

Estética e interacción social en la identidad del espacio público

Aesthetics and social interaction in the identity of public space

SERGIO GARCÍA-DOMÉNECH

Departamento de Edificación y Urbanismo. Universidad de Alicante
sergio.garcia@ua.es

Recibido: 03/03/2015

Aceptado: 18/04/2015

Resumen

La consideración estética de la ciudad ha evolucionado muy rápidamente durante el último siglo y medio, de forma que en la actualidad, la estética urbana supone un objetivo común a toda actuación de regeneración y renovación en la ciudad. El arte público, sin ser el único, supone un interesante medio para la consecución de dicho objetivo y por su naturaleza, el espacio público es el lugar inherente para su materialización. El paisaje urbano percibido en el espacio público requiere de una interacción entre el propio medio y la sociedad que lo habita para poderse definir estéticamente. En esa definición, el factor social resulta necesario tanto en un sentido pasivo de percepción de la imagen urbana, como en un sentido activo de participación en su génesis. Para moldear la identidad del espacio público resulta fundamental establecer un correcto equilibrio entre ambas componentes: la estética y la social.

Palabras clave

Espacio público, arte público, paisaje urbano, participación social, identidad urbana.

Abstract

The aesthetic point of view of the city has evolved very rapidly over the past century and half. Nowadays, urban aesthetics is a common aim in all actions of urban regeneration and urban renewal. Public art is an interesting way to achieving this aim, without being the only one. By its nature, public space is inherent place to materialize public art. The urban image in public space requires an interaction between the medium itself and the society to be able to define it aesthetically. Social factors are necessary in this definition. They are used in a passive as well as in an active sense: urban image perception and participation in its genesis. In order to shape the identity of public space is essential to establish a proper balance between the two components: aesthetic and social.

Keywords

Public Space, Public Art, Townscape, Social Participation, Urban Identity.

Referencia normalizada: GARCÍA-DOMÉNECH, S. (2015): "Estética e interacción social en la identidad del espacio público". *Arte y Ciudad. Revista de Investigación*, nº 7 (abril), págs. 195-212. Madrid. Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea, Universidad Complutense de Madrid.

Sumario: 1.- Introducción. 2.- La percepción del paisaje urbano. 3.- La estética de la ciudad y el arte público. 4.- La componente social en la estética y la participación. 5.- Conclusión: la identidad del espacio público urbano como equilibrio entre lo estético y lo social. 6.- Bibliografía.

1. Introducción.

La ciudad se compone de un conjunto interrelacionado de espacios públicos y privados que marcan la convivencia urbana. Ese conjunto de espacios puede ser percibido desde el entorno inmediato a la distancia y desde la complejidad de las relaciones colectivas hasta la experiencia individual. Esto no deja de transmitir una permanente percepción de la ciudad como un sistema complejo lleno de variables. En ese sistema complejo, el espacio público es el que realmente conforma el tejido urbano que percibimos e identificamos como nexo de unión entre pasado y presente –tiempo–, entre lugar y posición –espacio–, y entre individuo y sociedad –interacción–. En el espacio público

contemporáneo, el ciudadano asume la complejidad de la problemática colectiva que la ciudad se encarga de resolver. En ese espacio, el arte juega un nuevo rol más allá de su propia expresión estética, forma parte intrínseca del juego urbano. En la ciudad actual, el arte pierde su autonomía, rompe con la lógica del monumento como fenómeno aislado y pasa a formar parte indisoluble del paisaje urbano, creando a su vez un sentimiento ciudadano de democratización estética en el que la sociedad urbana interactúa con su entorno espacial.

El arte —o en un sentido más amplio— el fenómeno estético, siempre ha sido una de las principales variables a tener en cuenta en todo proceso de evolución urbana. Lo bello en la ciudad puede llegar a adquirir un significado propio para la sociedad urbana. Los monumentos representativos o la arquitectura igualmente monumental, evidencian esa relación entre estética y ciudad a lo largo de la historia. De hecho, el monumento siempre ha actuado históricamente como un medio de expresión de los valores políticos, sociales o culturales (Augé, 1993: 65). La vocación de permanencia de los monumentos urbanos expresa la colectividad de la ciudad:

Los monumentos, signos de la voluntad colectiva, expresados a través de los principios de la arquitectura, parecen colocarse como elementos primarios, como puntos fijos de la dinámica urbana (Rossi, 1971: 239).

La estética urbana se nutre de un conjunto de elementos simbólicos que sirven tanto de referencia como de orientación en la ciudad. Relacionan paisajes urbanos a través de la forma, el color, la textura, el movimiento y otras variables que en definitiva generan sentimientos, evocaciones, imágenes o contrastes. A partir de las relaciones que se establecen entre objetos y entorno, la estética de la ciudad toma forma en el espacio urbano. Arte urbano, arquitectura y espacio público representan parte fundamental de las variables que componen el juego estético en la ciudad. En el espacio público podemos descifrar contenidos y códigos que nos permiten entender la morfología urbana y definir el paisaje urbano, entendiendo la ciudad como un sistema organizado y capaz de establecer nuevas relaciones sociales, creando cultura urbana. En ese sentido, el espacio público se convierte en eficaz *notario* de esa permanencia del monumento en la ciudad, tal y como la interpreta Aymonino:

... un espacio artificial, histórico, en el cual toda sociedad, intenta en cada época, mediante su autorrepresentación en monumentos arquitectónicos, un objetivo imposible: "marcar" ese tiempo determinado (Aymonino, 1983: 25. Énfasis original).

En la *posmodernidad*, el arte urbano ha adquirido connotaciones esenciales que le hacen perder autonomía al tiempo que gana en síntesis y abstracción. El monumento tradicional, aun sin perder su contenido, desplaza su valor intrínseco de emplazamiento físico a favor del sistema urbano, adecuándose a las mutaciones de la propia sociedad que lo percibe. La estética urbana no puede entenderse desde un enfoque *reduccionista*, sino *holístico*. Abarca un amplio abanico de prácticas artísticas o potencialmente artísticas: desde la pintura y la escultura, hasta la arquitectura y el propio diseño de la urbanización. Lo cierto es que el paradigma de la estética urbana se mantiene en una utilización instintiva y simultánea de las artes plásticas tradicionales, el reconocimiento de la ciudad como un todo y la aceptación de la belleza como objetivo. En ese contexto, la ciudad puede ser directamente relacionada con la belleza misma: las transformaciones urbanas, de hecho, actúan directamente sobre las calles y plazas, convirtiéndolos en espacios habitables, en lugares urbanos.

Hasta finales del siglo XIX, la visión estética en la ciudad dependía de la formación artística de base de los arquitectos encargados de la planificación urbana, que compartían formación con escultores y pintores, siguiendo la tradición de las escuelas de *Beaux-Arts*. Tras el afianzamiento de la revolución industrial, el *modernismo* muy tímidamente y la *modernidad* muy claramente, pusieron en crisis esa dependencia: la relación arte-arquitectura y por extensión, arte-ciudad, se debilitó, por lo que la idea del arte como mero elemento decorativo o representativo cobró fuerza. Conforme la división de las disciplinas profesionales se hizo más clara y evidente, ingenieros y arquitectos separaron sus aportaciones aunque compartieron responsabilidad en la construcción de la ciudad. Existen varias razones que pueden explicar este cambio. Por un lado, desde el comienzo de la era industrial, arte y arquitectura empiezan a seguir caminos diferentes: innovaciones en el campo de los materiales, industrialización de los procesos constructivos y uso de componentes estandarizados, reorientaron la arquitectura hacia la *función*. Por otra parte, la deriva del espacio público como lugar de representación ciudadana va ganando peso, por lo que la necesidad de estética urbana abre paso a las primeras políticas de embellecimiento de la ciudad. Arte y arquitectura dejan de

regir en común el diseño urbano, por lo que la alianza entre la funcionalidad y estética se debilita. Mientras que las artes plásticas —por su propia naturaleza estética— tomaron el camino de la *venustas*, la arquitectura se reorientó cada vez más hacia la *utilitas*. La pintura y la escultura encontraron nuevos mecenas entre los coleccionistas de la burguesía industrial y comercial emergente. Las obras de arte proliferaron en los palacetes burgueses y se convirtieron en objetos de lujo, para lucir con orgullo el prestigio y el honor de su titular, como un signo de distinción social o como un símbolo de prosperidad en los negocios. La arquitectura, sin embargo, se acercó a la ingeniería, alineándose con la técnica. El vínculo entre arte y diseño urbano se transformó. Quedó reducida en gran medida a la aplicación de la presencia artística puntual en la ciudad: una obra de arte era incluida en el espacio urbano ya materializado con el único objetivo de decorarlo o maquillarlo, con un simple sentido simbólico o alegórico. Sin embargo, esta separación entre arte y ciudad tendría un contrapunto finisecular en la teoría esteticista de Camillo Sitte, aplaudida y apoyada por su contemporáneo Otto Wagner (Layuno Rosas, 2014: 104). La teoría de estética urbana de Sitte, sería posteriormente rescatada y utilizada como estandarte por los movimientos recuperadores de los valores estéticos del espacio público, surgidos desde la segunda mitad del siglo XX como reacción al rígido funcionalismo urbano impuesto por la Carta de Atenas (García-Doménech, 2014: 305-306).

En el siglo XX, con la eclosión de las primeras vanguardias, los artistas promovieron un rechazo de la tradición académica a favor de una concepción del arte más libre de simbolismos decadentes. Particularmente desde los años cincuenta, los artistas urbanos buscaron una nueva relación del arte con la ciudad más interactiva con el medio, abandonando o minusvalorando lo puramente decorativo, representativo o simbólico. Sobre todo a partir de las últimas décadas del siglo, la variable artística entra a formar parte habitual de las actuaciones de regeneración urbana. La estética urbana no sólo se concibe en términos de apreciación estética, sino como catalizador que relaciona el espacio urbano con quienes lo pueblan, ofreciendo un valor añadido a la calidad de vida de los ciudadanos. El arte vuelve a jugar un papel primordial en el diseño de la ciudad y los artistas urbanos —en sentido amplio— están cada vez más solicitados a fin de utilizar su sensibilidad para transformar simples espacios, a veces incluso residuales, en lugares con identidad.

2. La percepción del paisaje urbano.

La noción de *medio ambiente*, entendido como conjunto de circunstancias culturales, económicas y sociales en que vive una persona, y la acepción de *paisaje* como visión o imagen de un lugar en consideración a sus aspectos artísticos, convergen en el concepto de *paisaje urbano*. Quedémonos con los dos aspectos indicados de medio ambiente: la importancia del entorno cultural, económico y social, así como el hecho de que está habitado por personas. Respecto del paisaje, recalquemos la consideración artística, esto es, estética. La ciudad es el lugar en el que se imbrica todo: la ciudad supone un entorno cultural, económico y social único; la ciudad está habitada por las personas; la ciudad es la visión o imagen más cercana para esas personas; finalmente, la ciudad se presta a la consideración artística. El paisaje urbano no hace referencia al paisaje *de la ciudad*, sino al paisaje *en la ciudad*, es decir, al paisaje perceptible en –y desde– el espacio público que da forma a la propia ciudad. El paisaje –incluyendo el urbano– es el resultado de una combinación de elementos, usos y actividades ejercidas sobre un determinado territorio, organizado espacialmente y ligado a las costumbres que han producido formas características reconocibles por la sociedad:

El entorno donde el hombre se mueve, el cubo de tierra y aire donde habita, se encuentra fuertemente condicionado por su pensamiento, por el sentimiento que da a su vida. El paisaje no es sólo la realidad física donde el hombre desarrolla su actividad o donde se asienta la arquitectura, sino algo delimitado y creado por el propio hombre (Sosa, 1995: 22)

Por lo tanto, el paisaje urbano se crea como consecuencia de la interacción del urbanita con su medio ambiente. Desde un enfoque antropológico, el paisaje es producto de la cultura del grupo que lo moldea y lo habita. La percepción del paisaje urbano es una experiencia particular, pero la influencia social y sobre todo la cultural, acaba por transformar el simple espacio colectivo en espacio existencial:

El interés del hombre por el espacio tiene raíces existenciales: deriva de una necesidad de adquirir relaciones vitales en su medio ambiente para aportar significado y orden a un mundo de acontecimientos y acciones (Norberg-Schulz, 1971: 9. Traducción propia).

Precisamente, esa percepción de las interacciones humanas en el medio urbano es la experiencia que mejor lo identifica. Todo entorno urbano tiene

un determinado paisaje estéticamente perceptible y en ese sentido, la planificación urbana concebida con estrictos criterios funcionales llega a incidir en esa percepción (García-Doménech, 2014: 314). El paisaje urbano puede percibirse e interpretarse desde diversos enfoques, pero básicamente se reducen a dos vertientes principales, amparadas por dos autores canónicos con obras igualmente canónicas: una, racional, positivista y objetiva representada por Kevin Lynch (1960); la otra, fenomenológica, sensorial, subjetiva y emocional, representada por Gordon Cullen (1971). Ambas toman como base el pensamiento estético-urbano de Sitte; ambas estudian mucho más profundamente la experiencia individual que la colectiva; y ambas determinan esa experiencia individual como interpretación del espacio urbano, a través de imágenes mentales que revelan la relación entre el mismo y el individuo que lo habita y lo experimenta.

3. La estética de la ciudad y el arte público¹.

La ciudad es un artefacto de complicada percepción y difícil comprensión. En su factor visual, entran en juego una serie de procesos y conceptos abstractos en los que la mente humana elabora imágenes dispersas que una vez compiladas y relacionadas, acaban siendo percibidas como una totalidad. Esas imágenes dispersas de determinados ambientes paisajes también se nutren de ideas más abstractas que afectan variables sentimentales o emocionales, como la propia percepción estética individual:

La estética urbana como rama particular de esta filosofía [la estética], no es otra cosa que el resultado de una construcción mental sobre la relación que establece el observador con el paisaje urbano y que resulta de complejos procesos sensoriales, emocionales y racionales, mediatizados por la cultura y las propias experiencias cognitivas o emotivas del observador (Buraglia, 1998: 42).

La anteriormente comentada naturaleza *holística* de la estética urbana pone en crisis la relación de los ciudadanos con la propia ciudad. A medida que la ciudad evoluciona y crece en complejidad, planificadores, administradores y

¹ En la amplia literatura reciente existente sobre este concepto, prevalece el término anglosajón *public art*, incluso en aquella que no está escrita en lengua inglesa. Dada su clara traducción directa y la universalidad de su significado, se ha considerado más conveniente utilizar el término castellano.

habitantes acaban por no ser capaces de mantenerse al día con el ritmo del cambio. En tal contexto, el lenguaje técnico, la racionalidad y la lógica como únicas herramientas para comprender los cambios urbanos, se enfrentan permanentemente a las cotidianas necesidades de los urbanitas. La búsqueda de nuevos instrumentos, que fomenten el diálogo entre lo urbano y lo personal, ha dado paso a potenciar cada vez más la intervención artística en la ciudad. En la actualidad, en las ciudades europeas la componente artística integra parte de la política urbana como una herramienta más de la planificación. En ese sentido, no podemos perder de vista que toda ciudad mantiene su componente política –la ciudad como *polis*–, componente que precisamente se pone en evidencia en su espacio público (González Solas, 2012: 6).

A la arquitectura y al arte urbano –en sentido amplio– se les pide responsabilidad en la transformación social de áreas a regenerar, que incidan en la relación entre ciudad e identidad cultural y que la sociedad contemporánea pueda interpretar mejor la morfología urbana. Un notable cambio en la cultura del diseño ha fomentado el nacimiento de un panorama heterogéneo de intervenciones artísticas en –y sobre– el espacio público, a las que comúnmente se refieren como *arte público* (Miles, 1997; Knight, 2008). El arte público supone una evolución más compleja del *arte en el espacio público* (Crousse, 2013: 15-19). Estas intervenciones raramente tienen una función puramente decorativa o representativa. Más bien tienen como objetivo para permitir a los responsables políticos la construcción de mensajes más cercanos a las preocupaciones de la población. En la medida en que la ciudad es el lugar de la producción, del consumo y de la interacción, el arte público representa una fórmula interesante en términos de regeneración urbana. Desde la década de los ochenta del pasado siglo y tanto en el viejo como en el nuevo continente, las políticas de regeneración urbana han usado la cultura artística como motor para reanimar el declive urbano. Los gobiernos locales han puesto comúnmente en marcha proyectos de arte público como mecanismo regenerador del espacio urbano, además de constituir un medio eficaz para promover la ciudad y ampliar su capacidad de atracción de visitantes e inversiones. Ese acercamiento artístico a las zonas urbanas en regeneración, tiene tanto críticos como defensores. Los críticos más escépticos argumentan en contra el uso del arte con un planteamiento de carácter simplemente retórico (Zukin, 1991: 51), pero lo cierto es que existen otras investigaciones destinadas a demostrar cómo

mo el arte puede tener un impacto positivo en las comunidades más humildes, fomentando su uso para hacer frente a la exclusión social:

Las artes tienen especiales características que ofrecer porque: a) involucran la creatividad de la población, llevando a la resolución de conflictos; b) tienen que ver con los significados, permitiendo el diálogo entre la población y los distintos grupos sociales; c) fomentan el debate y la imaginación de futuros posibles; d) ofrecen auto-expresión, como característica esencial del ciudadano activo; e) son impredecibles, emocionantes y divertidas (Landry y Matarasso, 1996: 4. Traducción propia).

En la actualidad, el arte urbano toma forma en el espacio público y lo fortalece asumiendo los lenguajes propios del arte contemporáneo. Facilita el acercamiento del ciudadano a mensajes estéticos que han ido evolucionando con el tiempo. En este sentido, el arte público llega a superar el comentado carácter de monumento conmemorativo y de símbolo de permanencia, para convertirse en producto de *dominio público*. El arte público se abre a la ciudad que lo acoge, toma una nueva dimensión en el espacio público que lo rodea y abre la puerta a la democratización de los nuevos mensajes estéticos.

4. La componente social en la estética y la participación.

El término *espacio público* se identifica comúnmente desde la óptica de los derechos como espacio de libre acceso, carente de restricciones y en el que se pueden expresar opiniones o reivindicar necesidades. La epistemología de lo urbano –en sentido amplio– no puede limitarse a esta interpretación, cierta pero incompleta. La importancia de identificar el valor cultural del concepto es fundamental como elemento integrador de la persona como sujeto y como ser social. El espacio público no es sólo aquel al cual se accede libremente, o que mantiene titularidad pública, sino también aquel que presenta componentes sociales y culturales que sobrepasan los derechos y las titularidades. Otra acepción dominante del espacio público en la ciudad, lo sitúa en un determinado espacio físico cuya propiedad, mantenimiento y gestión tiene carácter público. Pero este concepto dominante resulta muy limitado, especialmente cuando se realiza una visión transversal del mismo al cruzarlo con otras disciplinas y campos del saber humano. El mero enfoque desde la propiedad y la transacción tiene un peso considerable en la cultura occidental basada en el derecho romano. Es un enfoque totalmente dicotómico, ya que la

importancia radica en dos situaciones de carácter netamente jurídico: el espacio público y el espacio privado, aun a expensas de que en una segunda lectura habría que matizar entre espacio individual o colectivo, y entre espacio libre u ocupado.

La definición actual de espacio público puede ser o muy general o muy especializada, pero en cualquier caso, es un concepto difuso e indefinido. Incluye lugares tangibles como los espacios públicos urbanos en su concepción más habitual de la calle, la plaza o el parque, pero en cierto sentido también afecta al centro comercial contemporáneo como producto posmoderno (Amendola, 2000: 251-253) o a la propia ciudad en su conjunto. Por otra parte, también puede estar referido a la esfera pública, a la opinión pública, a la tribuna de un diario o a un foro virtual de internet como estamentos “que obligan a una revisión al alza del lugar que las sociedades entre desconocidos y basadas en la interacción efímera ocupan en el mundo actual” (Delgado, 1999: 20). Allí donde aparece debate y libre expresión, se constituye un espacio público. Por lo tanto, el espacio público –urbano– no se agota ni está asociado únicamente a lo tangible y espacial. El buen funcionamiento del espacio público actúa como un barómetro de la situación social al que atribuir diferentes significados en función del contexto social, geográfico y cultural:

... El espacio público tiene un sentido social, que sólo le da el uso, lo que exige conocimientos de múltiple naturaleza, en que es indispensable la comprensión de los comportamientos, gustos, hábitos, preferencias... de los usuarios. Esto está en el origen y explica muchos éxitos y fracasos de los espacios públicos concretos en las ciudades (Brandão, 2014: 67).

Si enfocamos el concepto desde el urbanismo racionalista heredero de la Carta de Atenas, el espacio público es el gran olvidado, un residuo espacial tras la implantación de una arquitectura funcional triunfante, mientras que para las teorías críticas con la modernidad arquitectónica surgidas desde mediados del siglo XX, el espacio público urbano es, por contra, el elemento articulador que organiza la ciudad. Otro sentido más ontológico del espacio público urbano, puede desarrollarse como conjunto de espacios aislados o interdependientes en los que desaparece la privacidad, por lo que paradójicamente aparece una cierta limitación de la libertad individual, al constituirse un sentido de colectividad que impone pautas de conducta.

Todos estos enfoques presuponen una profunda influencia social que puede afectar al diseño del espacio urbano y por ende, a su estética. Un grupo social determinado queda limitado a su espacio comunitario, sin embargo la vida que se hace efectiva en el espacio público se abre al conjunto de la sociedad urbana. Lo público define al lugar en que confluyen “personas de diferentes clases” (Jacobs y Appleyard 2000: 497. Traducción propia). La democracia, como sentido del poder social, se evidencia mediante la mezcla heterogénea y la combinación de interacciones de personas diferentes que piensan heterogéneamente:

Las ciudades son más que escenarios. Se requiere un cierto número mínimo de personas que vivan y usen un determinado espacio para que surja interacción humana, vida y acción pública, diversidad y comunidad (Jacobs y Appleyard, 2000: 498. Traducción propia).

La estética urbana, a diferencia de otras manifestaciones artísticas que se explican por sí mismas, requiere justificaciones adicionales a la propia emoción estética. Así, las componentes sociales y culturales inciden sobre dicho fenómeno. Por lo tanto, el resultado estético del espacio público se conforma por la actividad colectiva y por el acervo cultural que promueve ese conjunto de actos. Desde esa óptica, la estética cumple una función de caracterización del espacio público que nos facilita la comprensión del paisaje urbano a través del análisis de sus componentes, lo que Lynch denominó *place legibility* (Lynch, 1960). Ahí ya se podría hablar de una cierta influencia social de la estética urbana. Respecto al otro enfoque anteriormente indicado sobre paisaje urbano, la mirada subjetiva y fenomenológica se ampara en la percepción emocional mediante la combinación de la visión tanto estática como dinámica, lo que Cullen denominó *serial vision* (Cullen, 1971), es decir, una sucesión de imágenes que inciden en nuestras emociones estéticas a través del recorrido itinerante y de la multiplicidad sensorial. En este caso, la estética adquiere un enfoque más centrado en los aspectos emocionales que puede despertar un lugar determinado, por lo que el cometido del diseño urbano debería tender a crear o componer espacios que susciten emociones positivas. Al hablar de la experiencia grupal de un conjunto de personas que concurren en un mismo lugar urbano expresando las mismas percepciones y experiencias, podemos decir que la estética urbana es interpretable como valor social, como percepción construida y como experiencia colectiva compartida. En ese sentido y al igual que con el trabajo de Lynch, volvemos a advertir la influencia del factor social en la estética urbana.

Por otra parte, al estudiar la importancia de la estética en el diseño urbano, Alan Alcock propone un nuevo término con carácter híbrido – *socioestética* (Socio-Aesthetic en el original)– mediante el que analiza la influencia del factor social en la percepción estética del espacio urbano, realizando propuestas para el diseño del mismo (Alcock, 1993: 47-49). La estética urbana tiene como objetivo el diseño físico de la ciudad, pero también su correcta percepción e interpretación, lo que lleva aparejada una necesaria dimensión social del concepto. En ese contexto, la adecuada relación entre estética urbana y su percepción no es un objetivo, sino un medio de técnica participativa (Hein, 2006: 75). De hecho, los actuales estetas urbanos son más propensos a hacer preguntas que a dar respuestas, animando el debate, fomentando la discusión y la crítica. De esta forma, se intenta que la intervención estética en la ciudad sea el resultado de una cooperación interactiva entre los diseñadores y la sociedad, recuperando el sentido original del arte como *res publica* y definiendo la estética urbana como un valor añadido en la sociedad urbana:

Los ciudadanos, turistas, gente de paso y los propios artistas comparten protagonismo, encontrándonos así con personajes que presentan un papel totalmente activo y donde la interacción es una de las acciones más importantes en esta nueva perspectiva museística. No sólo se observa, sino que se participa, se crea, se establece un diálogo entre el público y el artista existiendo así una retroalimentación constante y enriquecedora para ambas partes (Pérez Asperilla, 2012: 32).

Desde hace décadas, no pocas ciudades están sufriendo una serie de transformaciones contradictorias. La globalización, la privatización e incluso los avances tecnológicos están influyendo en la descomposición del concepto tradicional de espacio público urbano. Científicos sociales clásicos como el binomio formado por Arendt (1958: 263) y Sennett (1977: 339-340), han denunciado la paulatina reducción de los ámbitos de la vida social. Antropólogos urbanos como Augé (1993: 83) y Delgado (1999: 40) han definido el *no-lugar* como un espacio de presencia cada vez más frecuente en la ciudad contemporánea. En todo caso, aun siendo cierto que el espacio público es un concepto más débil que en el pasado, precisamente desde el factor estético y el arte público emergen repuntes de su relevancia social:

A juzgar por el número de referencias al espacio público en el discurso estético contemporáneo, el mundo del arte se está “tomando la democracia en serio”. Las alusiones al espacio público se han multiplicado en la última década, junto con un crecimiento muy publicitado de las comisiones de arte público (Deutsche, 1992: 34. Traducción propia. Énfasis original).

... El mundo del arte ha conjurado el concepto de “lo público” para impugnar la apropiación de esa categoría por las fuerzas que legitiman los nuevos espacios y el nuevo arte público que más tienen que ver con la imposición de nuevas formas de subordinación que con la democratización de la ciudad (Deutsche, 1992: 42. Traducción propia. Énfasis original)

La experiencia artística, como variante cultural, puede actuar a modo de agente de cambio social siempre que sus promotores tomen conciencia de ese papel y se contextualice en una estrategia más ambiciosa (Moreno González, 2013: 98-99). La capacidad de la estética urbana para fomentar la participación ciudadana en la vida pública y política aporta varias ventajas: se potencia la participación regular ciudadana en la toma de decisiones, pero también permite crear unas relaciones más interactivas y participativas entre ciudadanos y gobernantes. Una de las bases sobre las que se asienta el sentido del arte público, es precisamente la idea de que si la ciudadanía asume un papel activo en la toma de decisiones, se sentirá más responsable del lugar donde está viviendo o trabajando: prestará más atención a su mantenimiento y el espacio público será percibido como un espacio propio.

Por otra parte, la experiencia artística permite mejorar la inclusión social. Es éste un debate siempre activo en las ciencias sociales y en la política contra la segregación y la exclusión. Todas las técnicas participativas de estética urbana –el propio arte público– puede ser un primer paso para reconocer la plena ciudadanía de los excluidos. Los enfoques más críticos de ese debate, argumentan que la capacidad del arte público para fomentar la inclusión social está limitada a atender necesidades más simbólicas que materiales, lo cual “tiende a aumentar el conflicto que rodea su uso, ampliado a su vez por la dificultad de valorar los beneficios reivindicados para el mismo” (Sharp, Pollock y Paddison, 2005: 1006. Traducción propia), e incluso en el peor de los casos puede llegar a ser usado para “distraer la atención de los problemas sociales y por lo tanto, ser cómplice en la consecuente fragmentación social” (Miles, 1997: 64. Traducción propia).

5.- Conclusión: la identidad del espacio público urbano como equilibrio entre lo estético y lo social.

La pluralidad social, cultural e ideológica de la ciudad contemporánea, en combinación con su fragmentación espacial, pone en crisis varios significados de lo que es la ciudad en sí misma y de lo que representa para el mundo occidental. Cada objeto y cada componente urbana revierte en la constitución de identidad del espacio público y por extensión, de la ciudad: la arquitectura, la planificación urbana, el arte urbano o el propio espacio público. La ciudad evoluciona a la par que la propia sociedad que la habita y los planificadores, gestores, administradores y políticos ya no son capaces de mantenerse al día con el ritmo del cambio: el mero diseño de un espacio público no es suficiente para constituir *lugar* o para mejorar las atribuciones de los existentes. Con sus limitaciones, la intervención social a través de la participación ciudadana y comunitaria puede funcionar como un catalizador de la vida pública. Como consecuencia, la planificación y los proyectos urbanos deben tener muy en cuenta a la ciudadanía mediante una implicación en la toma de decisiones.

Una correcta estética urbana no puede conseguirse de espaldas a quienes han de percibirla. Sólo las imágenes y valores urbanos interpretados como propios podrán generar actitudes y comportamientos sociales que acaben por definir y dar sentido al *lugar urbano*. El urbanita ha de poder reconocer la identidad del espacio público y para ello resulta fundamental su participación, tanto en la conformación del significante material, como en la del significado otorgado mediante su cotidiano uso y disfrute. La ejecución de un plan o proyecto urbano no se corresponde simplemente con la realización de un artefacto, sino que también se nutre de la interacción entre los diferentes implicados. En ese sentido, la especial dinámica participativa y de colaboración comunitaria presente en toda experiencia de arte público, fomenta el desarrollo de un tejido relacional en la sociedad, ya sea entre los propios usuarios del espacio público, como entre éstos y el resto de los actores que intervienen en el proceso. La implicación abarca todo el proceso generativo, desde la fase de análisis hasta las decisiones que dan como fruto el resultado definitivo. De esta manera, ese resultado genera un sentimiento de identidad tanto individual como colectiva en base a los valores compartidos, aportando motivación y compromiso en –y con– la sociedad. El factor emocional inherente al proceso, imprime sentido a la participación y carácter al resultado urbano.

El positivo impacto que implica la puesta en práctica del arte público, implica una interesante aportación al desarrollo social y a la identidad cívica. Por otra parte, la incorporación de elementos constitutivos del acervo ciudadano en la obra de arte refuerza el sentido de pertenencia territorial y de comunidad social. La participación social en la definición estética del espacio público a través del arte público, amplía el interés en lo colectivo de la población y canaliza la atención hacia otros proyectos más complejos. Las iniciativas artísticas pueden ser ampliamente utilizadas en las zonas urbanas sometidas a la controvertida técnica de la regeneración urbana con la intención de generar un positivo impacto social. Siempre y cuando el arte público mantenga a la ciudadanía activa mediante el diseño participativo, la corresponsabilidad social y la construcción de relaciones, se convierte en una herramienta valiosa para conformar la identidad urbana y comunitaria. La experiencia estética ocupa su parcela de poder como agente de cambio social en el espacio público, aunque en la mayor parte de los casos, su impacto poco tiene inicialmente que ver con su supuesto valor artístico: más bien incide en el debate de carácter social, generando por contra, intensas discusiones que en pureza artística, podrían interpretarse como meramente circunstanciales: coste, impacto sobre la movilidad, seguridad, mantenimiento, o la expresión de una ideología política subyacente.

La identidad es la cualidad de ser uno mismo. Por lo tanto, la identidad urbana es la cualidad de ser ciudad. En ese sentido, las intervenciones con objetivo estético en el espacio público pueden aportar un avance en la constitución de acervo ciudadano y en el sentimiento de pertenencia e identidad comunitaria. Las intervenciones artísticas muestran una serie de ventajas respecto a otras más convencionales: no tienen por qué suponer un elevado coste y suelen ofrecer alta tolerancia a las limitaciones establecidas por las normativas urbanísticas. Como contrapartida, son medidas cuya eficacia es limitada, ya que por sí mismas no tienen la capacidad y el alcance necesario para reorientar las dinámicas sociales más conflictivas. En cualquier caso, lo cierto es que las intervenciones urbanas cuyo objetivo principal es puramente estético escasean. Más bien suelen postularse como efecto coyuntural de una renovación urbana cuyos objetivos son más funcionales. En ese sentido, este tipo de intervenciones se sitúa en una posición de difícil clasificación entre el arte, el paisajismo, el maquillaje urbano y las mejoras funcionales. Podría ser más

adecuado concebir tácticas que prevean el impacto social como objetivo prioritario, a través de procedimientos participativos activos que garanticen la aceptación comunitaria y por consiguiente el sentimiento de identidad.

La ciudad debe tener la cualidad de ser no sólo *usable*, sino también *habitable*. En ese sentido, el hábitat urbano por excelencia es su espacio público, el lugar donde la vida pública evidencia su papel rector en la ciudad. En lo político y social, la estética urbana implica derechos y deberes ciudadanos: derecho a habitar lugares dignos y a disfrutar de la ciudad como patrimonio comunitario y como mecanismo difusor de la cultura; y deber de vigilancia sobre el acervo cultural y sus valores singulares, así como de respetar y enriquecer el patrimonio urbano con propuestas activamente participadas. Hablar sobre identidad urbana implica trabajar en cuantas interacciones culturales se desarrollan en la ciudad, incluyendo la permanente vinculación ciudadana con su entorno. En la ciudad, la identidad se consigue mediante la originalidad de contenidos –espacio– y de contenidos –la sociedad– por lo que forma y uso, estética y ética, son dos caras de la misma moneda con un denominador común: constituir identidad urbana.

6.- Bibliografía.

- ALCOCK, Alan (1993): "Aesthetics and Urban Design", en HAYWARD Richard y MCGLYNN, Sue (eds.): *Making Better Places. Urban Design Now*. Butterworth Architecture. Oxford, pp. 42-49.
- AMENDOLA, Giandomenico (2000): *La ciudad postmoderna. Magia y miedo de la metrópolis contemporánea*. Celeste. Madrid. (Traducción de Marisa García Vergaray y Paolo Sustersic).
- ARENDT, Hannah (1958): *The Human Condition*. University of Chicago Press. Chicago.
- AUGÉ, Marc (1993): *Los No-Lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa. Barcelona. (Traducción de Margarita N. Mizraji).
- AYMONINO, Carlo (1983): *El significado de las ciudades*. Hermann Blume. Madrid. (Traducción de Francisco Pol Méndez).
- BRANDÃO, Pedro (2014): "Diseño urbano e interdisciplinariedad". *On the W@terfront*, 30, pp. 58-72.

- BURAGLIA, Pedro (1998): "Estética urbana y participación ciudadana". *Bitácora Urbano/Territorial*, 1(2), pp. 42-47.
- CROUSSE, Verónica (2013): "Arte público e interdisciplina. Problemáticas de la formación artística disciplinar". *On the W@terfront*, 27, pp. 13-24.
- CULLEN, Gordon (1971): *Townscape*. Architectural Press. London.
- DELGADO, Manuel (1999): *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Anagrama. Barcelona.
- DEUTSCHE, Rosalyn (1992): "Art and Public Space: Questions of Democracy". *Social Text*, 33, pp. 34-53.
- GARCÍA-DOMÉNECH, Sergio (2014): "Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea". *Arte, Individuo y Sociedad*, 26 (2), pp. 301-316.
- GONZÁLEZ SOLAS, Javier (2012): "El espacio público como lugar político del diseño y del arte". *Arte y Ciudad*, 2, pp. 5-16.
- HEIN, Hilde (2006): *Public Art. Thinking Museums Differently*. Alta Mira Press. Lanham.
- JACOBS, Allan y APPLEYARD, Donald (2000): "Toward an Urban Manifesto", en R. T. LE GATES Y F. STOUT (eds.): *The City Reader*. Routledge. London/New York, pp. 492-502.
- KNIGHT, Cher Krause (2008): *Public Art: Theory, Practice and Populism*. Blackwell Publishing. Oxford.
- LANDRY, Charles y MATARASSO, François (1996): "The Art of Regeneration: Urban Renewal through Cultural Activity". *Social Policy Summary*, 8, pp. 1-4.
- LAYUNO ROSAS, Ángeles (2014): "Procesos y proyectos de configuración estética del espacio urbano. La Viena de Otto Wagner". *Arte y Ciudad*, 5, abril, pp. 99-140.
- LYNCH, Kevin (1960): *The Image of the City*. MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- MILES, Malcolm (1997): *Art, Space and the City: Public Art and Urban Futures*. Routledge. London/New York.
- MORENO GONZÁLEZ, Ascensión (2013). "La cultura como agente de cambio social en el desarrollo comunitario". *Arte, Individuo y Sociedad*, 25(1), pp. 95-110.
- NORBERG-SCHULZ, Christian (1971): *Existence, Space and Architecture*. Studio Vista. London.
- PÉREZ ASPERILLA, Estíbaliz (2012): "El arte sale a la calle". *Arte y Ciudad*, 2, octubre, pp. 17-34.

- ROSSI, Aldo (1971): *La arquitectura de la ciudad*. Gustavo Gili. Barcelona. (Traducción de José M^a Ferrer-Ferrer y Salvador Tarragó).
- SENNETT, Richard (1977): *The Fall of Public Man*. Knopf. New York.
- SHARP, Joanne; POLLOCK, Vanda y PADDISON, Ronan (2005): "Just Art for a Just City: Public Art and Social Inclusion in Urban Regeneration". *Urban Studies*, 42(5/6), pp. 1001-1023.
- SOSA DÍAZ-SAAVEDRA, José Antonio (1995): *Contextualismo y abstracción. Interrelaciones entre suelo, paisaje y arquitectura*. Instituto Canario de Administración Pública y Universidad de Las Palmas. Las Palmas.
- ZUKIN, Sharon (1991): *Landscapes of Power. From Detroit to Disney World*. University of California Press. Berkeley.