

Reflexions sobre identitat i ciutat¹

FRANCESC MERCADÉ I DURÀ

Gabinet d'Investigació Sociològica i Econòmica (GABISE SA)

El concepte de *identitat* és difícil de definir perquè és abordat per les diverses ciències de la conducta amb diversos significats. De tota manera, hi ha una coincidència absoluta des de les diverses alternatives a considerar-lo molt important.

Des de les aportacions que fan coincidir identitat amb rol fins a les que parlen del sentit de la vida, totes les teoritzacions coincideixen a exposar que el concepte de *identitat* respon a les qüestions següents: qui sóc?, a on pertanyo? I, precisament, si la identitat fa referència a la personalitat i a la seva definició interna, també explica la relació entre l'estructura pròpia i l'estructura de l'hàbitat. Cal aprofundir en aquesta darrera percepció que relaciona precisament identitat i ciutat.

L'individu es veu a si mateix com una unitat inseparable del seu entorn: la seva família, el seu barri, la seva ciutat... Quan ens allunyem d'aquests cercles primers, la percepció es complica. Precisament vivim en un país on la qüestió nacional intervé decisivament en les identitats col·lectives.

De tota manera, voldria, en aquestes reflexions, fixar la mirada en els primers cercles concèntrics de les identitats, en els quals la ciutat té un paper clau. El municipi és el lloc on la persona reconeix primer la seva cultura, ja que és l'àmbit en què s'estructuren les entitats col·lectives i la convivència. Aquest paper de la ciutat com a escola de participació, de tolerància, de democràcia i de convivència té molt a veure amb el paper que els municipis hauran d'anar assumint cada cop més en el futur. Els processos culturals tindran un paper clau en aquest camí d'acostar les ciutats als seus habitants; de fer-les més vives, més pròpies, més assumides per l'individu com l'eix de la seva identitat. Molt més en el context actual d'una forta immigració de procedències geogràfiques i sobretot de pràctiques culturals molt diverses.

1. Text de suport de la intervenció de Francesc Mercadé (taula rodona «Cap a on va la identitat col·lectiva catalana?»).

En el salt del creixement industrial al desenvolupament del sector terciari, les ciutats han de fer alguna cosa més que canviar d'activitat: han de pensar-se com a marcs de convivència i de creixement personal, i han d'assumir la seva responsabilitat com a estructuradores de les identitats col·lectives.

Si la identitat és allò que l'individu mostra a la resta, aquesta percepció es relaciona amb el seu entorn més immediat que condiona la percepció. Entre l'individu i la seva identitat hi ha necessàriament una relació amb els altres, un procés d'atribució de característiques, la construcció d'un conjunt i, finalment, la dosificació de les seves característiques als ulls dels de la resta. Per això cada persona parla de si mateixa quan es vesteix, quan es pentina, quan tria la seva roba, quan adorna casa seva, quan escull un automòbil... Per això les persones estimen la seva ciutat quan aquesta és «representativa» de la seva identitat.

La ciutat del segle XXI haurà de lluitar per crear també la seva identitat en la qual es puguin reconèixer els individus que hi viuen i, moltes vegades, hi treballen. Concretament, les ciutats mitjanes que estan més «a l'abast» del ciutadà tenen per aconseguir aquest objectiu alguns avantatges i també alguns problemes. Les qüestions positives es deriven precisament de la seva grandària: *a)* poden ser reconegudes i conegudes com a totalitat; *b)* poden situar-se molt a prop de les persones i oferir un contacte més directe entre l'administrador i l'administrat; *c)* poden potenciar, recrear o crear símbols de ciutat que siguin integradors per a tothom; *d)* poden prescindir d'oferir algunes costoses ofertes culturals i d'equipaments que ja es troben a la gran metròpoli veïna, i *e)* poden «especialitzar-se en alguns productes culturals exclusius»...

Els elements negatius contra els quals han de lluitar les ciutats mitjanes estan fonamentalment relacionats precisament amb la seva identitat: *a)* han de lluitar per superar la seva imatge o realitat de ciutats —o barris— dormitori; *b)* han de trencar la seva dependència —real o sentida— de la gran metròpoli, i, *c)* en definitiva, han de dissenyar la seva pròpia identitat. La ciutat ha de definir, doncs, unes característiques «permanents», uns atributs que li són exclusivament propis i que la diferencien de la gran i absorbidora metròpoli. En l'àmbit municipal, la identitat no és substancial —com la definien els substancialistes després de Descartes—, sinó diferencial (d'acord amb Locke i els espiritualistes).

En aquest sentit, la consciència és un element clau de la identitat; després de Kant, la identitat de la persona —i de la col·lectivitat— ha quedat definitivament lligada a la consciència d'un mateix i dels altres.

Aquest sentiment ciutadà es pot separar en quatre moments superposats: *a)* la consciència de municipi en oposició a l'exterior i a les altres ciutats; *b)* el sentiment d'activitat i la consciència de relació; *c)* la sensació de continuïtat i de permanència de característiques, i, finalment, *d)* la consciència d'unitat, de configurar una realitat diferenciada i reconoscible per a un observador, interior o exterior.

Des d'aquesta perspectiva es podria comparar totes les patologies de l'individu respecte a la seva identitat («clíniques») amb les que pot tenir el cos social en el seu conjunt («socials»).

En concret, sembla clar que l'evolució de l'hàbitat en el temps així com el procés de creació de les ciutats en la seva concepció moderna han allunyat la integració que les cultures tenien amb el medi ambient i el seu entorn. Aquesta relació és el que cal recuperar en el futur de les ciutats en el segle XXI. Cal que les ciutats estiguin per a l'individu «a flor de pell», que sentin els seus problemes i els seus èxits com a propis. Cal recordar aquell exemple dels manuals d'antropologia que ens explica l'experiència de les mares d'unes tribus primitives d'indis (wintu) que expressaven en primera persona les necessitats dels seus fills: «Tinc gana - fill meu» en lloc d'«El meu fill té gana».

És impossible pensar en el paper futur de les ciutats sense encaixar-lo en els canvis que es van esdevenint quant a la demanda generalitzada de qualitat de vida, de nous serveis socials, de renovats centres d'interès cultural i de lleure... Però, per una altra banda, no és possible iniciar aquest camí sense construir una sòlida IC sobre la qual s'ha d'edificar aquesta nova realitat.

Si es diu que el càncer és, simplificant-lo, una desorganització de les cèl·lules humanes que perden la seva «solidaritat», la transformació de les ciutats per acosar-les a l'individu i fer-les eix de cultura i de relacions ha de fonamentar-se en la seva identitat.

La terciarització de les economies a les ciutats dels països avançats ens porta a la definició d'un model d'IC molt més fonamentada en el respecte al medi ambient, en la força dels elements culturals i de lleure, en els espais socials de relació i de divertiment, en l'atenció compartimentada dels diversos segments d'edat (la infància, l'adolescència, l'etapa adulta i, sobretot, la tercera edat). La identitat percebuda per l'individu és, doncs, la garantia de la seva sociabilitat. Reforçant els mecanismes d'identitat individual i la definició de paràmetres col·lectius que defineixin la ciutat, es reforcen les seves possibilitats de fer front amb èxit a la renovació cultural del nou segle.

Les ciutats han de conservar les seves característiques històriques —quan aquestes són positives i fortes—, però per sobre d'aquestes cal encaixar tots els canvis que la societat ha viscut en aquest darrer segle. Una ciutat ha de ser capaç de crear la seva pròpia identitat, edificada sobre les seves característiques històriques, i ha de saber transmetre la seva «ideologia» als seus membres. Cal generar processos de «socialització de ciutat» que siguin prou amplis per encaixar la diversitat donant-li cohesió. La idea d'estrats d'identificació és molt útil per entendre les possibilitats d'identificar una ciutat com una de sola, malgrat la seva riquesa i la seva diversitat.

En l'àmbit municipal cal no confondre la identitat amb els seus atributs. De fet, una ciutat ha de canviar constantment per seguir sent la mateixa. Cal generar

estudis sobre la realitat social i les identitats collectives per definir objectius de ciutat que responguin al seu sentit d'existència. De com es pot estudiar aquesta realitat caldria parlar-ne molt; de fet, molts estudis es limiten a constatar quantitativament tota una sèrie de variables, sense aprofundir en noves formes de mesurar aspectes de ciutat al segle XXI. Només es pot generar una idea de grup sobre uns objectius fixats que tinguin una forta relació amb els objectius genèrics que ja hem apuntat (qualitat de vida, nous serveis, lleure, creació de riquesa...); per conèixer aquests principis sobre els quals cal redissenyar la identitat de ciutat no s'ha de partir d'intuïcions o de directrius polítiques.

Cal, això sí, disposar d'un marc teòric i d'unes línies d'acció, però sobretot de l'estudi del teixit social, de les seves expectatives i les seves mancances, de la seva vida quotidiana... Cal que la població es senti part activa d'aquesta delimitació de la pròpia identitat sense caure en l'aïllament o l'autocomplença. Una identitat potent no pot ser mai tancada en si mateixa, ha de ser oberta i creativa per no tenir el perill de l'autoabsorció.

La identitat d'un ciutadà està relacionada amb l'avaluació que un fa de si mateix i de l'entorn en què viu; també amb el judici que s'espera i que realment es rep dels altres. Amb aquests elements es construeix una «màscara» de ciutat que fins i tot ens podríem imaginar com una màscara real. Per simplificar, cal intentar concretar al màxim la ciutat que som i la que aspirem a ser, imaginant-la en la forma més concreta possible (un eslògan, unes idees força, un logotip...). De tota manera, ha de quedar clar que el concepte d'identitat al qual ens referim parteix de la idea d'estrats superposats que permeten diferents situacions socials, conductes i actituds. La ciutat ha de donar als seus habitants una espècie de codi comunitari que sigui útil per interpretar el flux de missatges referits a la vida social, cultural i econòmica.

Els habitants d'un municipi han d'edificar, doncs, una IC sobre la mateixa idea de ciutat. Cal que s'experimentin totes les realitats de la ciutat com un *continuum*. Hi ha, en primer lloc, tot un conjunt de característiques adscrites que configuren històricament el municipi i que són impossibles —o molt difícils— de modificar: la seva ubicació geogràfica, la planificació urbanística, les infraestructures disponibles, la grandària, la piràmide d'edats.

En segon lloc trobem les característiques adquirides després d'un treball de gestió continuat: nous equipaments, reconstrucció urbanística del municipi, descentralització, nous equipaments i infraestructures, potenciació d'algunes activitats econòmiques o culturals...

En tercer lloc, a partir de totes les característiques anteriorment explicades, es dissenya una identitat adoptada que defineix la ciutat amb relació als altres municipis propers amb unes característiques considerades com a pròpies. Finalment, tot aquest procés ha de portar a definir les pròpies característiques com a assumi-

des pels mateixos habitants i igualment conegudes pels ciutadans d'altres municipis que són capaços també d'«identificar-la».

No hi ha identitat sense sentiment d'identitat. Tan important és generar unes pautes de consolidació d'un cos social determinat (ciutat) com traspasar aquests elements a la consciència col·lectiva. Aconseguir un equilibri entre la constància d'uns atributs socials i la seva variabilitat en el temps és clau.

La identitat d'un col·lectiu canvia, de fet, constantment. En aquest punt hem de recordar novament la idea dels diferents estrats que componen una identitat social; aquesta visió permet pensar en el canvi d'algunes parts sense modificar el conjunt. En la constància dels nivells més profunds de l'estructura de la IC recolza la possibilitat de canvi dels més superficials.