

EL PARC: LA TEATRALITZACIO DEL *BE PUBLIC*

Jorge Luis Marzo

El tractament que tradicionalment s'ha donat a la noció de "bé o interés públic" a les societats industrialitzades ha vingut caracteritzant-se principalment en base al fet que tota actuació al respecte ha d'establir-se dins dels límits de la idea de consens. Consens, diríem que l'establiment d'una jerarquia de valors comuns per un grup determinat de gent a fi d'implantar-la d'una manera general. No en và, *consensuar* és un verb polític només present a les democràcies, on l'existència dels grups reduïts de govern està legitimada socialment sense generar greus tensions.

El *bé públic* és la regla fundamental per la qual les regulacions adoptades per consens dins dels cercles governants adquireixen valor real i refrend social. Es construeixen infraestructures, es disposen lleis i es reglamenten activitats en funció d'una utilitat pública generalista pensada en termes eminentment maximalistes. Tota oferta d'actuació per part de les institucions presuposa que existeix un valor de bondat que va més enllà de la simple voluntat política; una bondat que s'expressa amb el concepte d'utilitat.

Tanmateix, deuriem potser plantejar aquesta qüestió sota altres òptiques que sovint no són del tot desitjades pels polítics, en ser poc rendibles socialment. La idea d'utilitat no pot vincular-se merament a la pròpia dinàmica operativa de la classe política, la principal tasca de la qual se suposa que és fer funcionals determinats mandats socials. La idea d'utilitat, en la mesura que es conforma per les decisions d'experts i de tècnics especialitzats, pren una dimensió nova, que no és altra que la de crear la seva necessitat en la societat: el seu refrend popular fora de les sales on s'adopten les disposicions.

En realitat, el món de la publicitat ens ofereix un territori d'investigació social que, tot i formalitzat amb premisses diferents a les de la política, suscita no poques semblances en el sentit de crear a

posteriori la necessitat de la mercaderia ofertada. Una de les teories més controvertides dins de l'àmbit publicitari és la possibilitat de crear en el consumidor la sensació de necessitar alguna cosa en la qual mai havia pensat; és a dir, despertar en el públic, mitjançant tècniques psicològiques precises, el desig d'apropar-s'hi. Alguns psicòlegs han assenyalat el seu escepticisme envers aquesta teoria, adduint que és impossible construir cap desig nou en un espectador o potencial client que no estigui ja previament disposat a assumir-lo. La publicitat, en el que aquí ens interessa, mostra un debat on potser caldria moure's més sovint: Què genera què? Es el producte, i la seva estratègia, qui genera la seva pròpia necessitat (utilitat) i per tant crea el desig vers ell?

A l'àmbit polític, això també ocorre malgrat que les raons de fons tinguin caràcters diferencials. Es canvien lleis i es transformen disposicions amb la voluntat d'adequar-se als temps canviants. La majoria de les vegades, però, les reglamentacions que es proposen serveixen per a greixar, actualitzar o millorar els mecanismes propis de l'acció política i no tant de les aplicacions a la trama real del conjunt de la societat. La idea del "bé públic" legitima la possibilitat de realitzar canvis i prendre decisions que bàsicament afecten els procediments de la classe política (governants i tècnics), dins dels quals ja es presuposen les aplicacions.

Però, com definiríem tota aquesta situació? Quin nom pot venir-nos al cap quan pensem en tot aquest entramat de tècniques i búsqueda de legitimitat? Sigui el que sigui allò que finalment trobem, aquest no estarà pas massa lluny d'allò que en diríem "el teatre de l'espectacle"; un univers ("esglèsia", com Debord digué) on el desig i la necessitat queden barrejats indissolublement per a bé d'aquell qui monta l'escenari: el camí no serà altre que preparar el show de manera que l'espectador sigui finalment conscient de la necessitat d'aquest, assumint de pas la seva positiva participació en l'espectacle.

Philippe Durand, amb el seu treball sobre el Parc de Catalunya a Sabadell, ens dóna peu per a reflexionar en un terreny ben concret a

l'entorn d'algunes de les coses apuntades fins ara. Per dues vies diferents: per una banda, a través de la mateixa noció de parc, com a element urbanístic simbòlic de certs valors de les ciutats contemporànies i per l'altra, com a exemple real de la necessitat de crear desitjos des de les òrbites polítiques.

El Parc de Catalunya fou concebut, a manera de factor unificador, dins d'un ambiciós pla municipal de desenvolupament urbanístic centrat en allò que anava a ser "l'Eix Macià"; una zona de connexió estructural entre els extrems nord i sud de la ciutat que assumís a més una nova funció comercial i d'esbarjo. El Parc seria el motor del projecte, el nucli a partir del qual els diversos elements anirien prenent cos. Certament, així ha estat. El Parc és allà, i també El Corte Inglés, MacDonaldis i altres importants empreses comercials han desplegat llurs aparadors al llarg de tota l'avinguda. Recuperar un públic comercial que es desplaçava a altres àrees de la comarca per tal d'adquirir productes i potenciar la capitalitat zonal de Sabadell mitjançant una injecció d'estructures terciàries semblen les "legítimes" raons fundamentals de tot el projecte urbanístic. Res a dir al respecte. És veritat que una part de la comunitat de la ciutat ja havia manifestat als anys setanta, amb alguns actes de reivindicació, la seva il·lusió de disposar d'una zona verda al centre de la ciutat. Que el nou parc hagi complagut les expectatives de la gent, apart de les de les empreses abans esmentades, és difícil d'assegurar totalment. Però, indubtablement, la pròpia existència del parc potser ja està generant la necessitat de gaudir-ne, com esdevé amb la majoria d'infraestructures públiques.

Nogensmenys, el concepte i la realitat d'un parc, i d'aquest en concret també, orbiten en algunes freqüències que també hauriem d'atendre; freqüències, que no poques vegades entren en contradicció amb la pròpia noció d'utilitat pública per a aquest tipus d'intervencions ambientals.

Sense dubte, un parc és sobre tot un espai destinat a l'ús públic. Però, demanem-nos què significa un ús públic. Si *públic* vol dir

simplement d'accés general per a tothom, perdem una perspectiva molt important: hom va a un parc públic per a gaudir, sobre tot, d'una estona d'esbarjo i relaxament. Es llavors l'esbarjo eminentment públic? Els amples turons de gespa, les grans masses d'aigua amb barques i ànecs, els camins marcats al terra i sombrejats pels arbres formen un context d'allò públic que es fon amb la necessitat del temps personal, privat. El parc, per dir-ho d'una manera il·lustrada, esdevé un *panòptic* light on totes les privacitats es mostren públicament i el fet públic adquireix una dimensió translúcida, sense parets ni acotacions. Les parelles ajagudes sobre la gespa, les famílies amb el gos, etc, generen una mena de joc de consens en el qual tot té el seu lloc i el seu sentit. La llum diurna ho engloba tot i ho sotmet a la raó pública i transparent; tot és dins d'un ordre, de l'ordre "democràtic" d'un espai destinat a oferir una imatge idíl·lica d'una societat que es respecta.

Ara bé, de nit, la gent es queixa que hi ha parelles follant darrere dels arbres, ionquis xutant-se o vagabunds borratxos que pertorben aquesta mateixa idea del fet social (quan mai no hi ha ningú als parcs a les nits). Allò públic esdevé aleshores la raó per a controlar aquells comportaments privats "allunyats" del consens. Del teatre i de l'espectacle luminós del parc durant el dia (com es percep en algunes de les fotos de Durand), es passa a la dura realitat d'aquells qui no juguen cap rol a la trama de l'obra.

El parc ha de ser utilitzat per tothom, per això és públic, per això existeix de dia. La nocturnitat li confereix la traïdoria, ja que només uns pocs que fugen d'allò públic el fan seu. L'habitant nocturn del parc no és públic i per tant és estigmatitzat com a contrari a la raó del consens i de la política del "bé comú". No en và, molts dels parcs de Nova York han acabat convertint-se amb el temps en llocs controlats d'esbarjo, els dissenys dels quals responen a certes necessitats policials de manteniment de l'ordre públic en front els *homeless* (sense sostre) o quan se produeixen manifestacions. Així, per exemple, fa pocs anys es

decidí ampliar els senders de certs parcs perquè els cotxes de la policia poguessin accedir-hi sense problemes.

El parc, doncs, respon conscientment a aquesta noció de la societat diàfana generada a les oficines del consens. Martha Rosler ha assenyalat que una de les raons de ser dels parcs públics és el seu caràcter de "ventilador social"; llocs on aplicar conceptes com "verd" o "descans", els quals esdevenen finalment vivències museístiques que cal acotar per a mantenir-les vives, de la qual cosa s'encarrega l'ordre polític, que sempre s'erigeix en el seu impulsor i guardià, en nom del "bé públic".

Que ningú intenti veure aquí un intent de dimonitzar les polítiques públiques, com és el fet de construir un parc en mig d'una ciutat. Sense cap mena de dubte, és millor un parc públic que un Corte Inglés; encara més, millor tots dos, doncs així es legitimen ambdues actuacions, donant-se suport l'una en l'altre. L'interessant de veure en tot això és el rerafons psicopolític que opera en la idea de parc; es tracta d'una vèrtebra que intenta solidificar el que entenem com a participació urbana, com a responsabilitat col·lectiva en la mesura que els comportaments privats a l'esfera pública són a la vista de tota la comunitat. El mobiliari urbà, la gespa, els ànecs, els marbres (a la plaça Sòller de Barcelona, els ànecs acabaren a les sopes del barri i els marbres com a taules d'estiu; altre concepte peculiar d'una comprensió del fet públic) són allà com a símbols d'allò col·lectiu que no pot ser atacat. El fet públic esdevé així un model d'autocontrol social en el qual, gràcies a la transparència dels comportaments, totes les diferències semblen aplegades en una sort de comunió ideal, "participada" per allò públic.

La idea d'utilitat està evidentment condicionada a la idea de necessitat. On una cosa se *sospita* necessària, entra en joc l'ordre natural que genera la institució, reomplint el forat que separa allò suposadament desitjat i allò pretesament ofert. Un parc és en tot cas un exemple extrem d'aquest joc, decididament legitimat per tots. El *bé*

públic, aquesta subtileza política que neix de la necessitat per així crear-la, re-crear-la de nou, cobra en la idea del parc plena vigència. Com aquell individu entre el públic que és convidat pel màgic a pujar a l'escenari per a ajudar-lo a realitzar el seu número, donant d'aquesta manera sentit públic –legitimació– al truc i al resultat, els parcs s'omplen de gent els diumenges al matí, després de missa i abans del vermut, mentre comparen les samarretes que han comprat al Corte Inglés amb les que compraren a Port Aventura, complint així el mandat que hem sol·licitat del poder en el sentit d'arbitrar en les nostres necessitats.