

la ciudad al habla... ¿hay alguien ahí?

iago carro | *ergosfera* | www.ergosfera.org

universidade invisíbel | www.invisibel.net

la coruña | enero 2009

“PROBLEMAS” = “PROBLEMAS” No parece haber ningún motivo para entender que los “problemas” de la arquitectura-urbanismo no sean los mismos que los generales del ser humano. Si como dicen diversas teorías nos encontramos en algo parecido a una “era de la comunicación”, y con todas las reservas de desconocer hasta qué punto puede ser esto un panfleto turístico para nosotros mismos como sociedad, no parece sensato obviar la relevancia para la arquitectura de investigar las relaciones entre la ciudad, la comunicación, la opinión pública y la democracia, más allá del paradigma tecnológico que se plantea como “solución” definitiva.

En la actualidad, y sin la ayuda de los arquitectos-urbanistas, el espacio público ya se expresa continuamente, pero ¿acaso no podemos hacer más “plausible” este derecho ciudadano? Este documento parte de la hipótesis de que una de las acciones necesarias para ampliar la democracia y hacer de la ciudad un modelo de cohabitación más justo y problemático, más accesible y crítico, es poner en escena nuevos modelos de expresión ciudadana que ensanchen las posibilidades de creación de opinión pública en el ridiculizado campo del espacio público “real”.

OPINIÓN PÚBLICA La opinión pública es un concepto muy amplio y polisémico que incluso ha llegado a ser “negado” por algún sociólogo como medio de justificación de determinadas políticas en consonancia con el poder. En términos generalistas, y siguiendo las investigaciones de Jürgen Habermas, estaríamos hablando de un concepto que parece surgir del filtrado de las opiniones individuales de los ciudadanos y su sintetización en forma de “*contenidos y tomas de postura*”¹ sobre temas específicos considerados mayoritarios y por tanto, de interés público.

Pero además, como a través de los medios de comunicación que posibilitan esta opinión pública no sólo se forman unas determinadas respuestas a los problemas públicos, sino que se le proporciona visibilidad y sobre todo, prioridad, a unos determinados problemas sobre otros, esta opinión pública no es un concepto radicalmente “neutral”, reflejo de la realidad, sino que además, contribuye decisivamente a su construcción².

Por otra parte, la opinión pública es el concepto básico que posibilita el “funcionamiento” de los sistemas democráticos actuales. Hoy por hoy, se trata de un constructo “multimedia” que se genera a través de diferentes procesos y medios de comunicación de escala y ámbito muy variable. Sin embargo, si nos preguntamos por cuáles son los espacios de mediación crítica en la actualidad, no son los medios de comunicación masivos el primer concepto que nos viene a la cabeza, sino más bien, las paredes, los panfletos, las redes sociales a través de internet, etc., es decir, que son los espacios sociales en los que de alguna forma se producen procesos de territorialización por parte de individuos o colectivos, los lugares que enmarcan la producción de opinión pública al margen de los discursos filtrados por el poder.

Las instituciones públicas, de las que podrían esperarse aportaciones en este sentido, tampoco desempeñan hoy por hoy un papel relevante por norma general. Ni una universidad enferma de conformismo y rendida ante la financiación privada e interesada, ni unos museos muertos siempre de novedad o de aburrimiento, ni unos centros sociales municipales vendidos al consenso, pueden poner en circulación ideas constructivas avanzadas sobre cualquier controversia pública, más allá de ciertas disidencias internas cuya repercusión en la opinión pública es por ahora relativa, pero que comienzan a generar otras instituciones alternativas que ya se están reproduciendo por todo el mundo a través de los nuevos medios de comunicación.

Como contrapunto a ese proceso de “*fabricación del consenso*”³ que Noam Chomsky lleva años relatando en sus estudios, nos interesan los procesos a través de los cuales los ciudadanos nos damos cuenta de que otros ciudadanos piensan en términos parecidos a los nuestros o nos abren de repente campos de reflexión que no imaginábamos, es decir, nos interesa

¹ Cita de Jürgen Habermas en el artículo de Margarita Boladeras Cucarella: “*La opinión pública en Habermas*”, *Análisi: Quaderns de comunicació i cultura* (26), Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2001 [disponible en <http://www.raco.cat/>].

² Respecto a este tema se recomienda el artículo: FERNÁNDEZ STEINKO, Armando; “*Cómo se definen los problemas: el caso de las inmobiliarias en España*”, *Boletín CF+S* (34), Instituto Juan de Herrera, Madrid, septiembre de 2006 [disponible en <http://habitat.aq.upm.es/>].

³ Se recomienda en este sentido el documental “*Manufacturing Consent. Noam Chomsky and the Media*”, dirigido por Mark Achbar y Peter Wintonick en 1992 [disponible en <http://youtube.com/> y en <http://video.google.com/>] y basado en el libro “*Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*” publicado en 1988 por Noam Chomsky y Edward S. Herman.

ese momento en el que los deseos y las subjetividades personales se convierten en algo “reclamable” porque nos damos cuenta de que no estamos solos, de que una buena parte de nuestras preocupaciones individuales también son públicas.

Como los cambios absolutos en un concepto como la opinión pública no parecen una opción considerable, el elemento más problemático que se puede encarar son las “dificultades” a la hora de filtrar la información y las opiniones que se hacen públicas. En este sentido, ya no confiamos en los sondeos de opinión, las encuestas o los nuevos mapas “2.0” como medios de filtrado adecuados y “completos” de los intereses públicos. Y como reconocemos la relevancia central del hecho de expresarse como ciudadanos para que exista opinión, entendemos que estas “dificultades” se producen básicamente a través de unos medios de comunicación masivos cuyos filtros ya no dan más de sí, ni llegan por sí mismos para hacer “funcionar” a las sociedades “democráticas” occidentales.

Además, a través de la relación entre el espacio público y la opinión pública entendemos que las formas emergentes de aparición de opiniones “marginales”, en el entorno virtual y en los espacios “liberados” de las ciudades, así como los rumores urbanos, como posibles equivalentes instantáneos de la tradición oral, o el “sentido común” reproducido a través de las telenovelas y las series “familiares”, por ejemplo, han sacado a la luz cambios radicales en el modelo de espacio público contemporáneo. Un espacio público que 1) ha ampliado sus campos de “existencia” a través de la tecnología y de las diferencias simbólicas que introducen las cualificaciones espaciales artificiales, 2) ha acompañado a la complejización de las formas de interrelación ciudadana producidas por los múltiples cambios socioculturales en los modos de vida urbanos, y 3) acoge a una gran cantidad de nuevos actores socio-espaciales “capacitados” a través de la creciente alfabetización y acceso a información... ¿No significará ésto un aviso sobre la demanda de “nuevos” espacios públicos de comunicación que faciliten esa búsqueda revinculación entre la ciudadanía y la opinión pública?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Aunque los fanáticos del marketing hayan anunciado el “fin de la comunicación de masas”, ya en proceso de sustitución por unos formatos de publicidad completamente personalizados [hacia los que avanza Google, por ejemplo...], es preciso preguntarse hasta qué punto es también la “información a la carta” un futuro deseable para una democracia cuyo “funcionamiento” no depende exclusivamente de garantizar el acceso individual a toda información de relevancia pública, sino también y precisamente, de hacerla pública aunque casi nadie se “moleste” en ir a buscarla.

La existencia de medios de comunicación masivos no parece por tanto un problema en sí mismo. Sin embargo, sí lo es el qué retratan y el cómo lo retratan. Por una parte, en todos los países del mundo los medios de comunicación masivos están controlados por gobiernos o por grandes corporaciones pertenecientes a “clanes” familiares. Además, su acoplamiento al capitalismo contemporáneo los convierte en instituciones completamente dependientes tanto de los ingresos por publicidad como de todo tipo de subvenciones tapujadas de las formas más estrambóticas, lo que repercute en una profesión incapaz de defenderse de las presiones económicas y políticas de turno. Estas dos características generan un encasillamiento de la información hecha pública dentro de un marco de consenso en el que ciertos roles o asuntos casi nunca son puestos en crisis.

Ante la emergencia de estos grandes grupos mediáticos que aglutinan varios medios de comunicación [radio, televisión, prensa, internet...] es necesario plantearse mecanismos alternativos de expresión ciudadana que complementen a estas inercias mediáticas globales y que fomenten una opinión pública más plural y menos “filtrada” por ciertas minorías, al menos de forma directa. Algo así como el “quinto poder”⁴ que reclama Ramonet como fuerza cívica en oposición a las nuevas coaliciones [políticas-económicas-mediáticas] dominantes, que hoy tienden a “sintetizarse” a través del discurso generado por esa gran cantidad de centros de producción ideológica o “think tanks” vinculados a los partidos políticos, a las grandes corporaciones financieras y a los “lobbies” empresariales. En este sentido, un medio de comunicación “dependiente” del espacio público “real” podría ser ajeno, al menos en origen, a un sistema mediático que deriva hacia la convergencia de los medios de comunicación masivos en torno a grandes grupos de comunicación e información controlados únicamente por una minoría de accionistas globales.

Al tratarse de un medio que nacería fuera de los circuitos convencionales de expresión, y por lo tanto, produciría otras condiciones de comunicación, otros discursos más elaborados, más creativos o simplemente más subjetivos también serían posibles en el espacio público. Los filtros serían dispositivos de “selección” de los intereses públicos a debatir que se pondrían en escena posteriormente a la acción expresiva; y como por ahora las palabras no matan, permitir los “errores” que conlleva una libertad de expresión pública casi “total” no representaría ningún tipo de peligro y sí muchas oportunidades para la ciudadanía. Sencillamente es un “riesgo” que hay que correr y cuya “solución” siempre estaría al alcance de cualquier ciudadano y no de instancias vinculadas a los poderes que nos asisten, es decir, que el “problema” se desplazaría básicamente hacia la necesidad de inventar nuevas “credibilidades” en un contexto de democratización de las posibilidades de “filtrado” y “control” de los intereses públicos.

⁴ RAMONET, Ignacio; “El quinto poder”, *Le Monde diplomatique* [edición chilena], octubre de 2003 [disponible en <http://www.lemondediplomatique.cl/>].

Por otra parte, está el problema de cómo transmiten la información; de cómo los sistemas de marketing han penetrado en los medios de comunicación hasta sintetizar los contenidos en torno a eslóganes “que todo el mundo pueda entender”. Piensa Noam Chomsky ⁵ que la concisión establecida por los medios de comunicación masivos provoca la repetición de pensamientos normalizados, pues para exponer teorías o hipótesis no convencionales hace falta estar cargado de argumentos y pruebas para los que nunca hay suficiente tiempo o espacio. Si pensamos por ejemplo en la televisión, en esos programas de debate en los que el control del tiempo determina completamente la profundidad de cada reflexión, o en esos informativos definitivamente convertidos en programas de sucesos, se advierte que en márgenes temporales de dos minutos resulta muy complicado exponer ideas no convencionales sin parecer un “radical”, un ingenio o un imbécil.

Las extraordinarias limitaciones de los sondeos de opinión y demás cábalas sociológicas, junto con las lógicas del mercado y el marketing, están produciendo unos métodos de expresión basados en la reducción al absurdo de los enunciados, hasta llevarlos al campo cuasi-místico de lo irrefutable a la par que indemostrable. Un nuevo lugar para la opinión pública debería estar formado por espacios donde las opiniones se puedan refutar, donde sean posibles los argumentos más allá de los eslóganes sin significado, es decir, donde esos pensamientos de más de dos minutos puedan simplemente tener lugar, sin prisas, sin necesidad de banalizarse, y sin requerir una búsqueda intencionada en el interior de algún documento hiperspecífico.

Además, a través de cierta libertad y diversidad de formatos, podrían introducirse en el espacio público otras posibilidades de representación de la información y de la opinión que ya llevan tiempo testándose a través de internet por todo tipo de colectivos [infografías avanzadas, cartografías sociales, diagramas de la “complejidad”, etc.]. Por otra parte, no se deberían seguir minusvalorando la posibilidades de “extraer” subjetividad de un ensayo científico, belleza de un mapa territorial o discurso de una poesía, formas de expresión ajenas casi por completo de las calles y de los medios de comunicación masivos en un formato más complejo que el que raras veces ofrecen la publicidad, la difusión cultural, el grafiti o las infografías periodísticas de última generación.

A parte de estas limitaciones “estructurales”, el descreimiento ciudadano respecto a estos medios de comunicación masivos también está relacionado con un contexto histórico marcadamente ambiguo, en el que la realidad y el simulacro se entrecruzan constantemente produciendo un híbrido difícilmente considerable como “fiable”, lo que acaba produciendo una situación de desconfianza generalizada en casi todas las mediaciones a través de las cuales se representan las controversias públicas, y que lleva a un tipo como Saramago a concluir que simplemente vivimos en la “era de la mentira”, afirmación que por causas bien diferentes podría imaginarse fácilmente en boca de Jiménez Losantos. Como vemos, estos medios de comunicación masivos son ya una institución plenamente diferenciada, con sus propias reglas y posibilidades ya establecidas y con una inercia incorruptible que solamente internet, como plataforma de relación “viral”, y unas cuantas editoriales y periódicos “antagonistas” comienzan a poner en duda.

La aparición de una “otra” institución podría servir de estructura para que tengan cabida otras formas de narrar la realidad menos convenidas [como sí hace internet]. Al “obligar” a la presencia “real” y a la acción de expresar en un tiempo también “real”, se produciría una especie de delimitación conceptual propia de este medio de comunicación, que lo definiría en términos de ampliación de las posibilidades para expresarse y como herramienta siempre de creación en algún sentido y de experimentación con el “otro” y con nosotros mismos. Y además, al ampliar las posibilidades para compartir información de forma libre y para el discurso “largo” y “extemporal”, se podría confrontar una inercia mediática que prioriza de forma desmesurada los comentarios y opiniones sobre los ultimísimos acontecimientos ya nacidos como “mediáticos”.

PUBLICIDAD + GRAFITI En la actualidad, y en términos reduccionistas [olvidando por ejemplo la señalética de todo tipo o las tímidas pero incipientes pantallas de “información” municipal...], la realidad de la expresión en el espacio público físico podría resumirse a la publicidad y al grafiti, entendido éste último como una multitud de formatos de expresión de carácter no regulado por las administraciones públicas. Y esto quiere decir que el espacio público “real” se ha convertido en un lugar donde dominan con indiferencia absoluta por nuestra parte [en principio... los psicólogos darán su veredicto sobre las hipótesis de Foucault...] unos mecanismos de introducción de subjetividades privadas en el ámbito público “regulados” socialmente en base a parámetros económicos y legales establecidos desde las lógicas de poder hegemónicas.

Mientras la expresión publicitaria se acopla felizmente en cualquier ámbito u objeto urbano, el grafiti en todos sus formatos ha sido definido como una actividad necesariamente ilegal. Tras muchos años de deriva capitalista, los ciudadanos nos hemos acostumbrado a vivir rodeados de publicidad. Una situación que, aunque no logre “dirigirnos” de forma directa hacia productos o consignas específicas, sí nos hace habitar unos entornos que expresan un determinado fondo ideológico, siempre en consonancia con el mercado y sus objetivos, y que hacen parecer extrema cualquier opinión o reivindicación que se aparte del lenguaje convencional del consenso que marca la publicidad. Es decir, al igual que en el caso de los medios de comunicación masivos, los problemas que pone encima de la mesa la omnipresencia de la publicidad y de los ya frecuentes

⁵ Se recomienda en este sentido el documental “*Manufacturing Consent. Noam Chomsky and the Media*”, dirigido por Mark Achbar y Peter Wintonick en 1992 [disponible en <http://youtube.com/> y en <http://video.google.com/>] y basado en el libro “*Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*” publicado en 1988 por Noam Chomsky y Edward S. Herman.

elementos simbólicos del poder de las grandes corporaciones ⁶ [ya sean multinacionales o locales] no son tanto los vinculados a sus efectos de “alienación” directa, sino a su capacidad para “generar una construcción discursiva, un sistema de significados y dogmas estéticos, económicos y sociales que la ciudad debe acabar considerando como la definición de su propia normalidad” ⁷ y que socavan las posibilidades de crítica hacia una realidad urbana considerada incuestionable.

Respecto al grafiti, la historia de la expresión individual o colectiva a través de las paredes es evidentemente milenaria, pero incluso la historia de la persecución e intento de control de la misma ya se remonta miles de años atrás hasta la época romana. Esta forma de comunicación siempre ha existido como medio para expresarse de forma crítica en momentos de gran control y represión por parte del poder. A su vez, también se ha “oficializado”, y hoy por hoy puede ser una actividad ilegal en el espacio público mientras se celebra económicamente en el interior de alguna galería de arte o se contrata por parte de alguna administración pública para decorar espacios “residuales”. Por otra parte, en todos estos años esta forma de expresión ha ido evolucionando desde las inscripciones en piedra hasta el grafiti, las plantillas o la pegada de todo tipo de cartelería y pegatinas, lo que ha venido a ampliar las posibilidades de comunicación al margen de las legislaciones con las que como sociedad intentamos controlar el devenir del espacio público.

Esta forma de expresión posee suficientes cualidades para ser considerada, más que una manifestación artística o cultural, que también, una institución plenamente ciudadana. Una institución que, de nuevo de forma simplista, podría definirse en términos de limitaciones y oportunidades en comparación al resto de medios de comunicación. En cuanto a sus limitaciones, básicamente habría que decir que su condición ilegal restringe completamente tanto el número de ciudadanos que ejercen su derecho a expresarse en público, como las temáticas puestas en escena o la introducción de otro tipo de “herramientas” para la comunicación. En cuanto a los aspectos más relevantes y potenciales podríamos destacar su relación directa con el espacio cotidiano, la extrema facilidad de su “uso” en las sociedades alfabetizadas, el papel que desempeña en la memoria colectiva de las ciudades cuando se descontextualiza temporalmente debido a su variable y precaria duración, y su capacidad para resignificar fragmentos de la ciudad-consenso a través de la puesta en escena de deseos y controversias ya existentes pero desterrados a la semi-virtualidad de otros medios de comunicación.

Además, se trata de una institución reconocida de formas muy diversas, lo que genera una gran heterogeneidad interna en la que cohabitan colectivos y procesos con diferentes grados de participación y sentimiento de comunidad. Lo que se traduce en que a parte de cierta cantidad de ciudadanos que “simplemente” se expresan libremente, existen ciertos sistemas de reglas autónomos y jerárquicos que regulan la utilización de las paredes de la ciudad más allá de la legalidad oficial. Por otra parte, también existe una especie de conciencia política colectiva de ciudadanos críticos con el poder y “responsables” de sus propios espacios “institucionales”, lo que se pone de manifiesto, no sólo mediante la posición crítica de muchas de las opiniones hechas públicas, sino cada vez que una campaña de publicidad intenta introducirse en la ciudad a través de la contratación de grafitis, que son rápidamente boicoteados por la “comunidad”. Sin embargo, lo que llama poderosamente la atención, y lo que representa una paradoja sobre la que es preciso comenzar a debatir, es que dentro del infinito abanico de grafitis con los que podemos toparnos en cada ciudad, los que parecen más subversivos son los que expresan con total naturalidad opiniones y deseos absolutamente “convencionales”: desde “*muros grises, mejor no*” hasta “*¿cuál es tu teoría?*” o “*Fani y Andrea sois mis mejores amigas. Rebeka*”, son ejemplos de expresiones ciudadanas con un papel como mínimo tan relevante como las expresiones “artísticas” o las formas de posicionamiento y participación política que no encuentran salida en otros medios de comunicación.

La cuestión es que las reacciones críticas a estas dos formas de comunicación, la publicidad y el grafiti en todas sus formas, siempre se basan simplemente en pasar el borrador ⁸. En el campo de la publicidad, ya llevan unos años apareciendo diferentes intervenciones o montajes relacionados con experimentar el espacio urbano sin publicidad o sin palabras, hasta llevar a una ciudad como Sao Paulo a prohibir la publicidad en sus calles atendiendo a criterios de contaminación visual. En el caso del grafiti, una gran parte de la “opinión pública” clama contra esta forma de expresión, definiéndola directamente como antiestética y mancilladora de la propiedad privada. Las administraciones públicas se enfrentan a este “problema” a través de parámetros reaccionarios e importantes presupuestos municipales que producen un complejo entramado de actividades a su alrededor, desde empresas dedicadas a la limpieza del pecado, hasta grupos de investigación sobre materiales constructivos que directamente no lo admitan o leyes que lo persigan y castiguen con más o menos severidad según su visibilización ciudadana como problema urbano prioritario.

⁶ En el caso de la ciudad de La Coruña destaca por ejemplo la omnipresencia de la marca *Caixa Galicia*, que representa, al margen claro está de la invisible *Inditex*, la imagen de la ciudad como nodo financiero y comercial de este rincón de Europa. Esta caja de ahorros, una vez traspasado el ámbito publicitario de sus propias e innumerables oficinas en la ciudad, así como el de todo tipo de espacios publicitarios regulados, lleva unos años expandiendo su visibilidad urbana por tres vías simbólicas complementarias: la presencia de enormes logos de la marca en los puntos estratégicos de las cubiertas de la ciudad, la construcción de sedes y fundaciones para su “obra social” a través de una arquitectura “vanguardista” y reconocible, y la captura y gestión de instituciones culturales que pasan de repente a tener el apellido o el nombre *Caixa Galicia*.

⁷ FERNÁNDEZ STEINKO, Armando; “*Cómo se definen los problemas: el caso de las inmobiliarias en España*”, *Boletín CF+S* (34), Instituto Juan de Herrera, Madrid, septiembre de 2006 [disponible en <http://habitat.aq.upm.es/>].

⁸ Aunque ésta sea la tendencia general, también habría que mencionar otro tipo de “reacciones” críticas, sobre todo, ante la publicidad. Uno de los procesos que ganan fuerza en la actualidad es el de la contrapublicidad; una herramienta de crítica a los valores consumistas que reproduce la publicidad a través de la subversión de sus mensajes, ya sea de forma directa, sobre los propios anuncios, o mediante el diseño y distribución de anuncios creados *ex novo*, que camuflan mensajes alternativos bajo los formatos de diseño de las propias marcas oficiales, y que hoy en día son fácilmente realizables con los programas de tratamiento y creación de documentos gráficos ya ampliamente utilizados. Sobre este tema existen multitud de colectivos trabajando en la actualidad, entre otros, el Frente de Liberación de Vallas Publicitarias (*Billboard Liberation Front*) [<http://www.billboardliberation.com/>], *Consume Hasta Morir* [<http://www.consumehastamorir.com/>] o la Brigada AntiPublicitaria (*Brigade AntiPub*) [<http://www.bap.propagande.org/>].

No se trata por tanto de poner fin a la expresión urbana como en Sao Paulo sino todo lo contrario, es decir, de producir otras metodologías para gestionar su aparición; pues, si existe alguna relación entre espacio público, opinión pública y democracia, no se entiende porqué la palabra no se manifiesta en el primero más que a través de un consenso generado a través de diferentes filtros económicos y disciplinares. Y tampoco se trata de “resolver” el problema del grafiti [permitirlo, pero capturado y controlado], sino de aumentar sus posibilidades y superar sus limitaciones.

En este sentido, una de las cuestiones a debatir respecto a las nuevas posibilidades de expresión ciudadana es cómo proyectar una capacidad de expresión urbana más justa, accesible y diversa sin inhibir los procesos autónomos y críticos que ya se manifiestan en todas las ciudades. Es decir, es preciso reflexionar sobre si se debería tender a “acoger” a los antagonismos, a “resolver” sus problemas, o a fabricar espacios donde los conflictos simplemente se hagan visibles. Y si como parece, los procesos políticos comunitarios, creativos o de resistencia, son incluso más relevantes para la ciudadanía y la urbanidad que los “resultados” sectoriales de cada uno de ellos, las viejas técnicas de intervención urbana basadas en una objetividad apriorística absoluta resultan demasiado “burdas” para convivir con estas controversias tan ambiguas y complejas; porque la cuestión es que la “exclusividad” de la iniciativa debe seguir necesariamente del lado de los ciudadanos [por ejemplo, y también, de nosotros como ciudadanos-arquitectos...].

Y como hoy por hoy el mercado ya intenta proyectar al individuo/colectivo en el espacio público a través de la adquisición de medianeras y otros espacios efímeros donde visualizar expresiones normalmente “artísticas”⁹ [y que traspasan determinados filtros que ellas mismas construyen], otro de los temas sobre los que habría que reflexionar es el papel de la empresa privada como agente “capturador”, es decir, como institución que fácilmente tendería a otorgarse la función de “donar” estos nuevos espacios de expresión a la comunidad, a cambio eso sí de la inclusión de una variable “cantidad” de publicidad o capacidad de filtrado.

Aunque parezca un asunto difícilmente comprensible, el simple hecho de que estos mecanismos de expresión estuvieran “patrocinados” repercutiría en sus posibilidades de uso de forma directa, incluso aunque el acceso no estuviera restringido y sólo se tratara de la inclusión de publicidad en los soportes de expresión; pues, mientras quizás tenga poca relevancia que el marcador de un campo de fútbol sala donde entrenan los niños esté patrocinado por *Coca-Cola*, lo que no repercute ni en el uso que se haga del mismo ni en las reglas del juego, no está claro que ocurra lo mismo para el caso que nos ocupa, ya que la propia “presencia” simbólica de las empresas o instituciones financieras “donadoras” ya delimitaría el rango de las expresiones hechas públicas al vincular su “posibilidad” a la existencia de las mismas; aunque evidentemente se trataría éste de un problema “menor” cuanto más fragmentación se produzca en estos patrocinios, es decir, cuanto más nos acerquemos a una situación en la que las grandes corporaciones y sus “obras sociales” no impidan los patrocinios de la panadería de la esquina o de la biblioteca del barrio.

Ante esta hipótesis de futuro, nada improbable si pensamos por ejemplo en el estado actual de las becas de estudios e investigación, las instituciones culturales ya capturadas [cines, teatros, salas de conferencias...] o los modos de vida “subvencionados” por las empresas... las prioridades para los arquitectos-urbanistas estarían más bien centradas en la creación de herramientas de expresión de alguna forma [y paradójicamente] “mudas”, es decir, capaces de constituirse sin mediaciones publicitarias y sin restricciones de acceso de nuevo a través de la aparición del rol del ciudadano-cliente, aunque esta vez sea “simplemente” para consumir espacios de expresión en la ciudad.

En fin, que se trataría de experimentar pequeñas “salidas” continuas y grandes “salidas” puntuales de expresión ciudadana, pero sin intentar romper por completo la barrera que separa a este medio de comunicación de la oficialidad. En el caso de los grafitis, hay que tener en cuenta el “peligro” de que desaparezcan los espacios para la disidencia “radical”, bien porque se endurezcan desmesuradamente las leyes para los grafiteros al existir otros espacios “regulados”, bien porque lleguen a desaparecer los espacios “prohibidos” [cosa evidentemente “poco” probable...]. Ejemplos como los grafitis contratados por los municipios más “modernos” pueden servir para explicar cómo se pueden “desactivar” ciertos activismos al intentar acogerlos en el lado del consenso público, es decir, sin entender que si como sociedad lo capturamos todo en el mismo plano de consenso, nos quedaremos sin espejos ante los que descubrir nuestras propias estupideces.

INDIVIDUO / INTERNET Mientras a muchos “bloggers” y tecnófilos se les hace la boca agua con la posibilidad de la “política digital”, la “política 2.0” o la “e-democracia”, parece haber dudas más que razonables para pensar que no es lógico, ni llegar a realizar todas las actividades “intangibles” a través de internet [como medio más “normalizado”], ni desde luego, traspasar la democracia, una vez más, a un espacio virtual ajeno a la realidad cotidiana.

No se trata de negar las posibilidades evidentes del espacio público digital, que son muchas y cualquier investigación contemporánea puede dar cuenta de ello, pero si pensamos por un momento en internet, no como el último de una larga lista de avances tecnológicos en la historia de los medios de comunicación, sino como un nuevo espacio, habitable en cierta manera, que básicamente ha puesto al descubierto la capacidad del individuo para expresar conocimiento y opinión de una

⁹ En este sentido, nos referimos a casos como la iniciativa *Diesel Wall*, en la que la empresa de ropa y complementos *Diesel* organiza concursos internacionales para el diseño gráfico de varias medianeras en ciudades como Barcelona, Nueva York o Milán; o como la iniciativa *Arte na rua*, de la caja de ahorros *Caixa Nova*, con la que la entidad financiera recubre edificios en rehabilitación con enormes lonas que, enmarcadas entre grandes logotipos de su marca, presentan obras pictóricas pertenecientes a su colección artística en el espacio público.

forma pública, entonces no parece que lo único razonable sea implementar esta tecnología hasta el nivel más global y democrático posible, sino también, comenzar a pensar en otros formatos de expresión para el individuo o el colectivo que puedan desarrollarse en el espacio público físico que vivimos en el día a día.

Quizás ya es hora de empezar a confiar en eso de que *“lo colectivo se haya depositado en cada individuo”*¹⁰, y que por lo tanto, la expresión del individuo es en realidad una parte de la sociedad expresándose sin filtros de consenso explicitados de forma directa. Así, de lo que se trataría es de conseguir que la infinidad de redes sociales que está posibilitando internet, tras la *“indiscutibilidad”* del ser humano-individuo, sean posibles también a través de un espacio público que acoja esa envidiable complejidad de nuevas relaciones entre humanos, y entre humanos y no humanos, que ya se producen en el espacio virtual.

Las limitaciones del paradigma tecnológico se hacen patentes por ahora en planos sociales cuya descripción *“científica”* aún no está demasiado asentada debido a su reciente emergencia. Por ejemplo, la gran fragmentación interna de la sociedad en esferas habitables más o menos estables, se hace muchas veces realidad en forma de una diversidad inconexa que acaba por producir esa aparente homogeneidad y pasividad con la que a veces nos representamos como sociedad.

El problema es que muchas de estas esferas sociales se encuentran *“atrapadas”* entre una multitud de *“especializaciones”* colectivas que no se confrontan casi nunca con opiniones ajenas a cada uno de sus propios círculos, más o menos cerrados, con los que delimitan la identidad que los hace posibles y *“pertinentes”*. Estos campos de discusión semicerrados, aunque internet comience a abrir fisuras en sus límites, serían puestos en una arena pública menos *“preparada”* si se visibilizarán en el espacio público físico, que evidentemente, sigue siendo más *“casual”* y democrático que un espacio digital más dependiente de un conocimiento previo de lo que se quiere encontrar y de un acceso a la tecnología aún demasiado relacionado con el contexto económico.

Por otra parte, las formas emergentes de aparición de opiniones *“marginales”* a través de internet sacan a la luz el debate sobre un modelo de espacio público que por ahora no consigue relacionar de forma estable las teorías sobre el trazado de calles, el mobiliario urbano o la iluminación de plazas con lo que *“ocurre”* a través de *youtube, flickr* o *indymedia*. Y como decíamos, no se trata únicamente de un problema de hacer *“fluida”* esta relación, sino de entenderlo como una llamada de atención sobre la falta de canales de libertad creativa y expresiva para el ciudadano en el espacio público *“real”*.

En este sentido, parece posible una revisión del rol del *“intelectual”* en la actualidad, que es muy poco problemático en un mundo que rebate continuamente las barreras entre disciplinas y la relevancia de los expertos eternos, pero que sigue necesitando ciudadanos que expresen opiniones suficientemente reflexionadas. Mientras los tertulianos y comentaristas mediáticos siguen siendo un grupo reducido, ya no es nada inusual que los ciudadanos no logremos *“identificarnos”* con ninguna de las posiciones que entran en juego en estos debates de primera generación que se empiezan a hacer un hueco en los medios de comunicación [aunque sea en horarios inexplicables...].

De ahí la relevancia de dar otros papeles y posibilidades a todos esos ciudadanos básicamente dedicados a pensar y opinar, pero que ni tienen una columna en la prensa, ni acceso a las tertulias radiofónicas o los debates televisivos, ni les convence o les es posible poner en marcha un blog, pero que sí van al supermercado, al bar de la esquina o al local de la asociación de vecinos. Entre otras cosas, cabría pensar en que se hagan patentes a través de nuevos medios para *“publicar”* en el espacio público de opinión, tanto reflexiones para desestabilizar las *“barreras lingüísticas”* entre la teoría y la ciudadanía, como subjetividades de libertad con las que el resto de ciudadanos podamos identificarnos y decidirnos a ejercer nuestras propias libertades. Algo parecido a un *“proyecto de trabajar por su propia desaparición”*¹¹ y algo muy cercano a qué se libere de verdad el conocimiento más allá de los debates sobre la licenciamiento de contenidos y la legalidad de compartir información a través de redes telemáticas, que ya están consiguiendo frenar la deriva privatizadora y abrir nuevos cauces para la cultura libre.

Se trataría más bien de *“dar a cada persona los medios para que pueda elaborar su propia retórica”*¹², lo que puede significar dar herramientas y libertades para poner en circulación nuevas palabras y conceptos con los que operar en un momento en el que éstos se queman a velocidades esperpénticas [sólo hay que pensar en esa sensación de engaño que desprenden hoy por hoy conceptos como *“sostenibilidad”*, *“terrorismo”*, *“políticamente correcto”*, *“radical”*, *“cambiar el mundo”*, *“pensamiento único”* o un largo etcétera de palabras y expresiones, ya sin significado, pero que se bastan por sí mismas para no requerir más explicaciones].

Como en el fondo de lo que se trata es de prohibir expresarse o escribir, y esto no parece una opción muy inteligente, la crítica directa a esta nueva posibilidad, que vendría paralela a la que ya se hace de internet, como medio sobresaturado en el que se produciría una acelerada *“devaluación”* de los contenidos, no representa un miedo realmente justificado. Por mucho que el panorama de la *“blogosfera”* parezca saturador, o no llegue a representar una opción comunicativa de participación tan total e igualitaria como se pretendía, los problemas del exceso de *“ruido”* y de la sobreinformación e

¹⁰ BOURDIEU, Pierre; *“Cuestiones de Sociología”*, AKAL / ITSMO, Básica de bolsillo (169), Madrid, 2008; p.31

¹¹ Ibidem; p.19

¹² Ibidem; p.19

indiferencia que genera, no parecen de gran relevancia si pensamos en que hoy por hoy ya no opina todo el mundo, y menos a través de los mismos medios de comunicación. En un espacio de libertad de expresión ampliado tampoco se produciría una participación total y continua. Más bien, las expresiones en el espacio urbano tenderían a ser una parte más, una manera de ampliar el rango de veracidad de la opinión pública y de diversificar la democracia sin “matarla” de perfección.

Además, en esa hipotética situación, una nueva posibilidad se abriría para el “intelectual”: el papel de “recolector” de contenidos urbanos, al igual que representan los nuevos “comisarios digitales”¹³, que rastrean internet y remezclan documentos relacionados según sus criterios, o los colectivos que investigan la ciudad en busca de todo tipo de “desperdicios” de la sociedad de consumo [comida, muebles, materiales, etc.] para reciclarlos de una forma práctica, creativa y “real”. Es decir, se trataría de ofrecer más posibilidades para rehacer un concepto tan caduco y cínico como el del intelectual, haciendo “visible” y operativa la realidad de que hoy por hoy todo conocimiento y significado se produce de forma absolutamente colectiva.

DEMOCRACIA AMPLIADA Ahora que la democracia ya no está en duda¹⁴, y que el debate se sitúa en el ámbito de cómo “ampliarla”, ya casi nadie discute el error de base que suponía resumirla a un acto electoral cada x años. Sin embargo, parece que seguimos actuando como si así fuera. Porque si la democracia, en realidad, se está construyendo continuamente, de ninguna manera se puede mejorarla únicamente tratando de “convencer” a los que no votan para que participen en las elecciones, sino proponiendo otras formas de participación democrática que respondan ante ese pluralismo compuesto por diferentes subjetividades humanas vinculadas al individuo y a los infinitos colectivos que coexisten en cada sociedad.

La cuestión es que las “pasiones” políticas no tienen porque expresarse en términos “visiblemente” políticos. Incluso los ciudadanos desinteresados por la rabiosa actualidad de los partidos políticos hablan cotidianamente de política y acaban reclamando determinadas acciones a los gobernantes; no votan y no hablan de política, pero participan de otras maneras muchas veces más globales y relevantes: colaborando en procesos de asociacionismo ciudadano, “simplemente” opinando en todo tipo de conversaciones cotidianas, desarrollando actividades culturales, produciendo conocimiento, consumiendo determinados productos, etc.

No parece tener ningún sentido por tanto relacionar el alto “porcentaje” de abstencionismo electoral con una visión de los ciudadanos que no votan como personas caracterizadas por su falta de interés en los temas públicos. Todos estos ciudadanos [individuos descreídos de la política “institucional” pero con mucho que decir, activistas de todo tipo que proponen otras formas de vida, ciudadanos menores de edad a los que sólo escucha el mercado, colectivos “artísticos” sin lugares para actuar, ciudadanos “sin papeles” y sin derechos, etc.] estamos reclamando disponer de otras herramientas de expresión con las que participar en la vida política... en la “fiesta” de la democracia como les encanta decir a los políticos “profesionales”.

Ante esta realidad, es preciso dotar de una nueva institucionalidad a otras formas de expresión ciudadana. Pero no se trata de una nueva institución en términos convencionales, sino de un proceso más fragmentado y ambiguo; algo que no presuponga un fin claro y definido; que se plantee en constante construcción; y esto que puede parecer un poco más de lo mismo, podría asimilarse en términos “prácticos” a una institución con una funcionalidad constructiva como plantea Santiago López Petit, es decir, que se proponga “dar continuidad [es un dar tiempo histórico ante la invasión del acontecimiento]”, “dar referencialidad [ante la opacidad de la dispersión generalizada]” y “dar espacio [el espacio constituye hoy la palanca necesaria para hincar el gesto radical]”¹⁵.

En lo que se refiere a los actores de la democracia, esta nueva institución monstruo simplemente ampliaría las posibilidades de participación para todos, pero en especial, para los moradores cotidianos del espacio público “real”, es decir, precisamente aquellos que al generar “movimiento visible”¹⁶ ya hacen de la ciudad un lugar más habitable. Así, el hecho de poder expresarse en canales que impliquen la presencia física en el espacio parece una cuestión de cierta “justicia” con los ciudadanos que habitan el espacio público, y que por tanto, no sólo aportan más a su vitalidad, sino que también conocen de primera mano la realidad visible del mismo. De ahí que darles la posibilidad de expresar su opinión e introducir temas en la esfera de la opinión pública es introducir una nueva muesa en un circuito mediático que acabará

¹³ Respecto a la emergencia y los roles de estos “comisarios digitales” se recomienda el artículo de Juan Freire: “*Se buscan comisarios digitales*”, publicado en mayo de 2008 en el blog *PIEL DIGITAL* que el autor escribe en [soitu.es](http://www.soitu.es) [disponible en <http://www.soitu.es/>].

¹⁴ Esta “alegre” afirmación no pretende tener una validez universal. Para explicar esta cuestión y nuestra posición al respecto de los límites de este concepto entendemos muy ilustrativa la novena de las quince tesis sobre el arte contemporáneo de Alain Badiou: “*La única máxima del arte contemporáneo es no ser imperial. Esto también significa: no tiene que ser democrático, si la democracia implica conformidad con la idea imperial de la libertad política.*” BADIOU, Alain; “*Fifteen Theses on Contemporary Art*”, *lacanian ink* (23), Josefina Ayerza, 2004 [disponible en <http://www.lacanian.com/>].

¹⁵ LÓPEZ PETIT, Santiago; “*La institución y lo social*”: intervención de Santiago López Petit en la mesa redonda sobre políticas culturales celebrada en diciembre de 2007 en *La Casa Invisible* de Málaga [disponible en <http://jorgedragon.net/>].

¹⁶ El concepto “movimiento visible” se refiere a las actividades urbanas, ya sean estáticas o en tránsito, a pie o en medios de locomoción... que al realizarse en planos perceptibles de o desde el espacio público y permitir su comprensión como parte de la ciudad cotidiana generan sensaciones de uso y significado, es decir, de urbanidad: desde el paseo matutino, al reparto de periódicos nocturno, la conversación en la puerta de la panadería, el taller abierto a la calle o estos dichosos lugares donde veríamos a personas simplemente escribiendo, viendo una película o leyendo la programación cultural de su barrio...

por reinfluenciar el resto de discursos, basados a su vez en una opinión pública a la que también accedemos por los demás medios de comunicación.

Por otra parte, ampliar las posibilidades de aparición de nuevas culturas políticas, de más formas de expresarse y participar en política, tiene que ver con ese lema de que *el medio es el mensaje*, ya que parece lógico pensar que, no sólo por la llegada de nuevos actores sino por las nuevas posibilidades para todos, otros temas comenzarían a entrar en la arena de la opinión pública y por tanto, el campo “tipológico” de los conflictos se ampliaría. Y esto traería consigo otros comportamientos, otras formas de opinar, otras puestas en escena de reglas y subjetividades no pertenecientes por decreto ni al ámbito del consenso ni al de la “simple” curiosidad.

Lo que hacen falta son más medios de comunicación capaces de producir sentido y opinión por parte de ese actor social que es el individuo o el colectivo, que ya son actores reales hoy por hoy, pero sólo a través de filtros económicos o en el mundo virtual. Asimismo, estas otras posibilidades de territorialización del espacio de la opinión pública podrían ayudar a sacar a la luz conceptos como esa “*multitud*”¹⁷ compuesta de singularidades de la que hablan Negri y Hardt, más allá de la idea de pueblo y consenso eterno, y en un momento en el que es precisamente la ciudad el punto central de la práctica política.

Y además, al tratarse de un experimento que “repolitiza” el espacio volviendo a la palabra y haciéndola urbana, y que por tanto, posibilita la política también a través de la escritura y las reflexiones anacrónicas [no dependientes de la inmediatez del tiempo “real”], permite un tipo de conversación pública en la que ni la indiferencia ni el conflicto quedan excluidos de antemano, convirtiéndose en una forma de ponernos en crisis a nosotros mismos como ciudadanos, al sentar las bases que posibilitan que la indiferencia se olvide ante el “pique”, ante el contemplar al otro “haciendo”, y que los intercambios de opinión “peliagudos” sean “resolubles” en campos de relación “*agonista*”¹⁸.

SIMPLEMENTE ARQUITECTURA Como arquitectos estamos incómodamente “atrapados” en torno a visiones que consideramos muchas veces cuasi-arqueológicas o nostálgicas de los lugares donde se producen los intercambios sociales [de opinión] casuales o “programados” por los ciudadanos. Aunque leamos revistas con proyectos “supermolones”, en realidad, nunca los cambiaríamos por las tascas, bares o cafeterías que vivimos como ciudadanos. Además, el resto de “condensadores” sociales que vemos funcionar en el día a día, ya sean locales privados territorializados por los ahora “ex-clientes”, centros sociales autónomos que se convierten en focos de crítica y cultura, salas de espera de centros de salud o de peluquerías, rincones en plazas y parques, fachadas y muros con vida propia o vallas de obra atestadas de jubilados, tampoco se encuentran representados en ningún libro de *euroman*. Y la cuestión es que “sospechamos” que es precisamente en estos lugares, a través de la conversación y de la comunicación escrita, donde se produce y se gestiona una gran parte de la opinión pública.

La palabra leída u oída sigue teniendo un valor incalculable aunque se haya convertido en unos y ceros. Si como ciudadanos-arquitectos entendemos la conversación pública como el método básico de transmisión de opinión y conocimiento, no hay duda de que la ampliación de posibilidades para su puesta en práctica estará relacionada, entre otras cosas, con el tipo de ciudad que construyamos. Sin embargo, mientras como urbanistas hemos olvidado y rechazado el papel de la palabra como medio de expresión en la ciudad [curioso pensar porqué el tráfico puede ser detectado como un problema urbano y la falta de lugares para la expresión pública no...], los arquitectos nos conformamos con esas palabras arquitectonizadas en la entrada de “nuestros” edificios como símbolos incuestionables que certifican un diseño vanguardista.

Quizás aún no hemos entendido como “profesionales” eso de que la democracia se construye en el día a día, y que por tanto, el que las formas de participación no se reduzcan a los periodos electorales puede ser un interés para la arquitectura y el urbanismo como lo es la ventilación natural o la iluminación de las calles. Como si importara algo que los activistas de las organizaciones ecologistas vayan o no a votar. Lo relevante, es que sus conocimientos han sido introducidos en todas las agendas políticas del planeta [y tampoco es importante en este sentido que sea un simple contenido-anécdota sin implicaciones profundas por ahora]. Sin embargo, en el presente, son raros los ejemplos de propuestas constructivas para la ciudad por parte de los arquitectos-urbanistas. A no ser que medie un encargo previo o un problema que nos ataña como colectivo o como ciudadanos de forma directa, no solemos introducir en nuestras prácticas profesionales parámetros independientes del entramado político-económico que sustenta la “realización” de nuestra disciplina.

En la actualidad los procesos autónomos surgen casi siempre vinculados a ciertas “minorías” o colectivos que de ninguna manera se sienten representados por la realidad de la política institucional. Los individuos y colectivos “profesionales”,

¹⁷ “La multitud es una multiplicidad, un plano de singularidades, un juego abierto de relaciones, que no es homogéneo o idéntico a sí mismo y sostiene una relación indistinta, inclusiva, con aquellos que están fuera de ella. El pueblo, en contraste, tiende a homogeneizarse e identificarse internamente mientras sostiene sus diferencias con aquello que permanece fuera de él, excluyéndolo. Mientras la multitud es una relación constituyente inconclusa, el pueblo es una síntesis constituida que ya está preparada para la soberanía. El pueblo provee una única voluntad y acción, que es independiente y está a menudo en conflicto con las diversas voluntades y acciones de la multitud. Cada nación debe transformar a la multitud en pueblo.” HARDT, Michael; NEGRI, Antonio; “*Imperio*”, traducción de Eduardo Sadie de la edición de Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 2000 [disponible en <http://www.uruguaypiensa.org.uy/>].

¹⁸ En referencia al “*modelo de democracia agonista*” que propone la politóloga belga Chantal Mouffe, en el que los conflictos ya no derivan únicamente hacia el consenso forzado o el enfrentamiento violento, sino que se “gestionan” a través de relaciones entre “adversarios” que comparten ciertos espacios simbólicos. En este sentido se recomienda el artículo: “*Vulnerar el consenso. Markus Miessen entrevista a Chantal Mouffe*”, en *Verb Crisis*, Actar, Barcelona, 2008.

como los arquitectos-urbanistas, por ahora, o bien participamos de una forma exclusivamente “ciudadana”, o bien aportamos ciertos conocimientos profesionales pero de forma coyuntural. El “resto”, es decir, la mayoría, simplemente seguimos los “designios” del poder tras una máscara de falsa autonomía profesional que, en realidad, esconde una dependencia programática de un sistema político que casi nunca ponemos en duda desde la profesión mientras no afecte a nuestras condiciones salariales o de trabajo.

De lo que se trataría entonces es de hacer realidad una arquitectura que surja de y que produzca otros deseos más allá de un mercado que hoy por hoy es capaz de hibridarse y confundirse con casi toda actividad humana. Una arquitectura que complemente la labor de defensa, crítica y visibilización de la injusticia que ya desarrollan multitud de colectivos profesionales asociados en organizaciones no gubernamentales, desde *Arquitectos Sin Fronteras* hasta *Magos Solidarios*, pero que centre sus esfuerzos, no sólo en la intervención voluntaria sobre las situaciones más prioritarias de los diferentes planos de la realidad urbana, sino en la difusa y ambigua “normalidad” de las sociedades urbanas actuales, y desde unas prácticas bio-laborales capaces de reproducirse en los intersticios de dichas sociedades en unas condiciones, en cierta manera, considerables “convencionales”.

En este sentido, como decíamos, quizás se debiera optar, no tanto por intentar introducir más y más “cambios” en las instituciones arquitectónicas y urbanísticas que ya operan en la actualidad [estudios de arquitectura jerárquicos, colegios profesionales, planeamientos urbanísticos, arquitectos municipales, direcciones generales de urbanismo, etc.], que ya tienen unas inercias de funcionamiento, unos campos de acción y unas herramientas de intervención determinadas y sensiblemente estables, sino más bien por inventar otras instituciones “constructoras” de ciudad, otras prácticas profesionales plenamente “accesibles” que, por una parte, “llenen” los huecos resultantes de la complejización de la ciudad actual, los “agujeros” sin atención que han surgido entre la multitud de actores y procesos que operan y se solapan en el espacio urbano, y por otra, que sirvan de coagulantes para una gran parte de la ciudadanía que estamos reclamando otro tipo de lugares vitales donde actualizar las posibilidades que ofrece la ciudad contemporánea.

En otras palabras, si como piensa Pierre Manent, son la ciencia y la libertad “*las dos autoridades más universalmente reconocidas en nuestras sociedades*”¹⁹, y si como arquitectos, llevamos siglos sirviéndonos de ambas instituciones para construir la arquitectura y desarrollar nuestras herramientas profesionales, quizás sea el momento de comenzar a imaginar unas arquitecturas y urbanismos en las que, desde nuestra posición, se planteen desafíos para esas propias instituciones.

¿DÓNDE? Estos nuevos lugares para la expresión pública tenderán hacia la diversidad de situaciones, formatos de uso, escala, visibilidad, capacidad, temporalidad, etc. Y como se busca un modelo de espacio de comunicación cotidiano [más allá de la búsqueda intencionada... mientras se vive...] se trataría de aumentar las capacidades de expresión de las superficies de la arquitectura, es decir, desde concebir las fachadas como instrumentos manipulables/territorializables de expresión hacia lo público, hasta imaginar el lugar de la expresión cotidiana en las propias calles de la ciudad [en sus paredes, en sus puertas, en sus objetos, en sus “vacíos”, etc.]. Por otra parte, también se trataría de habilitar la expresión en las estancias de la ciudad, “colonizando” tanto las plazas y parques como los espacios simbólicos vinculados a las grandes instituciones públicas o privadas.

¿CÓMO? El carácter necesariamente experimental que requiere la construcción de una nueva institución monstruo legitima su puesta en práctica en múltiples planos de la realidad arquitectónica “profesional”: ya sea desde la “pequeña” escala de una acción urbana autónoma, ya sea vinculada a instituciones ciudadanas de todo tipo [y esto incluye a las administraciones públicas, pero también a las asociaciones vecinales, a los movimientos antagonistas, a los colectivos emergentes y a los individuos...], en forma de revisión crítica de las ordenanzas municipales que controlan el espacio público, a través de la subversión de encargos profesionales públicos y privados, mediante la “simple” investigación teórica, etc.

¿QUÉ? Aunque pueda parecer un poco absurdo, en realidad, estamos hablando de unos medios-de-expresión/arquitecturas que se materializarían a través de palabras²⁰, notas musicales, fotogramas de video, dibujos, escritos, proyecciones y datos; que se harían posibles a través de tizas, rotuladores, panfletos, conexiones usb, pinceles,

¹⁹ MANENT, Pierre; “*Curso de Filosofía Política*”, Fondo de Cultura Económica de Argentina, Buenos Aires, 2003; p.9

²⁰ Sobre la introducción de la palabra en el espacio público, a parte de los intentos de reproducción del “formato” *Speakers’ Corner* por parte de movimientos como *Fábrica de Palabras* [<http://fabricadepalabras.wordpress.com/>], recomendamos el estudio del intenso trabajo que el colectivo de artistas argentinos *Wokitoki* [<http://www.wokitoki.org/>] viene desarrollando en los últimos años. En relación con el tema de este documento destacan el proyecto “*Cuaderno de Notas*”, en el que se introducen pequeños textos en el espacio público peatonal de la ciudad de Rosario, y el proyecto “*Post Urbano*”, que según el propio colectivo, se define como “una plataforma que permite la realización de “señalizaciones urbanas”, generando un entorno de colaboración entre habitantes y usuarios de la “ciudad”. Quien ingrese al sitio puede realizar su propio señalamiento urbano sobre una imagen satelital de la ciudad, acompañándolo con un relato o vivencia particular sobre el lugar indicado. Luego estas señalizaciones son transcritas al espacio urbano (concreto) mediante afiches. Quienes participen serán autores de “Tele intervenciones”, que se transformaran en acciones concretas sobre lugares específicos. De esta manera, los “flujos de información” aterrizan en territorios, en historias, en culturas concretas. La propuesta indaga sobre la circulación, el valor de la información reconsiderando las nociones de identidad, territorio, frontera y ciudad.” Por otra parte, también es muy interesante el trabajo del colectivo de “anarquitectos” *Space Hijackers* [<http://www.spacehijackers.co.uk/>], que llevan desde 1999 realizando acciones y proyectos tan potentes como “*Street Blitz*”, en el que una multitud de plantillas con forma de bocadillo de comic fueron “introducidas” en el espacio público junto con rotuladores para que cualquier ciudadano pudiera rellenarlos de “contenido”.

carteles, colas, discos, post-it, pinturas, chinchetas, electricidad, pegatinas, videojuegos, fotocopias, internet, grapas, leds, borradores, celos, sprays, teclados y sms; que se compondrían de corchos, pizarras, escenarios, bancos, pantallas de todo tipo ²¹, gradas, mesas, parrillas, proyectores y fuentes; que experimentarían con infraestructuras para dar una conferencia, una clase o celebrar una asamblea en el espacio público, con conceptos como los salones urbanos o los “lujos” domésticos, con el diseño de lugares y objetos mediadores a través de los cuales compartir y distribuir conocimiento libre o con el proyecto de espacios cubiertos [que para muchos aún sigue siendo la frontera que define la existencia de arquitectura...] realmente públicos; que se usarían incontroladamente por gente de paso que “sólo” se pararía a mirar y por ciudadanos que las considerarían su nuevo territorio personal; que reciclarían materiales, diseños, energía, conocimiento, “low-tech” y “high-tech” ²²; y que acogerían lo efímero y lo duradero, insultos y agradecimientos, ensayos y poesías, protestas ciudadanas y expresiones de no-humanos, miedos, ideas y básicamente todo aquello relacionado con el absurdo de vivir...

#1 Dice Pierre Bourdieu que “pedirle a la sociología que sirva para algo siempre es una manera de pedirle que sirva al poder” ²³. Pues eso. Que las dudas que puede producir la viabilidad o pertinencia de este otro campo de acción urbano queremos creer que son esa clase de incertidumbres necesarias para poner en práctica cualquier búsqueda intencionada de esa escurridiza imprevisibilidad...

#2 De lo que se trata es simplemente de introducir en la ciudad más posibilidades para producir culturas vivas. Unas posibilidades que, en un contexto marcado por una creciente complejidad de la cultura popular como el que describe Wu Ming, pasarían por: 1) “cambiar los contextos” de las narraciones en un tiempo marcado por la “multimedialidad”, 2) “crear mundos” incompletos que acojan el cambio y la contradicción, 3) “estar abiertos a diversas aportaciones” que puedan generar obras derivadas de las narraciones “originales”, 4) “facilitar el código fuente” para ampliar las oportunidades de participación y co-creación, y 5) fomentar toda herramienta física o intelectual que ayude a “completar la mutación genética: de consumidores a multiplicadores” ²⁴.

#3 En fin, que no hace falta llegar imaginar barrios reconocidos como “poetas”, “humorísticos” o “rigurosos” por la predominancia de determinados formatos de expresión en sus calles, ni a “artistas” moviéndose secuencialmente por la ciudad regalando identidades efímeras a cada lugar... quizás, basta con pensar en esa gran cantidad de “pirados” que hay en todas las ciudades, capaces y gustosos de expresarnos en el espacio público y hacer realidad eso tan “contemporáneo” de humanizar la ciudad...

²¹ En cuanto a la reflexión sobre el papel de las pantallas digitales en el espacio público tiene un enorme interés el proyecto de acción-investigación “Urban Screens” [<http://www.urbanscreens.org/>] dirigido por la urbanista Mirjam Struppek [<http://interactionfield.de/>]; un trabajo de reflexión, apoyado en una gran cantidad de experimentos “prácticos” en el espacio público “real”, sobre la utilización de las infraestructuras digitales, que ya conforman una buena parte de la piel de las ciudades, como herramientas de comunicación social y difusión de contenidos culturales. Recomendamos por tanto el artículo en el que la propia urbanista berlinesa explica el proyecto: STRUPPEK, Mirjam; “Pantallas Urbanas. El Potencial Urbano de Pantallas Públicas para Interacción”, en ACT plataforma colaborativa [online] (2), octubre 2006 [disponible en <http://www.aparienciapublica.org/>].

²² Aunque principalmente nos interesan los medios de comunicación independientes de la tecnología digital, evidentemente también imaginamos infinidad de posibilidades para esos experimentos que ya se están llevando a cabo en la actualidad mediante la proyección digital de grafitis, la expresión a través de mensajes desde el teléfono móvil, las pantallas de leds, etc. En este sentido, se recomienda consultar el trabajo del Graffiti Research Lab, que lleva años poniendo al servicio de la comunicación urbana tecnologías digitales de código abierto en una gran cantidad de proyectos en todo el mundo [<http://www.graffiti-researchlab.com/>].

²³ BOURDIEU, Pierre; “Cuestiones de Sociología”, AKAL / ITSMO, Básica de bolsillo (169), Madrid, 2008; p.29

²⁴ Wu Ming 1; Wu Ming 2; “Mitología, épica y creación pop en tiempos de la Red”, L’Unità (28 de enero de 2007) [tercero de los artículos que conforman el imprescindible “Triptico sobre la complejidad de la cultura popular”, publicado por Wu Ming 1 y Wu Ming 2 entre finales de 2006 y principios de 2007, y disponible en <http://www.wumingfoundation.com/>].

* “la ciudad al habla... ¿hay alguien ahí?” fue escrito para el libro: “habitares / las ciudades de los ciudadanos”, Andar Quatro, Santiago de Compostela, 2008 [disponible en <http://www.habitares.eu/>], donde fue publicada una versión reducida del mismo como contribución a la primera fase de un proyecto de investigación sobre los usos ciudadanos del espacio urbano, desarrollado en octubre y noviembre de 2008 y dirigido por Luciano G. Alfaya y Patricia Muñiz.