

LAS TRANSFORMACIONES DE LA CIUDAD POR EFECTOS DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO: LA CIUDAD SIN ALMA O EL PARAÍSO DEL ESNOB

**THE TRANSFORMATIONS OF THE CITY DUE TO THE EFFECTS OF
THE CONSUMER SOCIETY:
THE CITY WITHOUT SOUL OR SNOB PARADISE**

CIRIT MATEUS DE ORO

Doctoranda en Comunicación.

UNIVERSIDAD DEL NORTE

Departamento de Comunicación Social y Periodismo

Universidad del Norte

Km.5 Vía Puerto Colombia – Colombia

Tel. (57) (5) 3509509

cmateus@uninorte.edu.co

RODRIGO MARIO CAMPIS CARRILLO

Doctorando en Comunicación

UNIVERSIDAD DEL NORTE

Departamento de Comunicación Social y Periodismo

Universidad del Norte

Km.5 Vía Puerto Colombia – Colombia

Tel. (57) (5) 3509509

rmcampis@uninorte.edu.co

Resumen

El presente trabajo es un artículo de reflexión acerca del futuro de las ciudades atravesadas por la sociedad de consumo que incluye cuatro perspectivas: las transformaciones de la civilización, lo material de las ciudades, la cultura gastronómica y el campo del arte. Alrededor de esas perspectivas se plantean algunos de los estragos del afán por la modernización y la inclusión de las nuevas tecnologías. Se insiste en que, las más de las veces, solo se construyen ilusiones pasajeras de modernidad, enmarcadas en comprar para satisfacer. Los ciudadanos – consumidores abandonan rápidamente restaurantes, casas y formas de vida en la búsqueda de qué más hay en el inacabable menú. ¿Cuál será entonces el destino de nuestras ciudades bajo este enfoque? No se pretende dar una respuesta o solución definitiva a tan complejo interrogante, solo plantear nuevos cuestionamientos acerca de la implicación de la subjetividad y, por ende, de los sujetos en la construcción de los espacios en que viven a partir de la lectura, entre otros autores, de Armand Mattelart.

Abstract

This paper contains a reflection about the future of the cities crossed by the consumer society that includes four perspectives: the transformations of civilization, the materiality of the cities, the gastronomic culture and the field of arts. Around these perspectives some of the ravages of the desire for modernization and the inclusion of new technologies are presented. It is insisted that, most of the time, only temporary illusions of modernity are built, framed in buying to satisfy. Citizens - consumers quickly abandon restaurants, houses and ways of life in search of what else is there in the endless menu. What will be the fate of our cities under this approach? It is not intended to give a definitive answer or solution to such a complex question, only raise new questions about the implication of subjectivity and, therefore, the subjects in the construction of the spaces in which they live from reading Armand Mattelart, among other authors.

PALABRAS CLAVES

Civilización, Sociedad de Consumo, Convivencia, Ciudad y Subjetividad, Ciudades y Transformación, Construcción de Ciudades.

KEY WORDS

Civilization, Consumer Society, Coexistence, City and Subjectivity, Cities and Transformation, Construction of Cities.



<<Una mujer apaga una lámpara y la desenchufa para llevársela en brazos, como si se tratara de un niño. Unos fúnebres acordes subrayan el momento en que esa mujer abandona la lámpara en plena calle, junto a una bolsa de basura. Llueve. Y mientras la lámpara abandonada soporta el aguacero, en el cálido interior de la casa, la mujer se dispone a leer bajo la luz de una lámpara nueva. Al cabo de un rato la apaga, y deja a oscuras incluso el trozo de calle donde permanece, bajo el temporal, la vieja lámpara. Entonces la cámara se aleja lentamente del flexo abandonado para dar entrada a un curioso individuo que, en un inglés con fuerte acento sueco, suelta: “Muchos de ustedes se sienten mal por esta lámpara. Lo hacen porque están locos: ¡la lámpara no tiene sentimientos! Y la nueva es mucho mejor”>>.

Spike Jonze (2002)

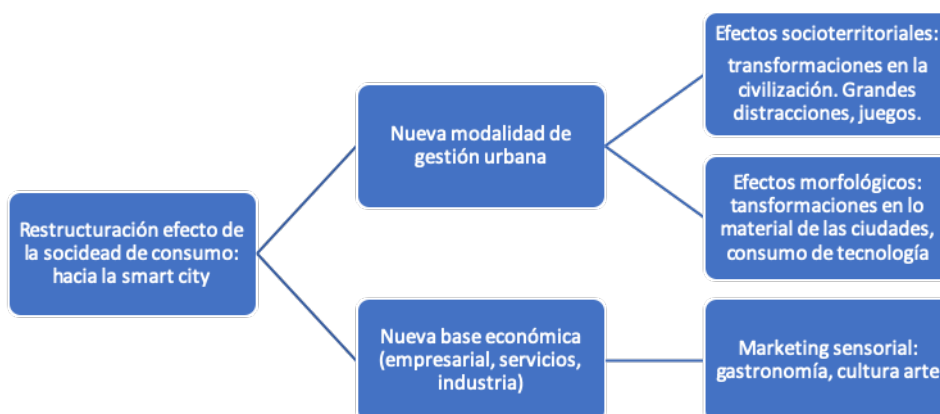
Con la cita anterior, se establece un prelude un tanto jocoso que permite esclarecer desde el inicio la intención esencial del presente trabajo: este es un ejercicio de reflexión sobre la ciudad del contrato y el mercado, es decir, la ciudad atravesada por la sociedad de consumo.

El capítulo 9 de Historia de la utopía planetaria reseña cómo los movimientos socio – políticos inciden en las concepciones de nación, ciudad y cultura, entre otros elementos (Mattelart, 2000). Si bien, el texto se circunscribe a un contexto temporal que va desde el periodo entre guerras hasta la posmodernidad, la lectura aplica bastante bien a la historia completa de occidente y, de alguna manera, no se limita solo a esta parte del planeta.

A partir de este planteamiento de Mattelart (2000) se eligen los ejes de ciudad, cultura y gastronomía, dividiendo luego el eje ciudad en civilización y arquitectura o lo material de las ciudades. El fundamento metodológico está basado en las ideas de Mattelart y en los aspectos que más impactan a la sociedad de consumo y que pone a las ciudades a la venta: “para ganar mercados, atraer turistas y ganar un sitio en las cámaras mundiales de televisión” (Yory 2006) afectando el cómo vivimos, qué comemos y cómo interactuamos culturalmente.

La elección de los ejes gira además alrededor de la determinación de objetos de goce como el juego y las grandes distracciones, la gastronomía y el consumo de tecnología, que representan objetos de intercambio de la sociedad de consumo.

Al cruzar estos conceptos se producen los cuatro ejes seleccionados para el trabajo como sigue:





Breve recorrido de la historia geopolítica de la sociedad de consumo

La Organización de las Naciones Unidas publicó en 2015 los resultados de una investigación en los que se asevera que, como aspecto excepcional en la historia, para el año 2014 ya más de la mitad de la población mundial se concentraba en las ciudades (ONU, 2015). De hecho, el mismo estudio prevé que para el año 2050 este porcentaje (54% en 2014) se incrementará hasta llegar al 70%. El texto en mención da cuenta también del surgimiento de nuevas ciudades y de la expectativa de surgimiento de cientos de ciudades nuevas en el lapso señalado. Estos datos por sí solos obligan a la reflexión acerca de cómo, dónde, con qué y para qué se construyen nuevas ciudades o se reconstruyen las viejas.

Por otro lado, pero en la misma tónica, la tendencia que aparece en el contexto actual para responder a los retos que suponen los interrogantes anteriores marca el camino hacia lo que se entiende como ciudades inteligentes. El concepto remite inicialmente a la “función que desempeñan las tecnologías innovadoras en la vida urbana” pero que también incluye al capital humano – ciudadanos para la administración eficiente de los recursos de la ciudad (Sikora-Fernández, D. 2017). La aseveración inicial encuentra sustento en la monografía publicada en 2016 por el Programa de Ciudades Emergentes y Sostenibles – CES del Banco Interamericano de Desarrollo – BID que reconoce como política oficial la promoción de la migración del modelo de ciudad tradicional al modelo de ciudades inteligentes. También indican en el texto en mención que ello se debe en gran medida a la convergencia de dos fenómenos esencialmente. El primero, ya relacionado, es el acelerado crecimiento de la población urbana. El segundo se refiere a la revolución digital (Bouskela, M., Casseb, M. y otros, 2016).

Estos elementos se encuentran, a su vez, insertos en una marejada de movimientos sociales y económicos que determinan en gran medida la forma misma que adquieren las ciudades y la interacción que en ellas tienen los ciudadanos, mientras se entretajan en una suerte de determinismo recíproco.

Uno de los tantos autores que aborda el tema es Armand Mattelart. Dentro de los movimientos socio – económicos aludidos por Mattelart (2000) se incluyen, evidentemente, los enfrentamientos bélicos. Estos en particular revisten una gran importancia al momento de decidir cuál ha de ser el legado cultural que habrá de prevalecer, es decir, que habrá de ser salvaguardado y preservado. A su vez, la identificación misma de lo que se asume como legado cultural implica la identificación de elementos unificadores que permitan a un grupo de humanos aceptarse en alguna medida como pares o semejantes.

Grecia, en la antigüedad, cuna de la cultura occidental, es claro ejemplo. La preservación del conocimiento y la aplicación en el entendimiento del hombre y del mundo se establecen inicialmente como los objetos de convergencia. Que esto haya podido trascender hasta nuestros días fue solo posible por un fenómeno bastante peculiar. Al imponerse sobre otro grupo humano, el bando vencedor, por término general, impone también sus usanzas, creencias y tipos de organización. Sin embargo, la tradición griega, su legado



cultural, es absorbido y luego extendido por la Pax Romana por toda Europa. Según la ACNUR (2018) las bases culturales y filosóficas de la antigua Grecia pasaron a ser las de la nueva cultura grecolatina que se extendería por todo el continente, constituyendo los cimientos de la cultura occidental contemporánea.

Más tarde, con la fragmentación del imperio romano, la búsqueda de preservación del sentido de unidad condujo a la adopción con Constantino de la tradición judeo cristiana como oficial en el imperio y el establecimiento de la religión católica en todo su esplendor. (Aparicio 2014).

Siguiendo la línea de tiempo, la Edad Media se presenta como el momento en el que, en Europa, la identidad del ciudadano y de la ciudad misma gira en torno a la creencia en un solo dios verdadero. Las congregaciones humanas toman forma física en torno a este elemento unificador. Los monasterios son el centro de la actividad intelectual (manteniendo algo del interés suscitado en la antigüedad), pero solo en la medida en que se introduce un nuevo elemento de dominio; la salvación del alma. Las edificaciones se erigen en consecuencia y aquellas destinadas al servicio de dios (o de sus representantes en la tierra, que es lo mismo) adquieren dimensiones que no podrían ser descritas de otra forma sino como grandiosas dentro de los parámetros del contexto. En *El Nombre de la Rosa* (Eco, 1980), el representante del Papa expresa su apreciación que deviene ilustradora. Respondiendo al interrogatorio del monje franciscano sobre si era Cristo dueño o no de las ropas que llevaba, el primero contesta aseverando que la pregunta no es si Cristo era pobre o no; la pregunta es si la Iglesia debía serlo.

Este dominio ejercido por la iglesia católica se desplegará por más de mil años (Broadbent, E. H., 2018). Un periodo más que suficiente para la consolidación de la identidad europea. Una identidad que sitúa al frente de todo poder al hombre: Solo ellos (algunos pocos, de hecho) pueden conocer la voluntad de Dios. Solo ellos pueden ser parte de la dirigencia de la iglesia; solo ellos pueden ser parte de la dirigencia del pueblo – ciudad; es en él en el que reside todo poder decisorio aún dentro del espacio privado de la casa que habita. Y no es cualquier hombre; es precisamente el hombre europeo blanco. En consecuencia, se planifica toda construcción de acuerdo con sus necesidades... incluso, con sus deseos y caprichos (Mínguez, V., Rodríguez, I., & Moya, I. R. 2006).

Es también en torno a los caprichos del hombre blanco europeo que se reforman las ciudades de Europa en el renacimiento y en la modernidad (Mínguez, V., Rodríguez, I., & Moya, I. R. 2006). El poder de la iglesia se resquebraja, que no es lo mismo que decir que desaparece. La quiebra de la autoridad moral de los Papas es una de las causas de la crisis del bajo medioevo, pero también le acompañan el clima de seguridad generalizada, el estancamiento económico, las guerras y las catástrofes geográficas (Fernández 1991). En virtud de estas circunstancias las edificaciones mantienen cierta referencia a la grandeza de dios, pero incluyen, como antes, un elemento nuevo. Esta vez se trata del renovado interés del hombre por el hombre.



Ya para el periodo previo a la primera guerra, la idea de la supremacía de un grupo humano sobre otro tiene una larga historia; ello no impide que este elemento unificador sirva para iniciar nuevas guerras. Europa tiene una gran dificultad frente a lo que sucederá posteriormente con los Estados Unidos; falta de territorio. Las pugnas tienen que ver entonces con el afán de conseguir territorio (colonias) para proveer a los imperios.

El sentido de unidad en términos raciales explica la rápida adición de Austria a Alemania en el primer Reich, así como a la búsqueda nazi del tercer Reich (Burleigh, M. 2013). Las ciudades se erigen alrededor de fuertes e instalaciones militares demostrando poderío. La expresión máxima de esta visión fue la que el propio Hitler tomó de la filosofía, especialmente en lo que respecta a la teoría del Espacio Vital de F. Ratzel (Vall, R., 2011) en el sentido de que un Estado para asegurar su existencia debe disponer de suficiente espacio para atender sus necesidades.

Alimentado además por la situación de Alemania luego del tratado de Versalles, firmado el 28 de junio de 1919, los nazis otorgan un importante valor a la identidad nacional sobre la base de la raza aria. El resultado de la influencia de esta visión en la configuración de las ciudades es dolorosamente evidente, solo con mencionar la construcción de los campos de concentración y de cómo se arrasó con aquellos elementos significativos de otras identidades ciudadanas en el plano de la literatura y el arte en general.

Las guerras en Europa, sobre todo la segunda, hace más evidente el problema del espacio. Según Brenna (2011) las dos guerras mundiales evidenciaron la caprichosa arbitrariedad de las fronteras nacionales y la arbitraria fuerza de los imperios para moverlas a su antojo. El desdibujamiento de la geometría territorial construida orgullosamente por una civilización occidental racionalista y universalista dejó al desnudo una geopolítica caótica que buscó conformar a toda costa ejes de poder y de influencia que sobrepasan a los Estados.

La búsqueda de nuevos territorios en el siglo XV permitió la expansión de algunos imperios en suelos americanos. Las edificaciones en las colonias tenderán a reproducir lo más exquisito de la arquitectura del imperio que coloniza. Después, el desarrollo de las ciudades en estos territorios correrá una suerte muy diferente, dependiendo del mismo criterio.

Siguiendo la ruta trazada por Mattelart (2000), en el cono norte la colonización se hizo bajo la premisa de la construcción de una nación de nuevas oportunidades, traducidas en la posibilidad de opulencia. Los vastos territorios, sumado a las posibilidades que introdujo la revolución industrial y la producción en serie permitió que las ciudades norteamericanas adquirirán dimensiones igualmente vastas.

Pero hubo otro elemento de suma importancia en el desarrollo de las ciudades, esta vez desde un modelo americano. Tal como lo advierte Mattelart (2000), el final de la segunda guerra en Europa dejó este territorio sumido en una imposibilidad de sostener un sentido de identidad. Simultáneamente, la intervención



de Estados Unidos se vio potenciada por la fuga de cerebros europeos con motivo de la guerra misma y trajo para ellos la posibilidad de establecerse como potencia militar mundial.

El mundo, en consecuencia, no volvería a ser el mismo y, por supuesto tampoco sus ciudades. La reconstrucción de Europa la obligó también a su división en dos grandes sectores correspondientes con sistemas económicos derivados de sistemas de control político. Hablamos del modelo socialista y del capitalista (Aracil, R., Martí, R. y otros, 1998).

Las ciudades del mundo, ya sea por miedo o por seducción, se empiezan a reconfigurar de acuerdo con estos modelos. Ayudó al modelo capitalista el hecho que los norteamericanos fuesen los únicos en situación de servir a la reconstrucción, toda vez que, con la excepción del ataque a Pearl Harbor (1941), su territorio no se vio mayormente afectado con motivo de los combates. De ahí que la difusión de la cultura americana se hiciera tan popular, incluyendo el uso de los viejos y nuevos medios de comunicación.

Cultura, Civilización y esnobismo

En este punto vale la pena hacer una distinción entre cultura y civilización, toda vez que ambos conceptos pueden ser entendidos como productos humanos en el sentido más amplio, pero las distinciones entre una y otra no establecieron desde su origen. Según R. Williams, si bien el interés por la cultura aparece desde la antigüedad, su estudio sistemático solo aparece en la Ilustración. Este abordaje relativamente tardío ha procurado, en consecuencia, dificultades en la distinción entre conceptos por su devenir histórico y su extensión geográfica e intelectual, hasta el punto de no poder delimitar claramente entre cultura y comercio, por ejemplo (Trujillo, 2005).

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) organizó en el año 2007 discusiones sobre “la interrelación entre diversidad cultural, cultura y comercio. Los participantes mostraron su interés en profundizar la noción de un instrumento internacional sobre la diversidad cultural capaz de proporcionar a los gobiernos la flexibilidad necesaria para preservar y promover sus políticas culturales respetando las reglas que regulan el comercio y la inversión internacionales” Sauv  (2007).

De nuevo siguiendo a Trujillo, la cultura puede ser entendida como:

“[...] objeto y la cultura como entorno cerrado, ideas claves de la percepción de la cultura como diferencia. La cultura, según estas definiciones, es algo que se puede aprehender, que se hereda, que se puede observar y que marca la diferencia entre individuos y grupos pues mediante esa “aprehensión” se entra a formar parte de una comunidad, aparentemente de forma excluyente y exclusiva. De esta forma, la cultura es algo externo que interiorizamos mediante un proceso de aprendizaje, algo de lo que no somos responsables y que no podemos modificar. Además, según esta definición popular, pertenecemos a una única cultura (aunque ésta no se delimite y a veces pueda ser cultura nacional, cultura religiosa o cultura local)” (Trujillo, 20015).



Con respecto a la civilización, Freud (1929), propone interpretarla como “la totalidad de las obras y organizaciones, cuya institución nos aleja del estado animal de nuestros antepasados y que sirven para dos fines: la protección del hombre contra la naturaleza y la reglamentación de las relaciones de los hombres entre sí (Matellart, 2000).

Para el presente trabajo se toma como punto de partida la denominación común de lo que constituye una civilización como un conjunto de costumbres, ideas, creencias, cultura y conocimientos científicos y técnicos que caracterizan a un grupo humano en un momento de su evolución (2018) English Oxford living dictionaries.

Sin adentrarse en la discusión acerca de cuál de los dos términos resulta más apropiado, lo que se resalta para este trabajo, es que en cualquier caso brota la necesidad de preservar o mantener algunas cosas (ideas, costumbres, instituciones... incluso, edificaciones...) a través del tiempo para que, de manera simultánea, se pueda preservar nuestra esencia como humanos.

El problema sobreviene cuando, por un lado, debemos determinar qué cosas son merecedoras de esta atención y, por otro lado, tratar de evadir de alguna forma la obligación de tomar una decisión en el inevitable momento cuando el legado (de la cultura o de la civilización... da igual), se opone a la noción de progreso. O lo que sucede actualmente: el consumo sin precedentes sin la mediación de la cultura, lo que conlleva al esnobismo en el sentido que se acogió para el presente trabajo, lo que implica la construcción de ciudades, sobre la base de modas importadas que no permiten el entrecruzamiento de la cultura en sus edificaciones y demás productos de la civilización.

Esta situación es más apremiante en este momento histórico, en el cual la idea de calidad de vida se asocia con la idea de progreso, como lo define Mohbey (2019) al plantear que existen varios principios y requisitos de la llamada smart city que mejoran el estándar de vida de las personas, haciendo un despliegue de qué elementos son necesarios en las ciudades para cumplir con este fin.

Más allá del tema del buen vivir apalancado en la tecnología, se requiere, como ya antes se ha señalado, la identificación de elementos unificadores que permitan a los hombres reconocerse como pares y el acuerdo sobre qué cosas del bagaje cultural vale la pena preservar.

Este último punto adquiere todavía mayor relevancia si se tiene en cuenta que muchas veces el criterio unificador se remite precisamente de manera específica a aquello que el grupo particular considera importante de su propia historia y que al mismo tiempo lo distingue de otros grupos. Esto equivale a realizar, de entrada, un juicio de valor que antepone la propia historia a la de cualquier otro.



Con estas reflexiones se abre otra arista a la discusión del elemento unificador alrededor del cual se erigen las ciudades posmodernas.

Siguiendo el señalamiento de Mattelart (2000), la posmodernidad implica un rompimiento de la “bella unanimidad suscitada por la idea de universalidad de los valores que encarna la cultura”. En otras palabras, resulta difícil en el mundo contemporáneo encontrar aquellos componentes de lo que una cultura desearía preservar por un periodo relativamente extenso.

El consumismo desmedido promovido desde el sistema capitalista liderado por la tradición norteamericana ha establecido el valor de las cosas en la cantidad de dinero que ello puede movilizar.

De esta forma, todo es susceptible de ser comercializado dependiendo cuanto se esté dispuesto a pagar. Así, el valor hasta del arte resulta efímero y banal. Es en este sentido que dicho rompimiento implica a su vez la dificultad manifiesta en la adopción de un elemento unificador que genere la noción y la identidad misma de ciudadanos. Quizás ello es la razón (o parte de ella) por la cual aparecen las geografías de ciudad de las que habla Soja (2004). Tal como se señala en el texto de Matellard (2000), las ciudades actuales son el resultado del influjo de la apreciación industrial/mercantil de la cultura que señala objetos y formas de consumo a los ciudadanos.

Otra fuente de influencia para la configuración de las ciudades proviene de los sectores de la población que ejercen el control político y económico en ellas. Sin embargo, este control está sujeto al manejo de ciertos ideales que puedan ser traducidos como “valores universales” haciendo que se incorporen a los imaginarios de las masas de ciudadanos. En ese mismo sentido, poseer medios de comunicación y de producción sirven de manera excepcional a la tarea de configurar esos imaginarios que son, al mismo tiempo, causa y efecto de la forma en que se configuran las ciudades, tanto en el aspecto público como en el privado.

La forma en que se configuran las ciudades desde esta perspectiva responde a intereses particulares de unos pocos. Pero estos intereses particulares se hacen públicos con expresiones en los cada vez más complejos medios tecnológicos, implicando a las masas, por ejemplo, asegurando que “diferentes aplicaciones con tecnologías 5G permiten resolver problemas de los ciudadanos” (Hossain 2018).

Estos desarrollos tecnológicos y los cambios sociales que incluyen permiten al sujeto una nueva ideología basada en dos cimientos cardinales: un nuevo pensamiento aperturista y transgresor y una nueva relación con el individuo quien, si bien está inmerso en la sociedad, busca diferenciarse de ésta (Lipovetsky, 2004).



En consecuencia, la defensa de lo público demanda un especial cuidado, pues puede terminar en la defensa feroz y, aun a costa de la propia vida, de un interés mezquino de unos pocos, que, por supuesto, no es el del colectivo y no es el propio.

La idea que se pretende sustentar es que la ciudad contemporánea se construye con un elemento clásico que no pertenece al campo de la arquitectura, como lo es la subjetividad y, más específicamente, el narcisismo de los pocos que son sus constructores. Esto no es nuevo, ha ocurrido siempre; ejemplo de ello son las grandes pirámides egipcias construidas para preservar la memoria de sus gobernantes o las descomunales torres de Malasia, que se erigen en su momento, como los edificios más grandes del mundo para la satisfacción de sus constructores.

Otros elementos menos reconocidos involucran en la actualidad a la sociedad de consumo, que empuja desde un mensaje velado: goza, satisface todo lo que deseas... Las ciudades contemporáneas representan este mandato proveniente desde el alma de las bancadas económicas.

Cabe aquí la pregunta entonces ¿cómo impacta esta tendencia a las ciudades? La pregunta encuentra validez en tanto que el mundo no está lleno de eremitas que deciden apartarse o de locos, que son más libres, pues han decidido -una decisión "insondable"- no sólo apartarse del mundo, sino construir uno nuevo en su lugar. En general el humano vive de manera gregaria, debido a la dependencia y la necesidad de los humanos de establecer lazos con el otro, incluso para sobrevivir.

La decisión de vivir constituyendo un lazo social implica factores políticos, económicos y culturales que en los últimos tiempos se han visto embestidos por la denominada sociedad de consumo asociada a la política neoliberal que "privatiza" y convierte en "cosa negociable" lo más recóndito de la cosa pública.

Ansaldi (2015) plantea que frente a la pretensión de reducir la política a un espacio tecnocrático y la condición de ciudadano a la de mero votante (cuando no sólo mero consumidor), se reivindica la necesidad de la política como instrumento obligatorio para enfrentar los efectos perversos del neoliberalismo, entre los cuales destaca la fragmentación-disgregación en la base de la sociedad y la concentración en el vértice. Todo esto caracteriza la civilización contemporánea.

Ante ese panorama caben los interrogantes del autor argentino Daniel Badenes (2007) como sigue:

¿Cómo se junta la gente, ¿dónde y para qué? ¿Cómo construyen espacialmente los sujetos sus identidades? ¿Cuáles son las tácticas, desde la integración y la marginación, desde la simulación y la participación? ¿Qué hacen los habitantes en momentos de ocio y descanso? ¿De qué modo la calle se constituye como escenario de comunicación? ¿Cómo se mueven y expresan los cuerpos en el espacio urbano? ¿Qué "competencias" se requieren para transitar anónimamente una ciudad? ¿En qué momentos



pesan y en qué otros quedan inhibidas las reglas? ¿De qué formas se habita la ciudad y cómo esos modos, en definitiva, la construyen?

Transformaciones en la civilización

Con el atisbo del nuevo siglo y en medio del llamado inicio de la posmodernidad, emergen nuevas tecnologías, nuevas tendencias y nuevos actores sociales que conforman una compleja trama y urdimbre, conjuntamente con el crecimiento desmedido y no planificado de las ciudades, las difíciles interrelaciones humanas y el crecimiento en dimensiones geométricas de los medios de comunicación y sus consecuencias mediáticas.

Esto da paso a la construcción de nuevas identidades como efecto de la globalización – o ingreso a las dinámicas de la sociedad de consumo, el acceso a culturas, tecnologías e incluso ideas que antes eran anónimas.

Aparece el concepto de las smart cities o cognitive cities que, según Michael Batty, son entendidas como maneras efectivas y factibles de coordinar tecnologías urbanas. También pueden considerarse como modelos y métodos para utilizar datos urbanos a través de escalas espaciales y temporales o como desarrollo de nuevas tecnologías para la comunicación y difusión. Implican, de la misma manera, el desarrollo de nuevas formas de gobierno y organización urbana, definiendo problemas críticos relacionados con las ciudades, el transporte y la energía, identificando riesgos, incertidumbres y peligros en la ciudad inteligente (Batty, M, et al 2012).

Sin embargo, al leer las noticias o las redes sociales es evidente que a pesar del desmedido crecimiento de la tecnología el malestar de la convivencia humana persiste. Los memes, grafitis, caricaturas y demás productos que recorren las redes ofrecen información acerca del malestar de la cultura, como lo habría llamado Freud (1929), de lo que no anda, de lo anhelado, de lo que genera la hostilidad de la civilización, en términos generales.

El caso de los memes es relevante para la cultura porque, analizando sus contenidos se encuentran chistes e imágenes que, de alguna forma, sí tienen implícita la trasmisión cultural a través de la réplica de situaciones conectadas de una manera no tan manifiesta, es decir, con un contenido latente que ocasiona una fuerte convergencia entre los sujetos. Los memes se replican viralmente convirtiéndose en construcciones sociales que moldean comportamientos.

Rosanna Guadagno (2013), sugiere que compartir información con veinte amigos en orden para aumentar la solidaridad de grupo y participar en una emoción compartida es más fácil y rápido. Lo mismo



sucede con las cosas que ocasionan malestar en la civilización. Los memes han proliferado como formas de abordaje de la cosa política, de lo que no anda socialmente.

Holzmann (2012) advierte que los memes no se reducen simplemente a un gomero discursivo, sino que son efectivamente un paralinguaje o código meme. Su uso en internet suele estar asociado con fines humorísticos y se desarrollan por medio de hipertexto y criticidad. Los memes son, al mismo tiempo, producto del desarrollo de las competencias digitales y mediales de íconos, pictogramas y otros símbolos que transmiten decires kinésicos, emociones y sentimientos que pueden complementarse con un texto para formar un mensaje.

Sobre estas manifestaciones reposan las ciudades, con sus establecimientos públicos, sus monumentos y su trama residencial. En su apretada estructura es viable leer su historia y la de los sujetos denominados, equivocadamente o no, ciudadanos. Ahí aparecen en diferentes clasificaciones, ya sea por estrato, por dedicación o por partido político, en diferentes geografías. Ellas están enmarcadas por los hechos que la han erigido y cuya presencia se ha prolongado a través del tiempo, siendo recordadas o actualizadas o transformándose de múltiples formas. La ciudad reposa sobre los territorios y simbólicamente se marcan fronteras, se crean naciones que escriben y reescriben sus leyes y normas de convivencia de acuerdo con los cambios en la cultura en las tendencias universales, los nuevos problemas, mitos urbanos y demás características de la cotidianidad de sus ciudadanos.

Esto permite hacer una lectura cuidadosa de las acciones de los habitantes, sus planes de desarrollo urbano, sus proyecciones arquitectónicas y, también, leer las curiosas formas como se erige la ciudad alrededor de la cultura y sus satisfacciones.

Transformaciones en lo material de las ciudades

Las ciudades se han transformado en rincones de satisfacción, de formas que van desde lo sublime hasta lo espurio; son actualizadas como escuelas de la dicha en la búsqueda del placer irrestricto, muchas veces sin medir los riesgos. Algunas de esas escuelas son los grandes centros comerciales, los cuales son la representación de lo más literal de la sociedad de consumo. No solo son centros de compras, sino formas de lazo social, de encuentro con satisfacciones variadas. Estas grandes moles de mercadeo han generado transformaciones en las ciudades, dejando a un lado las grandes plazas de mercado del centro y su atiborrado comercio que acogía desde el comerciante más humilde al almacén de importaciones más curiosas, exóticas y costosas que hubiese en el planeta.

Ofrecen lo más representativo de la llamada globalización en las ciudades. En ellos se encuentran marcas que, ahora, son entendidas como transnacionales: McDonald's, Nike, Adidas, Cinépolis etc., para que en cualquier parte del mundo el consumidor/usuario se sienta en el mismo lugar. Adiós a los lugares típicos, al



cerro de Monserrate en Bogotá, las plazas de café en París, el Callejón de los Sapos en México, por nombrar algún lugar típico donde la familia, lugareños y extranjeros se dan cita aun para comprar desde café hasta antigüedades, acompañados de luces, colores, olores y sabores típicos de estas ciudades.

Al decir de Lipovetsky (1994) “con la difusión a escala de los objetos considerados hasta ese momento como objetos de lujo, con la publicidad, la moda; desde los años cincuenta, la sociedad americana e incluso la europea se mueven alrededor del culto al consumo, al tiempo libre y al placer”.

Otra forma de lo mismo aparece representada en el gadget, haciendo alegoría a aquella caricatura del investigador privado, que en su cuerpo tenía cuanto aparato para solucionar todo en la vida. Es la tendencia de los hogares modernos, llenos de objetos que son llevados al campo de la necesidad. Transforman los hogares y, con ello, la construcción de las ciudades. Lo privado de los hogares se inserta en un mundo de tecnología, que algunas veces, no se usará jamás. El Buen Vivir desde esta perspectiva consumista impulsa a los sujetos posmodernos a llenarse de gadgets – aparatos – que “mejoran la calidad de vida”. Aunque, como planteó ya Freud en el Malestar de la Cultura (1929), tener todo esto no implica sentirse feliz.

Mas allá de los aparatos entonces aparecen en la ciudad, las grandes distracciones. Se construyen estadios, casinos, discotecas, terrazas de consumo de alcohol al aire libre, permitiendo a los ciudadanos la ilusión de obtención de grandes placeres, equiparando satisfacción y goce, a felicidad.

El lujo ahora es el culto al nivel de vida, la comodidad, la felicidad privada del individuo, la apariencia y el disfrute (Lipovetsky, 2004).

El Luxury Report de 2014, llevado a cabo por Unity Marketing, determina que la tendencia en productos de consumo ha cambiado, pasando de la satisfacción por bienes adquiridos (caída del (5%) a satisfacción por experiencias vividas (aumento del 3 %), o sea, la tendencia es al consumo de bienes intangibles, pero catalogados como inolvidables.

Lo miserable que puede ser la vida en las grandes civilizaciones, llenas de congestión, tráfico, y polución, queda opacada debido a la efímera ilusión de alcanzar satisfacción a través de estos grandes distractores como lo son, entre otros, el juego y las bebidas embriagantes. Sin embargo, siempre hay un después de ... la euforia, el dominio de la tecnología y la construcción de estadios y casinos, no elimina las perturbaciones atinentes a la vida en común.

La satisfacción excesiva conduce a la muerte, en su defecto a la parálisis, a la inopia, a la turbación, la desesperanza, el aburrimiento; el desborde de la satisfacción implica el encuentro con lo grotesco y, en ultimas, con el caos de la civilización.



Es hora de invocar al viejo Freud ¿Podrá el Eros eterno afianzarse frente a este difícil adversario? (Freud, S. 1929).

Como lo plantea Ortega y Gasset (1983) “la dificultad es que el hombre está hecho de prisa con unas cuantas y pobres abstracciones, dócil a las llamadas disciplinas internacionales -sine nobilitate-, “como todo el mundo”. Esnob”.

Caminamos como en una película norteamericana. Zombis intoxicados por lo que viene de afuera, transformando nuestras ciudades para la satisfacción. De manera disruptiva, somos sin historia (Ortega y Gasset,1983).

Se pasó de la casita de bahareque a diversos estilos importados, llámese republicano, árabe, rococó, barroco, moderno, minimalista, hippie, boho, etc. Consumistas de todo y nada, constructores de metrópolis modernistas mal garabateadas de manera infantil, con edificaciones diversas que hacen parte de un collage, surrealista, convirtiéndose en el triste recordatorio del sine nobilitate.

Lugares que representan de manera imaginara la pequeña diferencia con el otro que da lugar a la satisfacción narcisista: edificios pintados de blanco con ventanas azules, o el boulevard de las palmeras para parecer Miami.

Los dueños de grandes apartamentos frente a su gran obra, con materiales traídos de Italia que demoraron 10 meses en llegar, sienten como única su residencia y se distinguen así de los demás, aunque se construyen dentro de conjuntos residenciales que solo permitan diferenciar los hogares en su interior, pues todas las fachadas deben estar unificadas. Aun así, en su precio se cobra la exclusividad que no pasa de ser una mera ilusión.

Este es el sujeto que construye hoy por hoy la fachada de las ciudades. Aquel espacio construido que, al decir de Saldarriaga (2002), tenía como origen la necesidad afectiva de seguridad o protección, pero que vaya más allá de ellas, y se convierta en un acto de cultura, que adquiere sentidos diversos. Uno de ellos, acumulados en el tiempo en forma de tradiciones, otros circunstanciales o innovadores; sucumbe cada vez más a la circunstancia que a un acto de cultura.

Al respecto del fuera del acto de cultura, los autores contemporáneos plantean que la dramática expansión de la urbanización en las ciudades modernas requiere soluciones inteligentes para abordar problemas críticos como la movilidad, la atención médica, la energía y la infraestructura civil. El Internet de las cosas (IoT) es una de las tecnologías habilitadoras más prometedoras para enfrentar estos desafíos mediante la creación de una red mundial masiva de objetos físicos interconectados integrados con electrónica, software, sensores y conectividad de red (Alavi, 2018).



Corolario: Conéctese, consuma...

Transformaciones en la cultura gastronómica

Đerić & Tournois (2016), proponen que tanto la ciencia como las artes han descuidado en gran medida la cocina en su búsqueda de lo sublime y lo bello. Agregan además que en los últimos tiempos se han dado muchos cambios de valor en el tratamiento de la cocina. Los autores identifican las causas fundamentales de la disminución de un orden de valor establecido, que también cambió gradualmente el estado de la cocina.

Es muy curioso ver a los jóvenes adolescentes en un restaurante atiborrado comiendo Sushi. Otro campo de satisfacción humano: la comida. En un país como Colombia, donde la desnutrición no se excluye de las estadísticas de morbilidad, proliferan grandes cadenas internacionales para la satisfacción del paladar, importando las más diversas ofertas para dar gusto a los placeres gastronómicos, impactando la ciudad con sus fulgurantes letreros que ofertan “llenar” desde los ojos, las expectativas de un comensal posmoderno.

Los restaurantes – las cadenas de ellos, de hecho – se han convertido en centros de pretensión de satisfacción que revisten la ciudad con diversos estilos y construcciones y ambientan el origen del placer gastronómico que ofertan, bajo pretexto de la internacionalización del paladar. Introducen cambios en la cultura, fomentando la cultura esnob, de jóvenes y viejos, cambiando costumbres, estilos de vida y hábitos alimenticios, dando lugar a la mediación mercantil de los gustos y placeres por la comida que comparten todos los seres humanos.

No se trata de realizar una crítica a las posibilidades de interculturización; se trata de señalar el estrago del consumismo, que lleva a la ingesta de comidas que incluso han sido denunciadas como insalubres, sin la posibilidad de pasar por un filtro de pensamiento crítico, que ponga un alto al mandato de búsqueda de satisfacción del capitalismo feroz.

Día a día proliferan cantidades de restaurantes ofreciendo ensaladas de lechugas a precios exorbitantes o descorches de pudines por el precio de lo que costaría un postre – escándalo nacional hace unos meses en Colombia. Esta es una puerta abierta por el esnobismo que pintarrajea los paisajes de las ciudades con letreros de colores y ofertas gastronómicas que, las más de las veces, están cerrando por falta de ventas en lapsos cortos de tiempo, dejando edificios vacíos esperando por un nuevo postor.

De acuerdo con Gomes y Axevedo (2013), los restaurantes de alta cocina han desarrollado una nueva retórica gastronómica. Se trata de un concepto en el cual el consumo de alimentos deja de tener como único objetivo la nutrición y adquiere múltiples significados, ya que el consumidor de hoy no busca sólo alimentar



el cuerpo sino vivir experiencias de consumo. En este contexto, crear un ambiente representado por el punto de venta, que estimule los cinco sentidos y despierte reacciones cognitivas, afectivas y de comportamiento se convierte en una necesaria herramienta de marketing, que debe ser utilizada por los restaurantes.

Las características que componen la oferta de un restaurante pueden influir al consumidor y proporcionar una experiencia de consumo que puede ir de lo gustativo a lo multisensorial. En este estudio se busca mejorar la comprensión de los elementos que componen la oferta de servicios de restaurantes de alta cocina, utilizando como soporte teórico al marketing sensorial para entender la experiencia de consumo.

Estas olas gastronómicas transforman las ciudades, no solo en su cultura y costumbres, sino también en su arquitectura, su infraestructura, en la medida en que se construyen o se adaptan locales para responder a la tendencia de los establecimientos.

Transformaciones en el campo de las artes

El dominio de EE. UU. no se expande por acciones militares; es la cultura a través del comercio y del desarrollo de los medios de comunicación con los que expanden su propia propaganda de libre mercado. Toby Miller cita a Kissinger afirmando que la globalización es en realidad otra palabra para designar el papel dominante de Estados Unidos (Miller, T. 2005).

La globalización no se entiende como la configuración y establecimiento de un nuevo orden económico – social – cultural, sino más bien como la aceptación generalizada del ya configurado y establecido (viejo) orden económico – social – cultural norte americano (It's the american way).

Afirma Miller (2005) que Hollywood tiene un papel capital en la consecución de esta posición de dominio, mucho antes aún del inicio del cine. Ahora bien, su poder actual, si bien se desprende de esa historia, en su versión vigente se sustenta en el dominio sobre la producción cultural.

Lo que se entiende por cultura, en el ámbito académico puede asumirse de una manera romántica pensando en aquello de la producción humana entre lo sublime y lo estético que, por este mismo motivo, vale la pena de ser resguardado.

En un inicio, lo cultural se inscribe en un plano social que nada o casi nada tiene que ver con la economía. Pero una vez se establece el matrimonio entre cultura y economía, el dominio empieza a ejercerlo en principio quien descubre y explota primero ese matrimonio. Esto ha caracterizado la usanza en la producción cultural moderna y logró incluir con recurrencia pasmosa elementos cada vez menos relacionados con lo sublime y lo estético; basta con lo chocante, lo sensacionalista y lo escandaloso para impactar a la masa espectadora.



En la práctica actual, la producción cultural está mucho más matizada de expresiones vanas, pero profusamente difundidas, que tienen el rótulo de arte popular y que por lo tanto hacen parte de nuestro bagaje cultural, por la vía ya mencionada de la difusión amparada en el concepto de la globalización del mercado.

Otra forma de dominio sobre la producción cultural se ejerce desde la intervención en la configuración de entes reguladores del trabajo de producción cultural. Esta intervención se hace no solo en el ámbito nacional norte americano, sino en el ámbito transnacional a través de compras, fusiones o adquisiciones de empresas de esta naturaleza en todo el mundo, o directa y abiertamente a través de las empresas icónicas de la industria.

En este mismo orden de ideas, el desarrollo de las empresas culturales ha estado tradicionalmente acompañado de la industria para el desarrollo de tecnología. Los productores de cine y televisión (en realidad, de medios audiovisuales en general), han invertido gruesas sumas en el desarrollo de tecnologías para mantener a sus usuarios literalmente atrapados en el consumo de sus productos culturales. Vemos, como ejemplo de esto, el desarrollo de la animación específicamente para la realización de tales películas, o la consecución de mayores niveles de definición de las pantallas de los televisores, teléfonos celulares, tabletas y muchas otras pantallas, tratando que sus imágenes se vean mejor incluso que la vida real.

También es claro que desarrollar los canales de difusión terminan mejorando la calidad del mensaje (no necesariamente su contenido, pero por lo pronto alcanza con mejorar la forma) y, finalmente, la efectividad de este en función de los efectos deseados. Últimamente, ya ni siquiera es necesaria la presencia física en un lugar para hacer llegar un mensaje.

En principio las artes, y todo lo susceptible del campo de la creación, ha caído también en las peligrosas garras de la contemporaneidad y su discurso posfordista, sufriendo múltiples degradaciones que transgreden el campo de lo virtuoso, de la creación, de la elevación a lo estético, a la producción en serie nacida de la sombra del fordismo como lo propone Matellard (2000).

Además, porque la satisfacción ligada a la creación y al arte está tan amortiguada, y apaciguada, que no logra conmover nuestro cuerpo. Las grandes distracciones exigen a los cuerpos de la posmodernidad satisfacciones inmediatas, cargadas de adrenalina y listas para desechar. Sumado al hecho que son muy pocos los que tienen la dicha, como el artista o el intelectual, de participar directamente en el proceso.

Ahora bien, cuando las artes y la ciencia se disponen para la sociedad de consumo impactan las ciudades de manera distinta.



Se abandona el campo del virtuosismo para pasar a la incorporación de las grandes mayorías de consumo, perdiéndose la satisfacción de la creación para pasar a la producción en serie, lo cual es muy evidente, por ejemplo, en la música, la pintura y la ciencia misma.

Todos se vuelcan en masa de manera fugaz hacia tal o cual autor, músico o paisaje de una ciudad, que se erige a la manera de Disney o las Vegas: restos de una civilización voraz que se pinta en cada muro de las ciudades que construimos, como lo vaticinó Duhamel en 1930, “con diversiones de ilotas, pasatiempos analfabetos, de criaturas miserables atontadas por su trabajo y sus preocupaciones”.

Las ciudades contemporáneas están expuestas a la miseria de la cultura, o globalización de las ideas y la creatividad. Entre otros productos materiales de las ciudades el arte, la ciencia y las ideologías o las ideas, desempeñan un papel destacado en la cultura. Fundan y disuelven estilos, formas, paredes y edificios, pero nunca fue como en la posmodernidad, orientados por un ideal de satisfacción que empuja a las ciudades a ser un dantesco panorama lleno de habitáculos de goce.

El arte subsumido en las riberas del goce es puro desecho: paredes pintorreadas con representaciones apocalípticas y grafitis llenan los espacios públicos de las grandes ciudades.

Ni hablar del campo de lo privado. Las producciones en serie de pinturas y esculturas que van desde lo obscuro al arte hecho en serie para el consumo en masa. Y entonces todos desde la China a la Pampa argentina tienen el mismo “jarrón plateado”; convirtiendo las expresiones artísticas en artículos genéricos de consumo masivo, artículos todos que transforman las ciudades, las casas, los ambientes en productos globales, borrando la identidad de los pueblos, la diversidad cultural y la valoración por los objetos sublimes de cada cultura.

Conclusiones

La homogenización o globalización de las ciudades crea espacios que se construyen en su interior como cuerpos extraños, al revés de lo que se pretende, dar lugar a la utopía moderna de “#todos satisfechos”. Se crean disrupciones en las ciudades, emplazamientos espaciales que no son asimilados simbólicamente, porque los sujetos que las habitan no logran tramitar ni cognitivamente, ni afectivamente las innovaciones; constituyéndose en una especie de lugar fuera de lugar. Todo el mundo sabe dónde están, pero aun sabiendo que son, estos lugares, no tienen la capacidad de convocatoria, de contagio, de identificación.

Muchas veces terminan como la lámpara, abandonados en una esquina y de vuelta a empezar. Se consumen en serie lugares, sabores, colores, por los resultados sin sentido del marketing, puesto que este último responde solo a intereses de tipo capitalista, sin historia, por esnobismo, cerrando un círculo que vuelve



todo desechable, detritus de una sociedad insatisfecha, que por la vía del goce siempre se reencontrará con lo sórdido, con un progresivo desorden del espacio urbano, el cual ha perdido legibilidad para sus habitantes.

Koolhaas en 1994 la denomina la Ciudad Genérica, definiéndola como la ciudad liberada del cautiverio del centro, de la camisa de fuerza de la identidad. La Ciudad Genérica rompe con este destructivo ciclo de dependencia: no es nada sino un reflejo de la actual necesidad y la actual habilidad. Es la ciudad sin historia. Es suficientemente grande como para todos. Es fácil [easy]. No necesita mantenimiento. A lo que se puede añadir, se puede construir, destruir y volver a construir a satisfacción de la sociedad de consumo.

Desde las transformaciones en la civilización, en lo material de las ciudades, la gastronomía y el arte, se construyen en la actualidad las “ciudades de los excesos” convirtiéndose en caricaturas o exageraciones de tal o cual lugar del mundo, espacios que causan repudio o seducción en sus habitantes, por lo menos por un tiempo, cayendo siempre en el aburrimiento y el abandono, propio de los lugares de goce.

Sin sellos que legitimen las ciudades por parte de sus habitantes, no habrá historia, el esnobismo reina y diluye cualquier atisbo de identidad cultural en la cloaca del todo desechable del neoliberalismo reinante.

El embudo de la globalización crea un atascadero en la civilización contemporánea ¿Seremos capaces de cuestionar la construcción de ciudades para la satisfacción? ¿Seguiremos realizando construcciones para la masificación de las satisfacciones? ¿Podremos sobreponernos a la ideología que conduce a la miseria de la masa? ¿Es el destino de la ciudad esfumarse o el mudo se convertirá en un gran Smart Panel que satisfaga los goces de manera impertinente y mortífera? Las necesidades y los deseos que han movido a los hombres a vivir en ciudades no dan una solución ¿Pueden desarrollar la ciudad prometida? ¿La civilización y sobre todo la sociedad de consumo permitirá una opción entre la globalización y la utopía?

Para cerrar con un panorama menos sombrío se propone la adopción de la apuesta de la Unesco (2000):

“Ahora que la cultura está en vías de transformarse en un importante motor de la economía, el desarrollo y la promoción de industrias culturales competitivas en todos los países, resulta imperativo para prevenir los riesgos de la “monocultura” que amenaza la diversidad, ese capital global que la comunidad internacional tiene el deber de hacer fructificar, no sólo por razones económicas, sino también debido a imperativos éticos de equidad y justicia. La adopción de reglas del juego globales que respeten la libre circulación de las ideas a través de la palabra y la imagen pero que también tengan en cuenta los principios fundamentales de un comercio armonioso en cuanto al acceso, la diversidad y la competitividad de los productos, constituiría un entorno favorable para la expansión de la diversidad creadora, la libre elección entre una oferta cultural plural y el desarrollo del pensamiento crítico; permitiría crear las condiciones necesarias para un debate plural y fecundo sobre el futuro de las sociedades y de las culturas, que es la base del pluralismo democrático”.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACNUR. Comité Español Descubre la historia Mayo 2018. historia-antigua-de-grecia-la-cuna-de-la-civilizacion-occidental/Historia antigua de Grecia, la cuna de la civilización occidental Recuperado de: <https://eacnur.org/blog/>.
- Alavi, A. H., Jiao, P., Buttlar, W. G., & Lajnef, N. (2018). Internet of Things-enabled smart cities: State-of-the-art and future trends. *Measurement*, 129, 589-606.
- Aparicio, P. H. (2014). Eusebio Obispo de Cesárea, vida de Constantino. *Historiografía cristiana y la creación del imperio cristiano. Pensar Historia*, (3).
- Ansaldi, W. (2015). La política, entre la pena y la canción: O la licuación de la política, un legado del neoliberalismo. *Temas y Debates*, (29), 13-31.
- Aracil, R., Martí, R. A., i Puigdomènech, J. O., & Segura, A. (1998). *El mundo actual: de la Segunda Guerra Mundial a nuestros días (Vol. 2)*. Ediciones Universitat Barcelona. Barcelona.
- Badenes, D. (2007). Comunicación y ciudad: líneas de investigación y encuentros con la historia cultural urbana. *Question*, recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/30433>.
- Batty, M., Axhausen, K. W., Giannotti, F., Pozdnoukhov, A., Bazzani, A., Wachowicz, M., & Portugali, Y. (2012). Smart cities of the future. *The European Physical Journal Special Topics*, 214(1), 481-518.
- Bouskela, M., Casseb, M., Bassi, S., De Luca, C., & Facchina, M. (2016). The Road toward Smart Cities: Migrating from traditional city management to the smart city. *Inter-American Development Bank (IDB)*, 1-128.
- Broadbent, E. H. (2018). *The pilgrim church*. Ravenio Books. London.
- Brenna, B., & Jorge, E. (2011). La mitología fronteriza: Turner y la modernidad. *Estudios fronterizos*, 12(24), 9-34.
- Burleigh, M. (2013). *El Tercer Reich: una nueva historia*. Taurus .EE.UU.
- Đerić, G., & Tournois, L. (2016). From Basic Instincts to Art Performance: Value Shifts in the Treatment of Cookery. *SAGE Open*, 6(1), 2158244015625561.
- Dictionaries, O. (2016). *English oxford living dictionaries*. URI: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/lichen>. Cited, 10(11).
- Duhamel, G. (1930). *Scènes de la vie future*. Mercure de France.
- Eco, U. (1980). *El nombre de la rosa* (traducción de Ricardo Pochtar). Barcelona: Debols.
- Fernández, E. M. (1991). *Iglesia y vida religiosa en la Edad Media (Vol. 9)*. Ediciones AKAL.Madrid.
- Freud, S. (1929). *El malestar en la cultura*, Tomo XXI. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Freud, S. (1980). *¿Por qué la guerra?* Ed. Standard Obras Completas de Sigmund Freud.
- Gomes, A y Axevedo, M. 2013. El sistema de oferta de restaurantes de alta gastronomía: una perspectiva sensorial de las experiencias de consumo. *Estudios de y perspectivas de turismo*. Vol 22 n2 pp336-356.
- Guadagno, R. E., Rempala, D. M., Murphy, S., & Okdie, B. M. (2013). What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. *Computers in Human Behavior*. 29(6), 2312-2319.
- Holzmann, I. J. F. (2012). Los memes y las caricaturas del movimiento estudiantil chileno: un análisis del discurso emic a la Red Estudiantil Tumblr entre septiembre de 2011 y 2012. Universidad Diego Portales, Chile. Recuperado de <http://sibudp.udp.cl/ipac20/ipac.jsp?session=M43578Q720H62.6633&profile=exter&uri=full%-3D3100001~!109461~!0&booklistformat=>.
- Hossain, M. S., Muhammad, G., & Amin, S. U. (2018). Improving consumer satisfaction in smart cities using edge computing and caching: A case study of date fruits classification. *Future Generation Computer Systems*, 88, 333-341.
- Koolhaas, R., & Avia, J. S. (2006). *La ciudad genérica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lipovetsky, G. (1994). *La era del vacío, ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona. Editorial Ana-



grama.

- Lipovetsky, G., Roux, E., & Alapont, R. (2004). *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama.
- Luxury Report (2014) *The Ultimate Six-Year Guide to the U.S. Affluent Consumer Market*. Unity Marketing. Estados Unidos de Norteamérica. Recuperado de https://unitymarketingonline.com/wp-content/uploads/luxury_report_2014_intro_methodology_combined.pdf.
- Mattelart, A., & Multigner, G. (2000). *Historia de la utopía planetaria: de la ciudad profética a la sociedad global*. Barcelona: Paidós.
- Miller, T. (2005). *El nuevo Hollywood: Del imperialismo cultural a las leyes Del marketing*. Barcelona. Paidós.
- Mínguez, V., Rodríguez, I., & Moya, I. R. (2006). *Las ciudades del absolutismo: arte, urbanismo y magnificencia en Europa y América durante los siglos XV-XVIII (Vol. 7)*. Publicacions de la Universitat Jaume I. Valencia.
- Mohbey, K. K. (2019). *An Efficient Framework for Smart City Using Big Data Technologies and Internet of Things*. In *Progress in Advanced Computing and Intelligent Engineering* (pp. 319-328).
- Ortega y Gasset, J. (1983). *La rebelión de las masas*. Buenos Aires: Hyspamérica.
- ONU-Habitat. 2015. *Habitat III Issue Papers*. Recuperado de: http://unhabitat.org/wp-content/uploads/2015/04/Habitat-III-Issue-Paper-21_Smart-Cities-2.0.pdf.
- Saldarriaga A. R. (2002). *La arquitectura como experiencia: espacio, cuerpo y sensibilidad*. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia.
- Sauve, P. (2007). *Cultura y economía: los retos en juego*. Actas del Coloquio Internacional. Tres espacios lingüísticos ante los desafíos de la mundialización. París.
- Sikora-Fernández, D. (2017). *Factores de desarrollo de las ciudades inteligentes*. *Revista Universitaria de Geografía*, 26(1), 135-152.
- Soja, E. D. L. (2004). *Seis discursos sobre la postmetrópolis*. *Lo urbano en, 20 autores contemporáneos*. Editorial Universidad politécnica de Cataluña. Barcelona.
- Trujillo Sáez, F. (2005). *En torno a la interculturalidad: reflexiones sobre cultura y comunicación para la didáctica de la lengua*. *Porta Linguarum*. Nro. 4, pp. 23 -39.
- Jonas Fornarder (productor) Spike J. (Director) *Lamp*. Septiembre 2002 recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=TsQXQGaasUg>.
- Unesco (2000), *Réunion du Comité d'Experts sur le Renforcement du Rôle de l'UNESCO en vue de Promouvoir la Diversité Culturelle à l'Heure de la Mondialisation*, Documento de trabajo, 21-22 de septiembre, p. 6.
- Vall, R. E. (2011). *Breve historia del holocausto*. Ediciones Nowtilus Madrid.
- Yory, C. (2006). *Ciudad, consumo y globalización*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

