.

**AGUSTÍ D'HIPONA.** *La ciudad de Dios.* Barcelona: Orbis, 1985.

**ALMIRON, N.** *Hacer política en Internet. Un análisis de la utilización de la política y de las posibilidades y tendencias actuales del uso de la Red como instrumento político.* [En línea]. 2001. <<http://www.almiron.org/otros7.html>>. [Consulta: 11 de febrer de 2011]

**ALONSO, J.** *Comportamiento del consumidor.* Madrid: ESIC, 1997.

**ALONSO, L. E.** *La era del consumo.* Madrid: Siglo XXI, 2005.

**AMENDOLA, G.** *La ciudad postmoderna. Magia y miedo de la Metròpolis contemporánea.* Madrid: Celeste, 2000.

*Anholt-GfK Roper Citybrands Index.* [En línea] <[www.simonanholt.com](http://www.simonanholt.com)>. [Consulta: 16 de novembre de 2011]

**ANTIFONT.** *Testimonis i fragments.* Barcelona: Fundació Bernat Metge, 2005.

*Archigram Archival Project* [En línea]. <<http://archigram.westminster.ac.uk/>> [Consulta: 18 de març de 2011]

**ARISTÒTIL.** *Ética a Nicómaco.* Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1985.

—. *Física.* Madrid: Gredos, 1995.

—. *Metafísica.* Madrid: Gredos, 1994.

—. *Obras.* Madrid: Aguilar, 1973.

—. *Política.* Madrid: Gredos, 1988.

**ASCHER, F.** *Los nuevos principios del urbanismo.* Madrid: Alianza, 2004.

**ASCHER, F.** *Metápolis ou l'avenir des villes.* París: Odile Jacob, 1995.

**AUGÉ, M.** *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción.* Barcelona: Gedisa, 1998.



- AUGÉ, M.** *Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad.* Barcelona: Gedisa, 1998.
- AZÚA, F.** *Baudelaire y el artista de la vida moderna.* Barcelona: Anagrama, 1999.
- AZÚA, F. [et al.]** *La arquitectura de la no ciudad.* Navarra: Universidad Pública de Navarra, 2004.
- BACON, F.** *Novum organum.* Madrid: Sarpe, 1984.
- BALANDRÓN, A.J. [et al.]** *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones.* Sevilla: Comunicación Social, 2007.
- BAROJA, P.** *El árbol de la ciencia.* Madrid: Alianza, 1993.
- BAUDELAIRE, Ch.** *Arte y modernidad.* Buenos Aires: Prometeo, 2009. p. 36.
- *Les flors del mal.* Barcelona: Edhasa, 1990.
- BAUDRILLARD, J.** *El Crimen perfecto.* Barcelona: Anagrama, 1996.
- *El sistema de los objetos.* Méjico: Siglo XXI editores, 1994.
- *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras.* Siglo Madrid: XXI España editores, 2009.
- *La transparencia del mal. Ensayos sobre los fenómenos extremos.* Barcelona: Anagrama, 1997.
- BAUDRILLARD, J.; NOUVEL, J.** *Los objetos singulares. Arquitectura y filosofía.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Econòmica, 2000.
- BAUMAN, Z.** *Globalització. Les conseqüències humanes.* Barcelona: Pòrtic, 2001.
- *Modernidad líquida.* Mèxic: Fondo de Cultura Económico, 2002
- *Modernidad y holocausto.* Madrid: Sequitur, 1997.
- *Vida de consumo.* Mèxic: Fondo de cultura económica, 2007.
- BECK, U.** *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización.* Barcelona: Paidós, 1998.
- BÉJAR, H.** *El ámbito íntimo. Privacidad, individualismo y modernidad.* Madrid: Alianza, 1988.
- BELL, D.** *Las contradicciones culturales del capitalismo.* Madrid: Alianza, 1977.
- BENEVOLO, L.** *Historia de la arquitectura moderna.* Barcelona: Gustavo Gili, 1999.

- BENJAMIN, W.** *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2005.
- . *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica: tres estudis de sociologia de l'art*. Barcelona: Edicions 62, 1993.
- . *Poesía y capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid: Taurus, 1998.
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T.** *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1984.
- BERGER, J.** *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
- BETIN, G.** *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
- BLOCH, E.** *El principio de la esperanza*. Madrid: Aguilar, 1977.
- . *La filosofía del Renaixement*. Barcelona: Edicions 62, 1982.
- . *L'arc utopia-materia i altres escrits*. Barcelona: Laia, 1985.
- BONHOEFFER, D.** *Resistencia y sumisión*. Salamanca: Sígueme, 2008.
- BORGES, J.L.** *Ficciones*. Madrid: Alianza, 1997.
- BOURDIEU, P.** *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1998.
- . *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama, 1997.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J. C.** *La reproduction. Eléments pour une théorie du système d'enseignement*. París: Minuit, 1977.
- BRINGUÉ, X.; SÁDABA, C.** *Menores y redes sociales*. Madrid: Fundación Telefónica, 2011.
- BUBER, M.** *Jo i tu*. Barcelona: Claret, 1994.
- BURKE, J.; ORNSTEIN, R.** *Del hacha al chip. Cómo la tecnología cambia nuestras mentes*. Barcelona: Planeta, 1995.
- CABALLERO, J.J.** "La interacción social en Goffman". *REIS* núm. 83. p. 121-149.
- CALVINO, I.** *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela, 2003.
- CAMPOS, E.** "Ciberdemocracia: presupuestos teóricos y estado de la cuestión según una revisión bibliográfica". A: *La utopia digital en els mitjans de comunicació: dels discursos als fets. Un balanç*. (III Congrés de Comunicació i Realitat). Barcelona: Trípod, 2005. p. 853-864.
- CANALS, F.** *Textos de los grandes filósofos: edad contemporánea*. Barcelona: Herder, 1990.

- CAPEL, H.** “La definición de lo urbano”. A: *Estudios Geográficos*, núm. 138-139 febrer-maig 1975. p. 265-301.
- CAPEL, H.** *Capitalismo y morfología urbana en España*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1990.
- CARR, N.** *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus, 2010.
- CARO BAROJA, J.** *La ciudad y el campo*. Madrid: Alfaguara, 1966.
- CASSINI, P.** *Naturaleza*. Barcelona: Labor, 1977.
- CASSIRER, E.** *Antropología filosófica*. México: F.C.E, 1974.
- CASTELLS, M.** *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza, 1997. (vol. 1)
- *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza, 1995.
  - “¡Ciudadanos: al Internet!”. *El País*. [Edició Catalunya] (7 de febrer de 1996).
  - *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009.
  - *La cuestión urbana*. Madrid: s. XXI, 1979.
  - *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes, 2001.
  - *Problemas de investigación en sociología urbana*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, 1971.
  - *El surgimiento de la sociedad de redes*. Madrid: Alianza, 1997.
- CERTEAU, M.** *La invención de lo cotidiano. I. Artes de Hacer*. Méjico: Universidad Iberoamericana, 1996.
- CHABOT, G.** *Las ciudades*. Barcelona: Chabot, 1972.
- Charter of the New urbanism*. [En línia]. Estats Units: 1996.  
<[http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta\\_espanol.pdf](http://cnu.org/sites/www.cnu.org/files/Carta_espanol.pdf)> [Consulta: 24 març 2009]
- Charter of Stockholm*. [En línia]. Estocolm: 6 de novembre de 2003. [En línia].  
<<http://ceunet.org/charter.html>> [Consulta: 24 març 2009]
- CHOAY, F.** *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

- . "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" A: **CHOAY, F.** [et. al] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 61-72.
- . *El urbanismo. Utopías y realidades*. Barcelona: Lumen, 1976.
- CHOMSKY, N.; RAMONET, I.** *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria, 1995.
- CHUECA, F.** *Breve historia del urbanismo*. Madrid: Alianza, 1974.
- COLLI, G.** *Filosofía de la expresión*. Madrid: Siruela, 1996.
- CORBOZ, A.** "El territorio como palimpsesto" A: **CHOAY, F.** [et. al] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 25-34.
- CÓRDOBA-MENDIOLA, D.** "¿Por qué compramos?". *ES. Estilos de Vida. La Vanguardia*. (4 de juny de 2011). núm. 192. p. 6-9.
- CORTÉS, J.; MARTÍNEZ, A.** *Diccionario de filosofía*. [CD-Rom] Barcelona: Herder, 1998.
- CORTINA, A.; CARRERAS, I.** *Consumeixo = existeixo?* Barcelona: Cristianisme i Justícia, 123.
- CORTINA, A.** *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus, 2002.
- CRYSTAL, D.** *El lenguaje e internet*. Madrid: Cambridge University Press, 2002.
- CUADRA, A.** *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: LOM, 2003.
- DACHEVSKY, M.** *Urban Zapping. Ciudades, productos y marcas*. Barcelona: UPC, 2001. p. 159-163.
- DAHRENDORF, R.** "Los de Seattle". *El País*. [Edició Catalunya] (16 de juliol de 2001).
- DALTON, R.J.; WATENBERG, M.P.** *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Nova York: Oxford University Press, 2000.
- DAMER, B.** *Avatars!: exploring and building virtual worlds on the internet*. Berkeley: Peachpit, 1998.
- DAMPIER, W. C.** *Historia de la ciencia y sus relaciones con la filosofía y la religión*. Madrid: Tecnos, 1986.

- DANET, B.** "El texto como máscara: género, juego y *performance* en Internet". A: **JONES, S.G.** *Cibersociedad 2.0. Una nueva vista a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador*. Barcelona: UOC, 2003. p. 143-166.
- DANNORITZER, C.** *Comprar, llençar, comprar* [DVD]. [Espanya]: TVE; Media 3.14; Arte; TVC, 2010.
- DAVIS, F.** *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza, 1996.
- DEBORD, G.** *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos, 2003.
- Declaración de principios: Construir la sociedad de la información: un desafío global para el nuevo milenio*. [En línea] Cimera Mundial sobre la sociedad de la información. Ginebra, 12 de maig de 2004. <www.iyu.int/wsis>. [Consulta: 14 març 2011]
- DE LA METTRIE, J. O.** *L'home màquina*. Barcelona: Laia, 1983.
- DELFANTE, CH.** *Gran historia de la ciudad. De Mesopotamia a Estados Unidos*. Madrid: Abada, 2006.
- DELGADO, M.** *El animal público*. Barcelona: Anagrama, 1999.
- DE SETA, C.** [et al.] *La ciudad y las murallas*. Madrid: Catedra, 1991.
- DE VRIES, J.** *La urbanización de Europa 1500-1800*. Barcelona: Grijalbo, 1987.
- DODGE, M.; KITCHIN, R.** *Atlas of Cyberspace*. London: Addison Wesley-Pearson Education, 2001.
- DOSTOIEVSKI, F.** *Memòries del subsòl*. Barcelona: Destino, 2003.
- DOWNEY, J.; McGUIGAN, J.** *Technocities*. London: Sage, 1999.
- DUCH, LI.** *Llums i ombres de la ciutat. Antropologia de la vida quotidiana 3*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000.
- . *Religió i món modern*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 1984.
- DUCH, LI.; FABRÉ, M.** [et al.] *Claroscurs de la ciutat tecnològica*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000.
- DUCH, LI.; MÈLICH, J.C.** *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana, 2.1*. Barcelona: Abadia de Montserrat, 2003.
- ECHEVERRÍA, J.** *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino, 1999.
- . *Telépolis*. Barcelona: Destino, 1994.

- . *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés, 2000.
- ECO, U.** *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa, 1994.
- . *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1999.
- ELIADE, M.** *Imágenes y símbolos: ensayo sobre el simbolismo mágico-religioso*. Madrid: Taurus, 1955.
- . *Lo sagrado y lo profano*. Madrid: Guadarrama, 1973.
- . *Tratado de Historia de las religiones*. Madrid: Cristiandad, 2000.
- ENGELS, F.** *Del socialismo utópico al socialismo científico*. Barcelona: DeBarris, 1998.
- . *Situación de la clase obrera en Inglaterra*. Buenos Aires: Futuro, 1965.
- Estudio General de Medios [En línea] (EGM) –AIMC- Octubre de 2010 a maig de 2011.*  
<<http://www.aimc.es>>. [Consulta: 14 de novembre de 2011]
- EUROPEAN COUNCIL OF TOWN PLANNERS; CONSEIL EUROPÉEN DES URBANITES.** *The New Charter of Athens 2003. Vision for Cities in the 21th century*. [En línea] Lisbon: 2003. <<http://www.ceu-ectp.eu/index.asp?id=108>>. [Consulta: 24 març 2009]
- EVERETTE, E.** [et al.] *La sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. Madrid: Complutense, 1996.
- Facebook*. [En línea]. <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>. [Consulta: 10 de gener de 2012]
- Política de Privacitat*. [En línea]. 2010. <[http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=10150163927665301](http://www.facebook.com/note.php?note_id=10150163927665301)>. [Consulta: 23 juliol de 2011]
- FERNÁNDEZ, C.** *Los filósofos medievales. Selección de textos*. Madrid: BAC, 1979.
- FERNÁNDEZ, F.** *Utopías e ilusiones naturales*. Barcelona: El viejo topo, 2007.
- FERRATER, J.** *Diccionario de filosofía*. Madrid: Alianza, 1984.
- FISHMAN, R.** "Más allá del suburbio" A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 35-47.
- FLANAGAN, W.** *Contemporary Urban Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

- FLORIDA, R.** *Las ciudades creativas. Por qué dónde vives puede ser la decisión más importante de tu vida.* Barcelona: Paidós, 2009.
- FÖLDÉNYI, L.** *Dostoyevski lee a Hegel en Siberia y rompe a llorar.* Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2003.
- FRANK, E.; FRITZIE P.** *El pensamiento utópico en el mundo occidental. Antecedentes y nacimiento de la utopía (hasta el siglo XVI).* Madrid: Taurus, 1984.
- FREUD, S.** *El malestar en la cultura.* Madrid: Biblioteca nueva, 1968.
- FRISBY, D.** *Fragmentos de modernidad: teorías de la modernidad en la obra de Simmel, Kracauer y Benjamín.* Madrid: Visor, 1992.
- . *Georg Simmel.* Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1990.
- Fundación Metròpoli* [En línia]. <<http://www.fundacion-metropoli.org>>. [Consulta: 10 de setembre de 2010]
- FUKUYAMA, F.** *El Fin de la historia y el último hombre.* Barcelona: Planeta, 1992.
- GADAMER, H.G.** *Antología.* Salamanca: Sígueme, 2001.
- GALBRAITH, J.K.** *La sociedad opulenta.* Barcelona: Planeta-De Agostini, 1984.
- GARCÍA CANCLINI, N.** *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.* Méjico: Grijalbo, 1995.
- GARCÍA VÁZQUEZ, C.** *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI.* Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- GARCÍA, A.** *Urbanística de las grandes ciudades del mundo antiguo.* Madrid: CSIC, 1962.
- GARCÍA, D.** “Visualización pictórica en la utopía: la Ciudad del Sol de Tomasso Campanella como ciudad pintada” A: *Anales de la Historia del Arte.* Madrid: Universidad Complutense, 1999. p. 159-180.
- GEVAERT, J.** *El problema del hombre. Introducción a la antropología filosófica.* Salamanca: 1991.
- GEERTZ, C.** *La interpretación de las culturas.* Barcelona: Gedisa, 1992.
- GOFFMAN, E.** *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997.
- GOLDBERGER, P.** “The rise of the private city”. A: **VITULLO, M.** *Breaking Away: The Future of Cities.* New York: The Twentieth Century Fund, 1996.

- GÓMEZ, F.J.** *Historia de la Grecia Antigua*. Madrid: Akal, 2001.
- GONZÁLEZ, F.; MORALES, S.** *Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: UOC, 2009
- GOODMAN, N.** *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor, 1990.
- GOODY, J.** *Representaciones y contradicciones. La ambivalencia hacia las imágenes, el teatro, la ficción, las reliquias y la sexualidad*. Barcelona: Paidós, 1999.
- GRAHAM, S.** *Cyberspace and the city*. [En línea]  
 <[www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf](http://www.aq.upm.es/Departamentos/Urbanismo/public/urban/pdf/.../h.pdf)>  
 [Consulta: 18 novembre 2008]
- GUBERN, R.** *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama, 1996.
- GUILLEN, J.** *Urbs Roma. Vida y costumbres de los romanos*. Salamanca: Sígueme, 1977.
- GUTIÉRREZ, A.** *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa: 2003.
- HABERMAS, J.** *Ciencia y técnica como 'ideología'*. Madrid: Tecnos, 2002.  
 —. *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Cátedra, 1994.
- HANNIGAN, J.** *Fantasy City. Pleasure and profit in the posmodern metropolis*. New York: Routledge, 2010.
- HANNERZ, U.** *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- HEIDEGGER, M.** *Caminos de bosque*. Madrid: Alianza, 1996.  
 —. *Conferencias y artículos*. Barcelona: Serbal, 1994.  
 —. "Construir, habitar y pensar". *Revista Aporte* (1983), núm. 8-9, p. 15-25.  
 —. *Fites*. Barcelona: Laia, 1989.  
 —. *¿Qué significa pensar?* Buenos Aires: Nova, 1972.  
 —. *Ser y tiempo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- HEIRMAN, W.; WALRAVE, M.** "Assessing issues and concerning about the Meditation of Technology in Cyberbulling" A: *La metamorfosi de l'espai mediàtic*. (V Congrés de Comunicació i Realitat) Barcelona: Trípodos, 2009. p. 307-315.



- HINE, C.** *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC, 2000.
- HOBBS, Th.** *Leviatán*. Madrid: Editora Nacional, 1979.
- HONNETH, A.** *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Grijalbo, 1997.
- . *Reificación. Un estudio de la teoría del reconocimiento*. Buenos Aires: Katz, 2007.
- HORKHEIMER, M.** *Sobre el concepto del hombre y otros ensayos*. Buenos Aires: Sur, 1970.
- HUGO, V.** *Nostra Senyora de París*. Barcelona: Edicions 62, 1981.
- HUXLEY, A.** *Un món feliç*. Barcelona: Columna, 1994.
- IHDE, D.** *Los cuerpos en la tecnología. Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo*. Barcelona: UOC, 2004.
- INCEOGLU, I.** "Social movements in the age of technology: conceptualisation of radical democracy and hegemony through counter-G8 websites". *Les cruïlles de la comunicació: límits i transgressions*. (IV Congrés Internacional de Comunicació i realitat). Barcelona: Trípod, 2007. p. 99-108.
- INDOVINA, F.** "La ciudad difusa". A: **MARTIN RAMOS, A.** *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: UPC, 2004.
- Informe Anual de los Contenidos Digitales en España 2010*. Madrid: ONTSI-Neoris, 2010.
- JACOBS, J.** *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Península, 1973.
- JAMESON, F.** *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta, 1996.
- JONES, S.G.** *Cibersociedad 2.0. Una nueva vista a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador*. Barcelona: UOC, 2003.
- KAJIMA, M.** *Made in Tokio*. Tokio: Kajima Institute Publishing, 2001.
- KNAUSS, B.** *La Polis. Individuo y estado en la Grecia antigua*. Madrid: Aguilar, 1979.
- KOOLHAAS, R.** *La ciudad genérica*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.
- LEACH, E.** *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI, 1978.
- LEACH, N.** *Rethinking architecture. A reader in cultural theory*. Londres: Routledge, 1997.

- LE BRETON, D.** *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1995.
- LE CORBUSIER.** *Principios de urbanismo. La carta de Atenas*. Barcelona: Planeta Agostini, 1993.
- *La ciudad del futuro*. Buenos Aires: Infinito, 1971.
- LEFEBVRE, H.** *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península, 1978.
- *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Península, 1973.
- *Espacio y política*. Barcelona: Península, 1972.
- *La producción del espacio*. Barcelona: Anthropos, 1984.
- *La revolución urbana*. Madrid: Alianza, 1972.
- LÉVINAS, E.** *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Sígueme: Salamanca, 1977.
- LÉVY, P.** *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós, 1999.
- *Cibercultura. La cultura en la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos, 2007.
- LIPOVETSKY, G.** *El Crepúsculo del deber: la ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama, 1994.
- *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996.
- *Els temps hipermoderns. Conferència celebrada al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona*. (26 de febrer de 2007). Barcelona: CCCB, 2007.
- *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1994.
- *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama, 2007.
- *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J.** *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009.
- LIPSET, S.M.** "Algunos requisitos sociales de la democracia: desarrollo económico y legitimidad política". A: **BATLLE, A.** *Diez textos básicos de Ciencia Política*. Barcelona: Ariel, 1992.

- LÓPEZ CASTELLÓN, E.** *Simbolismo y bohemia: La Francia de Baudelaire*. Madrid: Akal, 1999.
- LÓPEZ, O.; VIVAS, P.** [et al.] *Paseando por la cibercidad: tecnología y nuevos espacios urbanos*. Barcelona: UOC, 2006.
- LYNCH, K.** *La Imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1984.
- LYOTARD, J.F.** *La Posmodernidad explicada a los niños*. Barcelona: Gedisa, 1994.
- *La condición posmoderna: informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra, 1994.
- MAGRIS, C.** *Utopía y desencanto. Historias, esperanzas e ilusiones de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 2001.
- MANNHEIM, K.** *Ideología i utopia: una introducció a la sociologia del coneixement*. Barcelona: Edicions 62, 1987.
- MANOVICH, L.** *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2005.
- MANUCCI, C.** *La sociedad de masas*. Buenos Aires: Corregidor, 1972.
- MARCUSE, H.** *Eros y civilización*. Barcelona: Península, 1969.
- *El final de la utopía*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1986.
- *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Planeta, 1985.
- MARCUSE, P.** “¿Qué es exactamente una ciudad?”. *Revista de Occidente*, 2004. núm. 275.
- “No caos, sino muros: el postmodernismo y la ciudad compartimentada” A: **CHOAY, F.** [et al.] *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2004. p. 83-90.
- MARDONES, J.M.** “El impacto de las nuevas tecnologías sobre la utopía”. A: **AUBACH, M.T.** [et al.] *Utopía y postmodernidad*. Universidad Pontificia de Salamanca. Cátedra Herrera Oria. Salamanca: 1986.
- MARINAS, M.A.** “Simmel y la cultura del consumo”. A: *Georg Simmel en el centenario de ‘Filosofía del dinero’*. Madrid: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. p.183-218.
- MARTÍNEZ, P.** “Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI”. A: *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universitat de Barcelona,

2005. Vol. X, núm. 573, [En línea] <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-573.htm>>. [Consulta: 26 de noviembre de 2007].

**MARX, K.; ENGELS, F.** *Manifest Comunista*. Barcelona: LUB, 1997.

**MAS, J.** *Software libre. Técnicamente viable, económicamente sostenible y socialmente justo*. Barcelona: Infonomía, 2005.

**MATATHIA, I; SALZMAN, M.** *Tendencias. Estilos de vida para el nuevo milenio*. Barcelona: Planeta, 2001.

**McHARG, I.L.** *Proyectar con la Naturaleza*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

**McLUHAN, H. M.** *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Mèxic: Diana, 1971.

—. *La Galaxia Gutenberg*. Madrid: Aguilar, 1969.

**MEAD, G. H.** *Espíritu, persona y sociedad. Des del punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, 1993.

**MÈLICH, J.** *Filosofía de la finitud*. Barcelona: Herder, 2002.

**MERLEAU-PONTY, M.** *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Península, 1975.

**MILES, S.** *Consumerism as a way of life*. London: SAGE, 1998.

**MILL, J.S.** *Sobre la libertad*. Barcelona: Orbis, 1984.

**MINIWATTS MARKETING GROUP.** *Estadísticas Mundiales de Internet*. [En línea] <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>> 2011. [Consulta: 20 d'abril de 2011]

**MITCHAM, C.** *¿Qué es la filosofía de la tecnología?* Barcelona: Anthropos, 1989.

—. "Tres formas de ser con la tecnología". Anthropos (1989), núm 94/95, p. 13-26.

**MITCHELL, W. J.** *City of bits. Space, place and the infobahn*. Cambridge: The MIT Press, 1995.

—. *E-Topia: Urban life, Jim-but not as we know it*. Cambridge: The MIT Press, 1999.

**MONDOLFO, R.** *El pensamiento antiguo*. Buenos Aires: Losada, 1959.

**MONGIN, O.** *La Condición Urbana. La ciudad a la hora de la mundialización*. Buenos Aires: Paidós, 2006.

**MONTANER, J.M.** *La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.

- MOLES, R.J.** *Derecho y control en Internet. La regulabilidad de Internet.* Barcelona: Ariel, 2004.
- MORACE, F.** *Contratendencias. Una nueva cultura del consumo.* Madrid: Celeste, 1993.
- MORAGAS, M.** *Comunicació, identitats culturals i Jocs Olímpics: l'experiència de Barcelona '92.* [En línia]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB, 1992. <[http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl\\_2072\\_9037/WP006\\_cat.txt](http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1992/hdl_2072_9037/WP006_cat.txt)>. [Consulta: 12 de desembre de 2011].
- *Cultura, símbols i Jocs Olímpics: la mediació de la comunicació.* Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, 1992.
- MORIN, E.** *El espíritu del tiempo.* Madrid: Taurus, 1966.
- *On va el món? Cap a l'abisme?* Barcelona: Columna, 2009.
- MORO, T.; CAMPANELLA, T. i BACON, F.** *Utopías del Renacimiento.* Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1966.
- MUÑOZ, S.** *La regulación de la red. Poder y derecho en Internet.* Madrid: 2000.
- MUMFORD, L.** *La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas.* Buenos Aires: Infinito, 1966.
- *Perspectivas urbanas.* Barcelona: Emecé, 1969.
- *Técnica y civilización.* Madrid: Alianza, 2000.
- MUSIL, R.** *L'home sense qualitats.* Barcelona: edicions 62, 1993.
- MROZEK, S.** *L'arbre.* Barcelona: Quaderns Crema, 1998.
- NEGROPONTE, N.** *Viure en digital.* Palma: Universitat de les Illes Balears/Moll, 1997.
- Només es viu dos cops.* Dir. Ticky Fullerton. ABC Austràlia. Emès al programa 30 minuts, Televisió de Catalunya, 24 de juny de 2007.
- NUEZ, I.; RAMONEDA, J.** *Atopia. Art i ciutat al segle XXI.* Barcelona: CCCB, 2010.
- OLIVA, J.** *Reflexions entorn de la ciutat.* Quaderns de formació. Barcelona: Fundació Trias Fargas, 2006.
- ORTEGA Y GASSET, J.** "Artículos 1902-1913" en **ORTEGA Y GASSET, J.** *Obras completas.* Madrid: Alianza, 1993. p. 13-262. (Vol. 1)
- "El espectador" en **ORTEGA Y GASSET, J.** *Obras completas.* Madrid: Alianza, 1993. p. 13-262. (Vol. 2)

- . *La rebelión de las masas*. Madrid: El País, 2002.
- . *Meditación de la técnica y otros ensayos sobre ciencia y filosofía*. Madrid: Revista de Occidente en Alianza Editorial, 1982.
- . "Meditaciones del Quijote" en **ORTEGA Y GASSET, J.** *Obras completas*. Madrid: Alianza, 1993. p. 309-399. (Vol. 2)
- OSSANDÓN, J.C.** *Felicidad y política. El fin último de la polis en Aristóteles*. Universidad de Navarra. Cuadernos de anuario filosófico: Navarra, 2001.
- PACHECO, A.** *La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2008.
- PALACIOS, R.** "La metrópolis como cultura material". A *bifurcaciones* [en línea]. núm. 4, 2005. <[www.bifurcaciones.cl/004/Simmel.htm](http://www.bifurcaciones.cl/004/Simmel.htm)>. [Consulta: 25 d'abril de 2007]
- PARK, R. E.** *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Sebal, 1999.
- PARK, R. E.; BURGESS, E. W.; MCKENZIE, R.** *The City*. Chicago: The University of Chicago Press, 1984.
- PEÑALVER, L; PARGAS, L; AGUILERA, Ó.** *Pensar lo urbano. Teorías, Mitos y Movimientos*. Venezuela: Universidad de los Andes, 2000.
- PEREC, G.** *Las cosas*. Barcelona: Anagrama, 2010.
- PERRY, B.** *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. [En línea] Davos, 8 de febrer 1996. <<https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>>. [Consulta: 14 de gener de 2011]
- PESSOA, F.** *Llibre del desassossec*. Barcelona: Quaderns crema, 2002.
- PIRENNE, H.** *Las ciudades de la Edad Media*. Madrid: Altaya, 1997.
- PLATÓ.** *Paideia: Protàgoras, de la República de les lleis*. Barcelona: Eumo, 1988.
- . *La República*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1969.
- . *Diálogos. Filebo. Timeo. Critias*. Madrid: Gredos, 1992. (vol. VI)
- Política de Privacitat de Facebook.** [En línea]. 2010. <[http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=10150163927665301](http://www.facebook.com/note.php?note_id=10150163927665301)>. [Consulta: 23 juliol de 2011]
- POPPER, K.P.** *Búsqueda sin término*. Madrid: Tecnos, 1977.
- . *Conocimiento objetivo*. Madrid: Tecnos, 1992.

- POSTMAN, N.** *Tecnòpoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994.
- PUIG, A.; TORRALBA, F.** *La felicitat*. Barcelona: Proa, 2005.
- PUIG, T.** *Marca Ciudad. Cómo rediseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona: Paidós, 2009.
- PUTNAM, R.** *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario*. Barcelona: Círculo de lectores, 2003.
- QUÉAU, Ph.** *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós, 1995.
- QUINE, W. V.** *La relatividad ontológica y otros ensayos*. Madrid: Tecnos, 1974.
- *Desde un punto de vista lógico*. Barcelona: Ariel, 1962.
- RAMÍREZ, J. A.** *Edificios y sueños*. Madrid: Nerea, 1991.
- RAURELL, F.** *Del text a l'existència. De l'exegesi a l'hermenèutica*. Barcelona: Facultat de Teologia de Catalunya. Saurí, 1980.
- RAWLS, J.** *Teoría de la justicia*. Mèxic: FCE, 1993.
- REID, E.** "Virtual worlds: culture and imagination" A: **JONES, S.G.** *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. Londres: Sage, 1995. p. 164-183.
- RHEINGOLD, H.** *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996.
- *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social. (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- RIFKIN, J.** *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós, 2000.
- RITZER, G.** *El encanto de un mundo desencantado: revolución de los medios de consumo*. Barcelona: Ariel, 2000.
- RIVIÈRE, M.** *Crónicas virtuales. La muerte de la moda en la era de los mutantes*. Barcelona: Anagrama 1998.
- ROMAN, R.** [et al.] *La ciudad: ausencia y presencia*. Córdoba: Plurabelle, 2005.
- ROCHFORT, R.** *La société des consommateurs*. París: Odile Jacob, 1996
- ROCHER, G.** *Introducción a la sociología general*. Barcelona: Herder, 1979.
- ROSENAU, H.** *La ciudad ideal*. Madrid: Alianza, 1986.

- ROSENAU, H; HUDNUT, J.** *Utopía y realidad en la ciudad del Renacimiento*. Buenos Aires: Ediciones 3, 1959.
- ROSSI, A.** *La arquitectura de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- ROUSSEAU, J.J.** *Discurso sobre las ciencias y las artes*. Buenos Aires: Aguilar, 1962.
- . *Escritos de combate*. Alfaguara: Madrid 1979.
- RUBERT DE VENTÓS, X.** *Crítica de la modernidad*. Barcelona: Anagrama, 1998.
- RYKWERT, J.** *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en Roma, Italia y el mundo antiguo*. Salamanca: Sígueme, 2002.
- SAHLINS, M.** *Cultura y razón práctica*. Barcelona: Gedisa, 1987.
- SAINT-EXUPÉRY, A.** *El Petit Príncipe*. Barcelona: Estela, 1967.
- SALMON, Ch.** *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear mentes*. Barcelona: Península, 2008.
- SÀNCHEZ, J.** “La relació entre individus absents en l’entorn virtual” A: *La metamorfosi de l’espai mediàtic*. (V Congrés de Comunicació i Realitat) Barcelona: Trípodos, 2009. p. 279-286.
- . *La representació de l’individu a la ciutat hiperrealitzada*. Director: Miquel Tresserras. Barcelona: Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull, 2008.
- SARTRE, J. P.** *El Existencialismo es un humanismo*. Barcelona: Edhasa, 2002.
- . *El ser y la nada*. Buenos Aires: Losada, 1976.
- SASSEN, S.** *Cities in the World Economy*. Sage: London, 1993.
- . *The global city, New York, London, Tokio*. Princeton: Princeton University Press, 2001. (2a ed).
- SCHUTZ, A.** *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu, 1999.
- SCHOPENHAUER, A.** *El mundo como voluntad y representación*. Barcelona: Orbis, 1985.
- SECOND LIFE** [en línea] <<http://secondlife.com/corporate/cs.php>>. [Consulta: 18 de gener de 2008]
- Second Life Virtual Economy. Key Metrics (BETA) Through February 2008*. [en línea] <[http://secondlife.com/whatis/economy\\_stats.php](http://secondlife.com/whatis/economy_stats.php)>. [Informe]



- SERRANO, R.** *Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX*. [En línea] Scripta Nova. Universitat de Barcelona. núm. 211, 2005. <[www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm)>. [Consulta: 27 de febrer de 2011]
- SETA, C. [et al.]** *La ciudad y las murallas*. Madrid: Catedra, 1991.
- SIBILA, P.** *La Intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- SIEGEL, L.** *El mundo a través de una pantalla*. Barcelona: Urano, 2008.
- SIMMEL, G.** *Cultura femenina y otros ensayos*. Barcelona: Alba, 1999.
- *Filosofía del dinero*. Madrid : Centro de Estudios Constitucionales, 1977.
  - *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península, 2001.
  - *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona: Península, 1988.
  - *Sociología. Investigacions sobre les formes de la socialització*. Barcelona: Edicions 62, 1988. (Vol. 2)
- Second Life* [En línea].<<http://www.secondlife.com>> [Consulta: 22 gener de 2011]
- SEGAL, H.P.** *Technological Utopianism in American Culture*. Chicago: University Chicago Press, 1985.
- SERRANO, R.** "Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX". [En línea]. Scripta Nova. Universitat de Barcelona. núm. 211, 2005. <[www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm)>. [Consulta: 27 de febrer de 2011].
- SMITH, M. A.; KOLLOCK, P.** (ed). *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: UOC, 2003.
- SOLÀ-MORALES, I.** [et al.] *Presentes y futuros. La arquitectura en las ciudades*. Barcelona: CCCB i Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya, 1996.
- SOJA, E.W.** *Postmetrópolis: estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de sueños, 2008.
- SORKIN, M. [et al.]** *Variaciones sobre un parque temático. La ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

- SPENGLER, O.** *La decadencia de Occidente. Bosquejo de una morfología de la historia universal.* Madrid: Espasa- calpe, 1966.
- SPERBER, D.** *El simbolismo en general.* Barcelona: Anthropos, 1978.
- SPINDLER, G.** "La transmisión de la cultura". A: **VELASCO, H.** [et. al.] *Lectura de antropología para educadores.* Madrid: Trotta, 1993.
- SPINOZA, B.** *Ética III. Proposició IX.* Madrid: Editora Nacional, 1980.
- STEPHENSON, N.** *Snow crash.* Barcelona: Gigamesh, 2003.
- STRAUSS, L.** *La ciutat i l'home.* Barcelona: Barcelonesa, 2000.
- THOMPSON, J.B.** *Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación.* Barcelona: Paidós, 1998.
- TOFFLER, A.** *La tercera ola.* Barcelona: Paza & Janés, 1993.
- TOMMASO, C.** *La ciudad del sol.* Madrid: Akal, 2006.
- TÖNNIES, F.** *Comunitat i associació.* Barcelona: Edicions 62, 1984.
- TRESSERRAS, M.** *Ciutat de risc. El prodigi de la televisió i altres tecnologies.* Barcelona: Trípodós, 2005.
- . *¿La fi de la comunicació de Massa? Discurs al CAC.* Barcelona, 19 de juny de 2009.
- TUBELLA, I.** [et al.]. *Societat del coneixement. Com canvia el món davant dels nostres ulls.* Barcelona: UOC, 2005.
- TUCIDIDES.** *Historia de la guerra del Peloponeso.* Madrid: Akal, 1989.
- TURKLE, Sh.** *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet.* Barcelona: Paidós, 1997.
- TYLOR, E.B.** *Cultura primitiva.* Madrid: Ayuso, 1977.
- TWENGE, J.M.; CAMPBELL, W.K.** *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement.* New York: Free Press, 2009.
- VALÉRY, P.** *Cuadernos (894-1945).* Barcelona: Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores, 2007.
- VAN SUSTEREN, A.** *Metropolitan World Atlas.* Rotterdam: 010, 2005.
- VATTIMO, G.** *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna.* Barcelona: Gedisa, 1994.

- VEBLEN, Th.** *Teoría de la clase ociosa*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1995.
- VENTURI, R.; IZENOUR, S; SCOTT BROWN, D.** *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- VICO, G.** *Principios de ciencia nueva*. Barcelona: Folio, 2002.
- VILA, J; CAPEL, H.** *Campo y ciudad en la geografía española*. Madrid: Salvat-Alianza, 1970.
- VILLAFAÑE, J.** *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide, 1992.
- VIRILIO, P.** *La bomba informática*. Madrid: Cátedra, 1999.
- *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1999.
- *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama, 1998.
- *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra, 1989.
- VITRUBIO, M.L.** *Los diez libros de Arquitectura*. Madrid: Alianza, 1995.
- WATZLAWICK, P.** *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*. Herder: Barcelona, 1994.
- WHITAKER, R.** *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*. Barcelona: Paidós, 1999.
- WHITE, L.** *La ciencia de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 1964.
- WIRTH, L.** "Urbanism as a way of life". A: **FERNÁNDEZ-MARTORELL, M.** *Leer la ciudad*. Barcelona: Icaria, 1988. p. 29-53.
- WEBER, M.** *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de cultura económica, 1993.
- WYNN, E.; KATZ, J.E.** "Hypérbole over cyberspace: self-presentation and social boundaries in Internet home pages and discourses". A: *The information Society*. núm. 13. p. 297-327.
- ZEVI, B.** *Historia de la arquitectura moderna*. Buenos Aires: Emecé, 1959.
- ZUBIRI, X.** *El hombre y Dios*. Madrid: Alianza, 1994.
- ZUBIRI, X.** *Sobre la esencia*. Madrid: Alianza, 1985.







**Universitat Ramon Llull**

Aquesta Tesi Doctoral ha estat defensada el dia \_\_\_\_ d \_\_\_\_\_ de 2012

al Centre \_\_\_\_\_

de la Universitat Ramon Llull

davant el Tribunal format pels Doctors sotasignants, havent obtingut la qualificació:

President/a

\_\_\_\_\_

Vocal

\_\_\_\_\_

Vocal

\_\_\_\_\_

Vocal

\_\_\_\_\_

Secretari/ària

\_\_\_\_\_

Doctorand/a

\_\_\_\_\_

La ciutat emeraent