

Ciudad escrita.

Número y letras sobre la ciudad*

JAVIER GONZÁLEZ SOLAS

Profesor Titular. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II.
Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.

Sumario: 1.- Policial, Publicitario, Privado, Público y Político. 2.- La tiposfera. 3.- De las Bellas Artes, a las Artes y Oficios y a la Publicidad. 3.1.- Los números. 3.2.- Los muros/exteriores. 3.3.- Las cumbres. 4.- Las estéticas. 4.1.- El arte y la política. 5.- Bibliografía.

1.- Policial, Publicitario, Privado, Público y Político.

La ciudad como grupo humano y habitacional físico, soporta una constante escritura (verbal) sobre el espacio urbanístico y arquitectónico. Esas escrituras o palabras sobrepuestas son una “palabra del padre”, una ley, que manifiesta ciertas formas de dominio y que confiere una imagen a la ciudad. Hay una escritura policial en los números de los edificios, una escritura publicitaria en los letreros y reclamos, y una escritura política resultante de esa escritura en el espacio público. En una época en que las ciudades quieren tener imagen distintiva y se constituyen en anuncios turísticos, hay algunas que se han planteado devolver el espacio a los ciudadanos, creando otra imagen de ciudad.

* Texto revisado y actualizado de la ponencia presentada en las II Jornadas Arte y Ciudad, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, Madrid 23 y 24 de mayo de 2008. Una versión ampliada de este artículo apareció, con el título “Escrito sobre la ciudad”, en la revista *Pensar la Publicidad*, vol. 2, nº 2, 2008, 37-62. Excepto las imágenes de las que se cita a los autores (los artistas Tony de Marco, Matt Siber y Karl Lukasewich), el resto son fotografías del propio autor.

Las siguientes líneas adoptan la forma de una contemplación melancólica —una reflexión con evocación— sobre un aspecto de la cultura urbana, que es la cobertura de signos con la que habitualmente se escribe la ciudad. Bajo esta forma se intenta sostener un discurso que avanza a través de las 5P enunciadas, para trazar el arco que va de una cultura política de imposición a otra de participación.

2.- La tiposfera

La escritura es un fenómeno urbano, y la ciudad escrita es un fenómeno actual. Se puede hablar de un proceso desde la indicación a la simbolización en la ciudad. En la antigua ciudad se “indicaba”, hoy toda clase de signos (índices, íconos y símbolos), recubren la ciudad. Todo este conjunto de signos sobrepuestos puede ser llamado “tiposfera”, pues se trata sobre todo de signos tipográficos¹. Es ese estrato de signos, particularmente intenso en los cinco o seis metros sobre el suelo, en el que humanos y máquinas nos movemos en asombrosa promiscuidad. Algunos de ellos permanecen en su función dominante de indicar, como los números. Otros describen, como ciertos murales, lonas, enseñas... Y la mayor parte de los signos simboliza, remitiendo, a través de las letras y las imágenes, a ideas que sólo una convención social extendida e incorporada puede hacer eficaz. Todos esos elementos se ven unificados bajo un sistema común, que a veces es utilizado como legitimador: la estética. Si todos los signos, según Peirce, tienen algo de índice, de ícono y de símbolo, el elemento simbólico de la estética los uniformiza de manera especial, bajo el epígrafe de estetización de la sociedad².

¹ Aunque según la clasificación de Peirce muchas de las señales de nuestras ciudades son íconos, no lo son sino de manera secundaria. Por ejemplo, si se trata de los abundantes íconos propios de las corporaciones, técnicamente han de ir acompañados de un logo-tipo (entendido como la parte tipográfica —es decir las “letras”—, del logosímbolo). Sólo se puede prescindir de la tipografía tras un aprendizaje de la lectura simbólica del ícono, de modo que la posible ambigua lectura de los símbolos como íconos se evite a través de la presión precisa del logo, que es una palabra elegida unilateralmente por una instancia comunicadora. En la tiposfera se pueden establecer más niveles (señales, rótulos, mobiliario...), pero se dejan de lado para no alargar ni complicar el discurso.

² El sentido del concepto “estetización de la sociedad” puede ser diverso. El sentido que aquí se utiliza es el expresado, por ejemplo, en BENJAMIN (1936), JIMÉNEZ (2002) o GONZÁLEZ SOLAS (2004, 2009).



Figs. 1-2. La tiposfera: nivel peatonal (numeración, rotulación, señalización, mobiliario...)



Figs. 3-4. Los 200 kilómetros que separan El Cairo de Alejandría son una larga frase publicitaria

3.- De las Bellas Artes, a las Artes y Oficios y a la publicidad

3.1.- Los números

De entre los objetos tipográficos enunciados sólo ellos forman un sistema completo e ineludible. Pequeñas piezas, habitualmente desapercibidas pero con las que se puede repasar toda una teoría de las clases sociales al par que la historia de una ciudad y de sus gustos estéticos. Representan el sistema policial del Estado. Fue Napoleón³ quien impuso la numeración de los domicilios de una manera sistemática y regularizada. En España fue el “afrancesamiento” el que impuso el sistema. El catastro del Marqués de la Ensenada, comenzado en

³ En 1787 Choderlos de Laclos ya escribía en el *Journal de París* su proyecto de numeración de las calles de París.

1749, en tiempos de Fernando VI, supuso la sistematización de la recaudación de impuestos, vista la degradación, la complejidad y los agravios a que los sistemas anteriores habían llegado. Su precedente fue el impuesto de *regalía de aposento*, que obligaba a ceder la mitad de la vivienda a los funcionarios reales en una época de corte itinerante. Cuando Felipe II fija la corte en Madrid, son los ciudadanos de la capital los únicos que soportan ese impuesto, lo que deriva en la picaresca para eludirlo. Con la *Planimetría General de Madrid* y el *Catastro de la Villa y Corte* se realizó el censo en el que basar una contribución única, para lo que se realizó una Visita General de la Junta de Aposentadores, como consta en los azulejos con que fueron señaladas las manzanas, y, posteriormente, dentro de ellas las casas. La primera manzana numerada lo fue en la calle Atocha, y aún queda el azulejo con el número 2 en el antiguo Hospital de San Carlos. No fue hasta 1835, con el marqués de Pontejos, cuando se impuso la actual numeración.

El número callejero es, por tanto, un identificador que escribe la ley en las fachadas. Por él se ejerce la vigilancia y el control del ciudadano desde funciones administrativas. Indica el domicilio y localiza al domiciliado. Allí se le puede encontrar, frase que tiene distinto sentido según la distinta posición de clase, estatus y poder que se ostente. El número —como más tarde los semáforos— es la palabra del padre⁴ escrita sobre la ciudad: Visitador General de la Policía era el nombre del cargo al que correspondía esta función numeradora (y así figura precisamente en el bando de toque de queda del 2 de mayo de 1808); Regidores Comisarios de Cuartel se les llamó luego (siendo los “cuarteles” las divisiones

⁴ El sentido de esta atribución se aclara en la entrevista que Eva Gorgojo realizó al autor del artículo para la revista digital de arte contemporáneo *Arte2o*: ...*Después de Freud, Lacan entendió la estructura psicológica como la estructura del lenguaje, de modo que sus expresiones lingüísticas pueden chocar al no iniciado. La “palabra del padre” proviene de la interpretación del conflicto edípico, en el que la madre representa el espejo y la construcción imaginaria y narcisista del yo. El padre en cambio representa algo que está fuera de ese ensimismamiento: la prohibición del incesto, la ley social, la relación con los otros como personas autónomas con las que hay que realizar convenios. El lenguaje es una construcción simbólica, es decir, teóricamente convencional, convenida, aunque de hecho es también una imposición, e incluso una dominación, más que una convención. El padre significa la norma, el lenguaje como norma, la ley que nos damos (o se nos da) para poder vivir en un espacio social, fuera del espacio protegido especular. De ahí que el lenguaje, como convenio y símbolo, sea la palabra del padre. Los números, en cuanto escritura-lenguaje, significan convenios y normas sociales. En ese sentido sobre la ciudad está escrita la ley, la palabra del padre.*

de la ciudad desde Carlos III), y aún hoy se habla de “número de gobierno” en los formularios de solicitud.



Figs. 5-6. La primera escritura de la ciudad: el catastro

La burguesía urbana hizo del número el depósito de una existencia pública, en el espacio público. El número pasó así a significar cierto grado de pertenencia o de participación en la ciudad, tras un proceso de estetización ya “moderna”. En principio el número, como expresión del orden, fue, incluso físicamente, igual para todos (algo que aún puede contemplarse en las calles de San Petersburgo). Pero los procesos de “personalización” *avant la lettre* llevó a hacerlos una forma de expresión de la estética burguesa⁵. Recorriendo los números de los portales se transita desde el poder, la nobleza, el orgullo, hasta la mera existencia funcional, el anonimato o la soportable levedad postmoderna. De ser entronizados en la cartela del dintel arquitectónico, pasaron a ser tratados como decoración, y luego como simple expresión dispersa y desgana. Tienen algo de magia esos números cuando saltan de la mera enumeración a la representación. Y es así como escriben la ciudad.



Figs. 7-8. Números en San Petersburgo (viviendas y museo Lenin). Figs. 9-10. Fórmulas semejantes

⁵ La burguesía expulsó del centro de la ciudad a los tradicionales habitantes plebeyos o proletarios —que, por ejemplo, llegaron a hacerse fuertes en el centro de París en 1830 y 1848— y constituyó el centro de la ciudad como espacio público por antonomasia y como escaparate de sus logros, expresados en el arte arquitectónico. Es la época de Haussman en París, del *Ring* de Viena, con Forster y Lohr, de Cerdá en Barcelona o del Marqués de Salamanca en Madrid.

3.2.- *Los muros/exteriores*

Entre los números, a ras de suelo, y las cimas, límite hacia el cielo, se encuentran los muros en los que se escribe la otra forma de la tipografía. Más densa en las capas inferiores, más espaciada conforme asciende, la marea de letreros y anuncios forma un muro simbólico sobre los muros físicos. Rótulos próximos al índice y a la señal, vallas que muestran, ocultan o flanquean, forman una segunda piel de la ciudad, adosada o adherida a los muros físicos como una hiedra tipo-iconográfica. En algunos casos la histeria y el encabritamiento de los signos, su pugna por la lectura en voz más alta, configura conjuntos que llegan a formar parte de la nueva estética ciudadana, con lo que se autolegitiman, al igual que los signos de las cumbres y los números de los edificios. Resultados extremos de este proceso se aprecian en Tokio, El Cairo o São Paulo, que inspiraron la escenografía distópica de *Blade Runner*, que a su vez ha inspirado el posthábitat del humor nihilista y ácido de *Futurama*⁶.



Figs. 11-14:
Edificios cubiertos de otros (textos: Madrid, El Cairo, *Blade Runner*, *Futurama*).

⁶ Ridley Scott se inspiró precisamente en ciudades como El Cairo, Tokio o São Paulo para reflejar el futuro paisaje urbano de su *Blade Runner*, prefiguración de un espacio público sucesivo a la desaparición de la sociedad civil, en el que lo vernáculo local ha sido sustituido por lo vernáculo global. La serie de dibujos *Futurama* está producida por Matt Groening (Mathews), creador de *Los Simpson*, junto con los guionistas Josh Weinstein y Bill Oakley.

3.3.- Las cumbres

En el extremo arquitectónico opuesto a los números, las cimas de los edificios, se desarrolla otro tipo de representación. De la democrática y funcional representación de las unidades habitacionales ciudadanas en un espacio público uniforme, se pasa a la no democrática ostentación del poder “post-moderno”, al espacio liberalizado, privado y privatizado.

En las cumbres de los edificios⁷ aparecen, como enseñas de un liberalismo burgués. Primero los remates artísticos de estatuas, grupos escultóricos, torreones, linternas o veletas afiligranadas, todo ello propio de una era de las Artes y Oficios en las que las artes mayores y las artesanías se transformaban en decoración. Más tarde, ya en un liberalismo tardío y mundializado, aparecen los *masters* de la ciudad y del mundo: los logotipos de las empresas y los objetos de deseo. Los primeros con una función prevalentemente indicial en cualquiera de sus formulaciones: estamos aquí, os vigilamos, servimos de referente, velamos por vosotros, somos el verdadero poder. Y, sobre todo de noche, velan sobre la ciudad. Los segundos, los objetos de deseo, son una expresión más figurativa e icónica de los índices anteriores: productos de consumo que repiten su oferta incansablemente, expresión del poder anterior ejercido blandamente mediante la seducción, señal de un horizonte de seguridad en el abastecimiento, de una “gran teta”⁸, cupular y nutricia, que se dice continuamente como promesa a nuestro alcance.

También estos elementos escriturales se han estetizado hasta llegar a formar parte de la línea de cielo de la ciudad, del perfil arquitectónico, del reconocimiento cotidiano. Han sido incorporados hasta el punto de que su eventual omisión o ausencia se siente como una merma, un desgarramiento de la carne propia.

⁷ Sintomáticamente en las normativas se suele utilizar la palabra “coronación”, con su evocación de poder. La palabra “remate”, empleada en otros lugares, tiene también su componente irónico.

⁸ Ya Baudrillard (1966) avanzaba esta interpretación metapublicitaria como principal efecto indicial de esta práctica, más allá de su efecto mercantil superficial e inmediato, y más allá del símbolo: lo indicial intenta confundirse con lo natural, manifestando así su carácter ideológico. También Adorno (1975) aporta una cierta interpretación a este fenómeno totalizador y totalitario, con reminiscencias de mito del origen.



Figs. 15-18:
*La arquitectura
como pedestal:
la vigilancia del
poder.*

4.- Las estéticas

A partir de todos esos elementos escriturales dispersos y de distinta génesis se han operado dos tipos de legitimación. La primera ha ocurrido a partir del hecho de la estetización de la sociedad, vinculado a los procesos de reproductibilidad técnica, y tiene carácter sublimatorio. Mediante la apreciación estética se constituyen en hechos aceptables⁹. Tras esta legitimación se opera una segunda, más ideológica, basada en la confusión de la estética con el arte.

Pero, aunque la estética parece justificar toda esta escritura bajo la aparente uniformización de lo formal, ni todas las estéticas son iguales, ni todas las legitimaciones encubren iguales funciones representativas o referenciales. La estetización del número —como la de la señalética— recubre una función pri-

⁹ Aunque Arthur DANTO (1981) aplica la palabra transfiguración al mundo del arte, aquí es traspuesto al mundo de la percepción, sin que por ello se quiera rechazar la tesis de ese autor.

maria, moderna, del orden, del poder ilustrado. La estetización de la publicidad no recubre una función previa sino que la constituye: su función es metafórica, y es simplemente expresar y simbolizar la función de la estética en el sistema del mercado (Haug, 1980), y en ese caso vuelve a ser un índice de la omnipresencia del mismo. Se enfrentan, pues, dos poderes, el del Estado moderno y el del Estado postmoderno, reducido hoy a estado de y en crisis.

4.1.- El arte y la política

El arte, más allá de la estética, ha reflexionado sobre el hecho de la escritura de la ciudad, sobre la manera de configurar nuestra narración de la ciudad. Algunos ejemplos, entre los muchos posibles, pueden ilustrar este discurso. En el caso de Matt Siber lo hace por medio del extrañamiento, lo cual indica de la percepción de un antes y un después, de una percepción del tiempo y de la historia, por tanto de una mirada moderna que pregunta sobre la génesis de los acontecimientos y de los objetos. En el de Tony de Marco y Lukasewich se respira también el tiempo pero como nostalgia, como una ambigua mirada a los juguetes rotos. Para algunos se trataría de una reivindicación que volviera a dar vida —ese tipo de vida— a la ciudad, y para otros una reflexión sobre cómo fuimos y lo que queda por reconstruir. Es una mirada, por lo tanto, algo saturniana, como la de la Melancolía de Dürero. Cuando miramos las ruinas desde la arqueología es cuando descubrimos la antropología que las sustentaba. La misma mirada que generan las ruinas de Las Vegas, la ciudad de la que Venturinos mandó aprender¹⁰.

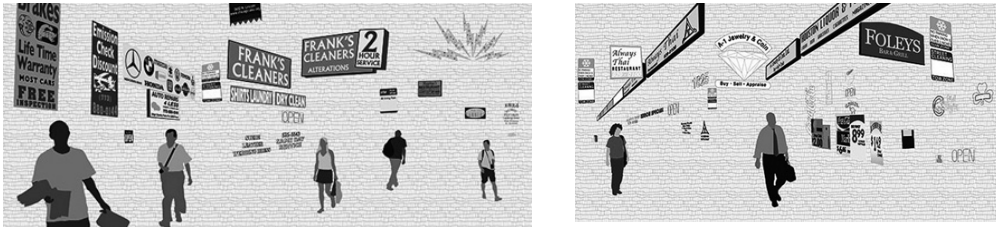
Sea como reacción a la mirada artística (un fruto del arte), o como vuelta al poder ciudadano y localizado (un fruto de la política) frente a los poderes translocales y transtemporales, algunas ciudades se han planteado borrar ciertas escrituras para poder pensar e intentar otras nuevas.

Gilberto Kassab, alcalde de São Paulo, lanzó una campaña por la limpieza de la ciudad (*Lei Cidade Limpa*)¹¹ en la que en los tres primeros meses del 2007

¹⁰ «A la pregunta de qué he aprendido en Las Vegas respondería simplemente 'Nada'»: BÉCOUT (2002). Ver también MARCHÁN y RODRÍGUEZ LLERA (2006), donde se pronostica la continuidad del paradigma de la arquitectura-espectáculo.

¹¹ Ver Lei Cidade Limpa: http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=27092006L%20142230000 (visitado en junio 2011). Y también el anexo "Lei Cidade Limpa: uma pequena retrospectiva", en GONZÁLEZ SOLAS (2008).

se eliminaron entre 8.000 y 15.000 carteles anunciadores, dejando por un tiempo al descubierto la ferralla inmundada en que los grandes y luminosos signos se apoyaban. La aceptación de la operación por parte de un 70% de la población es asombrosamente significativa de lo que podría ser la ruptura de lecturas impuestas. O de la vuelta a la recuperación de un espacio público y de un poder moderno, basado en un mandato del pueblo soberano.



Figs. 19-20: Mat Siber, desde la reflexión artística, ha hecho desaparecer los soportes materiales y ha dejado los signos y enseñas que crean las verdaderas calles de nuestro pensamiento.



Figs. 21-22: La ciudad de Sao Paulo una vez desprovista de publicidad (fotos de Tony de Marco).

Referencias bibliográficas

- ADORNO, T. W. (1975): *Bajo el signo de los astros*. Barcelona. Laia, 1986.
- APARISI LAPORTA, L. M. (2001): *Toponimia madrileña: proceso evolutivo*. Madrid, Gerencia Municipal de Urbanismo.
- BAUDRILLARD, J. (1966): *El sistema de los objetos*. Ed. Siglo XXI, México, 1969
- BÉGOUT, B. (2002): *Zerópolis*, Anagrama, Barcelona, 2007.
- BENJAMIN, W. (1936): "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", *Discursos interrumpidos*. Madrid, Taurus, 1982.
- DANTO, A. C. (1981): *La transfiguración del lugar común. Una filosofía del arte*. Barcelona, Paidós. 2002.
- GONZÁLEZ SOLAS, J. (2008): "Escrito sobre la ciudad", *Pensar la Publicidad*, vol. 2, nº 2, 2008, 37-62.
- GONZÁLEZ SOLAS, J. (2009): "Las instituciones frente a la estetización de la sociedad". Conferencia en el Museo Nacional de Artes Decorativas.
- GONZÁLEZ SOLAS, J. (2010): "Arte, publicidad y vida en el espacio público. Un lugar, una norma y tres manos de pintura". Presentado en el Instituto Cervantes de Madrid durante las "Jornadas MUSA: La publicidad en el Museo". En vías de publicación en la revista *Pensar la Publicidad*.
- HAUG, W. F. (1980): *Publicidad y consumo. Crítica de la estética de mercancías*. México, Fondo de Cultura Económica, 1989.
- JIMÉNEZ, J. (2002): *Teoría del arte*. Madrid, Tecnos.
- MARCHÁN FIZ, S. - RODRÍGUEZ LLERA, R. (2006): *Las Vegas: resplandor pop y simulaciones posmodernas, 1905-2005*. Madrid, Akal.
- VENTURI, R. - IZENOUR, S. - SCOTT BROWN, D. (1977): *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona, Gustavo Gili, 1982.