

del tejido urbano, terminando por degradar y matar al único elemento que nos queda de nuestra antigua herencia urbana, el espacio público. Es curioso considerar que de alguna manera estamos repitiendo el antiguo patrón de la *Civitas Dei*, la ciudad de Dios agustiniana. La Jerusalén celestial era un molde perfecto, para ser imitado en la tierra, perfecta en su idealidad, pero que al ser bajada a la tierra podía convertirse por su contacto con lo imperfecto en la *civitas* romana, la antítesis de la ciudad agustiniana. La globalización nos impone una idea de ciudad semejante, cuyo trazado sólo puede ser perfecto en un mundo "ideal", "virtual". Idea que al ser materializada se encuentra con todos los obstáculos que la vida urbana tiene. Desde este punto de vista la ciudad global no pasaría de ser una simple quimera, como lo fue la ciudad celestial, una idea platónica que no ha considerado que sus protagonistas principales no son precisamente seres virtuales. ARQ



P.M.H.

the Augustinian city. Globalisation forces upon us the ideal of such a city, one whose grid can only be perfect in an ideal, virtual world. When this idea materialises, it encounters all the obstacles that come with urban life. From this point of view, the global city is nothing but a chimera, as the heavenly city was, a Platonic idea that has not taken into account the fact that its main protagonists are not precisely virtual beings. ARQ

## Teoría del murmullo

### Arturo Torres

Cuando Jorge Lobos, en el seminario *Arquitectura Contemporánea y Chile*<sup>1</sup>, planteaba la importancia de reflexionar en torno al paradigma del *arquitecto bufón del rey* no sólo hacía mención a la compleja y conflictiva relación de los arquitectos con el poder sino a la necesidad de esta relación en la verdadera posibilidad de realizar las obras pensadas. La pregunta de Lobos correspondía a suponer que si los arquitectos están obligados a una relación con el poder para realizar su obra, qué pasa entonces con la gran mayoría de personas que está fuera de los círculos del poder: ¿Nunca tendrán acceso a arquitectura?

El meollo del asunto reside en el problema de los pesos. Hacer arquitectura es una labor extremadamente cara si consideramos los costos y tiempos de producción en relación al sueldo base promedio de una persona<sup>2</sup>.

**Construcción contemporánea de la democracia**  
La problemática anteriormente planteada podría abordarse fácilmente con un acercamiento de los arquitectos al quehacer político, que actúa con

## A Theory of Rumors

### Arturo Torres

When Jorge Lobos, at the seminar *Contemporary Architecture and Chile*<sup>1</sup>, mentioned the importance of reflecting on the paradigm of the architect as the king's fool, he was not only making reference to the complex and conflictive relation of architects with power, but to the fact that this relation is necessary in order to actually produce the architectural works that we conceive of. Lobos's question aimed at wondering whether, if architects are necessarily bound to a relation with power in order to carry out their work, people who have no power will always be excluded from the realm of architecture.

The heart of the matter resides in the question of money. Architectural labor is extremely expensive if we consider the costs and times of production in relation to the basic average salary of a person<sup>2</sup>.

**Contemporary construction of democracy**  
The aforesaid problem could be very easily solved by an approximation of architects to the realm of politics, which acts with common

el valor del bien común al frente y utiliza un poder otorgado por los ciudadanos. Sin embargo, hoy nos encontramos en un momento en que la democracia<sup>3</sup> sufre un proceso de debilitamiento dado que los estados-nación, lugares donde ella reside, son estructuras en proceso de degradación producto de la globalización de la sociedad contemporánea<sup>4</sup>. De esta forma hoy en día una empresa como *Exxon* o *General Motors* posee un capital equivalente a un estado como Chile<sup>5</sup> y, por tanto, tiene la capacidad de revertir o modificar políticas nacionales supuestamente decididas por los ciudadanos a través de sus representantes.

Como respuestas a esta problemática de difícil solución es posible observar el surgimiento de iniciativas internacionales<sup>6</sup> de distinto orden (como la Corte Penal Internacional por un lado o grupos como ATTAC<sup>7</sup> o *Greenpeace* por otro) que para resolver problemáticas supranacionales procuran plantear medidas de carácter mundial que, al mismo tiempo, sientan las bases para la creación de una estructura democrática planetaria.

**¿Puede el consumidor informado ser un agente democratizador?**  
En un proceso de transición hacia una estructura que resguarde la democracia en la escala mundial,

good in its mind and uses a power granted by the citizens. We are at the present moment, however, witnessing the process of a weakening of democracy<sup>3</sup>, since national states, the places where it resides, are in decline due to the increasing globalization of contemporary society<sup>4</sup>. Nowadays, companies like *Exxon* or *General Motors* operate with a capital that is equivalent to that of a state like Chile<sup>5</sup>, and thus have the ability to revert or modify national policies supposedly decided by citizens through their representatives. As an answer to this difficult problem, we can look at the emergence of several kinds of international initiatives<sup>6</sup> (such as the International Law Court, on the one hand, and groups such as ATTAC<sup>7</sup> or *Greenpeace* on the other) that, as a way to address supra-national problems, attempt to generate worldwide measures which at the same time will serve as the grounds for the future creation of a planetary democratic structure.

**Can informed consumers become agents of increasing democracy?**  
In a process of transition toward a structure that would defend democracy at a worldwide

<sup>1</sup> El seminario *Arquitectura Contemporánea y Chile* fue realizado en junio de 2002 en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile. El arquitecto Jorge Lobos participó de la mesa redonda *El Encargo Arquitectónico*, junto a Albert Tidy, Eduardo Lyon, Mathias Klotz y Alejandro Aravena. El planteamiento de Lobos fue acompañado de los siguientes datos: 10% de los encargos de arquitectura está orientado a segmentos privados de altos ingresos y el restante 90% corresponde a encargos realizados desde el sector público.

<sup>2</sup> Según el Instituto Nacional de Estadísticas el Producto Interno Bruto per cápita en Chile del año 1997 fue de US\$ 5.182 anuales, nivel de récord histórico tras lo cual se produce una baja del indicador. Esta cifra anual equivale al costo de una edificación en albañilería reforzada de 10 m<sup>2</sup> (20UF/m<sup>2</sup>).  
<sup>3</sup> "La democracia... es la lucha de unos sujetos, en su cultura y su libertad, contra la lógica dominadora de los sistemas" En Touraine, Alain, *¿Qué es la Democracia?*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1995.

<sup>4</sup> The seminar *Contemporary Architecture and Chile* was carried out during June 2002 at the Faculty of Architecture and City Planning of the Universidad de Chile. The architect Jorge Lobos participated in a panel entitled *Architectural Commissions*, together with architects Albert Tidy, Eduardo Lyon, Mathias Klotz, and Alejandro Aravena. Lobos's presentation included the following data: 10% of architectural commissions are oriented to the high-income private sector, and 90% of them correspond to the public sector.

<sup>5</sup> According to the National Statistics Institute, INE, the neat Internal Product per capita in Chile in 1997 was of US\$ 5.182 a year, which is a historical record, after which it goes down. This yearly income amount is equal to the cost of a reinforced masonry construction of 10 m<sup>2</sup> (at 20 UF/m<sup>2</sup>).  
<sup>6</sup> "Democracy is... the fight of a few individuals, in their culture and freedom, against the dominating logic of systems" Touraine, Alain, *¿Qué es la democracia?* (What is Democracy?) Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1995.

<sup>4</sup> John Ralston Saul plantea la contradicción que existe entre estar a favor de la globalización y al mismo tiempo a favor de la democracia. En Warnken, Cristián, "Entrevista a John Ralston Saul, pensador canadiense: 'En Occidente traicionamos a Sócrates'", *Noreste N° 38*, Santiago, julio, 2001.

<sup>5</sup> Informe ¿Son las transnacionales más poderosas que los países?, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD, Ginebra, 2002.

<sup>6</sup> "Los partidos políticos tradicionales están atrapados en un espacio geográfico". En Nodström, Kjell y Ridderstrale, Jonas, *Funky Business*, Prentice Hall/ Expansión, Madrid, 2000.

<sup>7</sup> La ATTAC, Asociación por la Tasación de las Transacciones Especulativas y la Acción Ciudadana, también conocida como la Asociación por una Tasa sobre las Transacciones especulativas para Ayuda a los Ciudadanos, es un

movimiento civil internacional que propone la aplicación de un impuesto sobre las operaciones financieras internacionales, el ejercicio del control democrático sobre los mercados financieros y el término del dominio de la globalización neoliberal (N. del E.)

<sup>8</sup> Devenzio participó en el Encuentro Internacional *Arquitectura, Tecnología y Preservación de la Madera, Normativa y Avances de Experimentación*, realizado por el Colegio de Arquitectos de Chile en abril del 2002.

<sup>4</sup> John Ralston Saul points out the contradiction that there is between being in favor of globalization and of democracy at the same time. In Warnken, Cristián, "Entrevista a John Ralston Saul, Canadian Thinker", *Noreste 58*, Santiago, July 2001.

<sup>5</sup> Report "Are Transnational Companies More Powerful Than Countries? ", UN Conference on Trade and Development, UNCTAD, Geneva, 2002.

<sup>6</sup> "Traditional Political Parties are trapped within a Geographical Space". In Nodström, Kjell and Ridderstrale, Jonas, *Funky Business*, Prentice Hall/ Expansión, Madrid, 2000.

<sup>7</sup> The ATTAC, Association for the Taxing of Financial Operations and Citizen Action, also known as the Association for a Tax on Financial Operations and Help for the Citizens, is an international civil movement proposing the application of a tax on international financial operations, the exercise of democratic control over financial markets and an end for the dominion of neoliberal globalization (Editor's note).

<sup>8</sup> Devenzio took part in the International Conference *Architecture, Technology and Preservation of Wood. Norms and Research Advances* organized by the Colegio de Arquitectos de Chile in April 2002.

<sup>9</sup> The NAACP, an organization protecting the rights of African Americans, sued the Los Angeles Transport Company, depending from the *Metropolitan Transit Authority*. The ruling forced the city hall to buy 532 natural gas buses to serve the areas not reached by underground train lines. *El Mercurio*, March 17, 1999.

<sup>10</sup> The *Mediática Company* carried out the study *Arguments and Counterarguments in the Soap Operas War*, published in *www.mediatca.cl*. Additionally, the McKinsey Company developed a private study for Channel 13, which was partially disclosed to the press.

el vacío existente en lo que se ha llamado la crisis de representatividad requiere de la búsqueda de estrategias y alternativas de protección de esta cultura.

Observemos el planteamiento del químico norteamericano Huck Devenzio <sup>8</sup>, miembro de la empresa *Arch Word Protection*, que haciendo mención al desarrollo de nuevas tecnologías realizado por su empresa para permitir la conservación de la madera sin provocar daño al medio ambiente, indicaba que estas investigaciones no se hacían porque estos productos fuesen, desde su punto de vista, mejores que los anteriores sino porque distintos grupos ambientalistas estadounidenses lograron posicionar sus demandas en la percepción de la población, y que a su empresa le había parecido importante adelantarse a un futuro cambio de decisión de los consumidores informados. Esto relata cómo para el negociante no es importante *qué* producto vende, sino más bien que un público efectivamente *compre* lo producido. En resumen, el cliente tiene la razón, pero no sólo eso sino que los clientes guían el tipo de producción que realiza una empresa determinada, y aún más, un grupo divulgador de información guía la decisión de un consumidor que deviene cada vez más en un cliente informado.

scale, the present void of what has been called the "crisis of representation" requires to look for strategies and alternatives for protecting this culture.

Let us look at the proposal of the American chemist Huck Devenzio <sup>8</sup>, a member of the *Arch World Protection* company, who, mentioning the development of new technologies produced by his company to allow for the conservation of wood without damaging the environment, pointed out that this research was not undertaken because the company thought these products would be better than the former ones, but because several US ambientalist groups managed to convince the population of the justness of their demands, and therefore the company decided to be prepared for a change of mind of the informed consumers in the future. This speaks of how industrials do not care about *what* they sell, but about having some kind of public actually *buy* whatever it is that they produce at the moment. In short, the client is always right, but not only that: clients guide the productive processes of a given company, and information disseminators can guide the decisions of consumers, who are increasingly becoming informed clients.

Podríamos suponer, entonces, que conjuntos de clientes informados podrían desplazar el tipo de producción y servicios que crean empresas con fines de lucro hacia la generación de productos compatibles con la noción de mejoramiento integral de la calidad de vida.

En resumen, y siendo optimista, al alero de los nuevos sistemas de comunicación nace un nuevo poder transformador del mundo.

En Los Ángeles, Estados Unidos, el año 1999 un grupo de consumidores<sup>9</sup> organizados logró cambiar por vía legal el uso de buses a la tecnología de gas como un modo para descontaminar la ciudad y resolver los problemas de transporte urbano.

#### El murmullo como fenómeno transformador

En el mes de agosto del año 2001 la teleserie de Canal 13, *Piel Canela*, fue sacada del aire tras un rotundo fracaso en los índices de sintonía. Tras la realización de estudios<sup>10</sup> sobre las causas de los resultados negativos del producto, se llega a la conclusión que la gente no quiso consumir *Piel Canela* no por su mal guión o por una mala actuación o sus equivocadas locaciones o por basarse en una temática de poco interés, sino porque no quiere ver Canal 13 debido a "su imagen de ser un medio censurado y

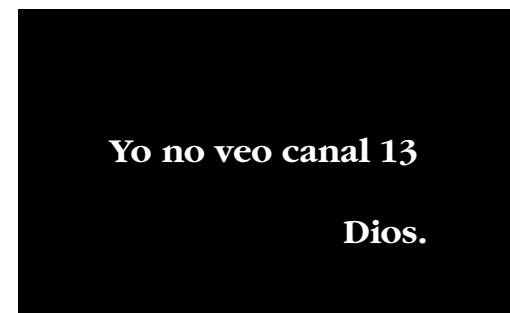
We could therefore suppose that groups of informed clients would be able to transform the production processes and services offered by enterprises expecting to make profit out of them into the generation of products compatible with the improvement of the quality of life as a whole. In short, being optimistic, a new power to transform the world was born along with the growth of new communication systems. In LA, United States, during the year 1999, a group of organized consumers<sup>9</sup> managed to change the regulations for the fuel of buses, making them switch to gas technology as a way to depollute the city and solve urban transportation problems.

#### Rumors as transforming phenomena

In August 2001, the emission of the Channel 13 soap opera *Piel Canela* was interrupted by a huge failure to achieve a reasonable rating. After several studies<sup>10</sup>, the cause of the audience's rejection of the program were revealed to be not so much the quality of the acting, or the script, or the wrong locations, or the lack of interest of its plot, but the fact that people do not want to watch Channel 13 due to its image of being "a censored and excessively conservative

excesivamente conservador"<sup>11</sup>. Esta situación, contrapuesta a la idea de transparencia, valor ciudadano fundamental<sup>12</sup> en el proceso globalizador, crea un rechazo hacia aquel que oculta la verdad, dejándolo simplemente fuera.

En este caso es interesante establecer la relación existente entre la decisión de los consumidores y la divulgación de esta idea de parte de grupos de *elite* (lo que en comunicación estratégica llamarían *líderes de opinión*), entre los cuales se encuentran, por ejemplo, los realizadores de una acción urbana durante el verano santiaguino de 2001 en respuesta a una publicidad de temas bíblicos, en la cual un afiche negro pegado en la calle afirmaba:



medium"<sup>11</sup>. This situation, in contrast with the ideal of transparency, a fundamental civic value in the globalization process<sup>12</sup>, generates a rejection of those who hide the truth, leaving them out of the game.

In this case, it is interesting to notice the relation between the consumer's decision and the dissemination of this idea on the part of elite groups (what in communicational strategies might be called opinion leaders), among which can be counted, for instance, the organizers of a urban performance during the summer of 2001 which, in response to an advertisement of Biblical themes, put up posters with the slogan:



<sup>9</sup> La NAACP, organización para derechos de los negros, acusó a la empresa de transporte de Los Angeles, dependiente de la *Metropolitan Transit Authority*. La sentencia judicial obligó al municipio a comprar 532 buses a gas natural para servir en las áreas donde el tren subterráneo no llega. *El Mercurio*, Santiago, 17.03.99.

<sup>10</sup> La empresa *Mediática* realizó el estudio *Argumentos y Contrargumentos en la Guerra de las Teleseries*, publicado en [www.mediatica.cl](http://www.mediatica.cl). Por otro lado, la empresa McKinsey desarrolló un estudio privado para Canal 13 divulgado parcialmente por la prensa.

<sup>11</sup> Claudia Álamo, "Roberto Méndez: La Autoridad se ha deslegitimado", *Siete+7 N° 37*, noviembre, 2002.

<sup>12</sup> "... la libertad de prensa no es sólo la protección de una libertad individual, da también a los más débiles la posibilidad de ser escuchados en tanto que los poderosos pueden defender sus intereses en la discreción y el secreto, movilizandolos en redes de parentesco, de amistad, de intereses colectivos". Alain Touraine, *op. cit.*

<sup>13</sup> Durante la *Retrospectiva, Conferencias y Mesa Redonda: Semana de Raúl Ruiz*, organizada en agosto del 2002 por el Instituto Chileno-Francés de Cultura, la U. Diego Portales, la U. de Chile y la Escuela de Cine de Chile, el citado cineasta, ante la pregunta de una persona del público, contesta: "por suerte todavía hay gente que no lee *El Mercurio*".

<sup>14</sup> *Carta Abierta a Agustín Edwards*, sin edición, fragmentos publicados en el diario electrónico *primeralineas.cl*; en ellos se critica la gestión comunicacional del aludido, ligada al poder económico. Edwards es el director del *Mercurio*.

<sup>15</sup> Esta política fue expuesta por René Rizzardo, presidente del *Grupo Nacional de Seguimiento y Evaluación de los Protocolos de Descentralización Cultural* del Ministerio Francés de Cultura durante el *Seminario Internacional de Políticas Culturales* organizado por el Instituto Chileno-Francés de Cultura, el Goethe Institut, el Centro Cultural de España, la División de Cultura del Ministerio de Educación de Chile y el Centro de Extensión de la PUC en junio del 2002.

<sup>11</sup> Claudia Álamo, "Roberto Méndez: Authority Has Lost its Legitimacy", *Siete+7 N° 37*, November 2002.

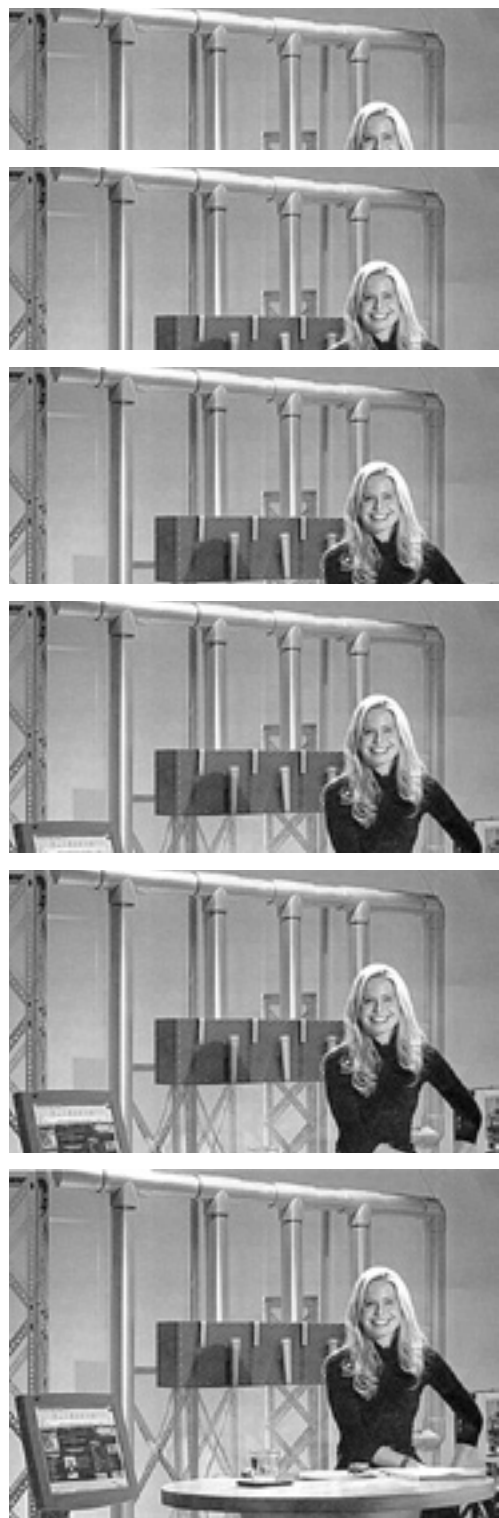
<sup>12</sup> "... The freedom of the press is not only the protection of an individual freedom, but it also gives to the weakest the possibility of being listened to, compensating the way in which the people in power can defend their interests by discretion and secrecy, mobilizing influences or collective interest networks". Alain Touraine, *op. cit.*

<sup>13</sup> During the *Film Retrospective, Lecture Series and Panel «The Raúl Ruiz Week»*, organized in August 2002 by the Franco-Chilean Cultural Institute, the Diego Portales University, the Universidad de Chile and the Chilean Film School, the aforementioned

filmmaker answered a question from someone in the public with the phrase: "Luckily, there's still some people who do not read *El Mercurio*".

<sup>14</sup> Open Letter to Agustín Edwards, unpublished at the time of the writing of this piece, except for some fragments that appeared in the online newspaper *primeralineas.cl*; in them, Edwards' communicational role is criticized for being too strongly linked to economic powers. Edwards is the director of *El Mercurio*.

<sup>15</sup> This policy was presented by René Rizzardo, president of the National Group of Overview and Evaluation of Cultural Decentralization Protocols of the French Ministry of Culture, during the International Symposium of Cultural Policies organized by the Franco-Chilean Institute of Culture, the Goethe Institute, the Spanish Cultural Center, the Culture Division of the Chilean Education Ministry, and the Extension Activities Center of the Pontificia Universidad Católica de Chile in June 2002.



Fotograma de la escenografía del programa *Estamos conectados*, canal 13.

Still from the show "Estamos Conectados" stage design, channel 13.

Situación que lo único que hace es establecer un vínculo entre los distintos ciudadanos que ya son portadores de esa idea, consolidándola y convirtiéndola en un clamor ciudadano.

Un caso parecido está ocurriendo en estos momentos con el periódico chileno *El Mercurio*. Hace unos meses, en el contexto de una reunión de proyecto de una vivienda que construimos, un industrial del mundo del calzado que actuaba como socio del proyecto planteó (para nuestra sorpresa y regocijo) la importancia de no publicar la casa en cuestión en la revista *Vivienda y Decoración* del diario en cuestión. Parecidos planteamientos han hecho posteriormente Raúl Ruiz<sup>13</sup> y Armando Uribe<sup>14</sup>, constituyendo poco a poco un nuevo murmullo. Veremos en poco tiempo qué pasa.

### ¿Política institucional de educación del consumidor?

Dado el creciente poder de los "ciudadanos informados" en la toma de decisiones de consumo, que permiten desarrollar procesos de transformación cultural, resulta interesante observar el caso de la política desarrollada por el gobierno francés para estimular la cantidad de espectadores de películas locales<sup>15</sup>. Para esto se organizaron charlas dadas

This kind of action generates a stronger link between the people who already hold such an opinion, consolidating it and turning it into an idea voiced by the citizens.

A similar case is going on right now with the Chilean newspaper *El Mercurio*. Some months ago, at the context of a project meeting for a house we were building, one of the partners of the project (someone from the shoes industry) proposed, to our surprise and joy, that it was important not to publish the house in the *Vivienda y Decoración* magazine (issued as part of *El Mercurio*). Similar statements have been made recently by filmmaker Raúl Ruiz<sup>13</sup> and writer Armando Uribe<sup>14</sup>, thus slowly creating a new rumor. We will soon see where this one goes.

### Institutional policy of consumer education?

Given the increasing amount of power that "informed citizens" are having through their consume decision making, which allows for cultural transformation processes, it is interesting to look at the policy developed by the French government to bring up the number of spectators for local films<sup>15</sup>. With that goal in mind, a series of talks by French filmmakers

por realizadores cinematográficos en distintos liceos de París; estas charlas produjeron ligazones emocionales entre los estudiantes y los realizadores que explicaron sus motivaciones, intereses y modos de producción. Los jóvenes participantes y su grupo de amigos, a la hora de decidir qué película ver en las salas de cine parisinas, prefirieron aquellas de los realizadores que ellos "conocían". ¿Puede esta idea ser extrapolable al ámbito de la arquitectura? Los jóvenes del caso francés eran posibles consumidores directos de este producto de la industria cultural francesa, y sabemos que en el caso de la arquitectura esta situación no sería posible, por el alto costo que ella implica. Sin embargo, es posible pensar en al menos dos factores que pueden ser asimilables: uno es la importancia de crear productos de un costo tal que permitan acceder, a un grupo mayor de ciudadanos, al goce de la obra arquitectónica. Segundo, la importancia de influir sobre la decisión de grupos civiles, convirtiéndolos en ciudadanos informados sobre ciertos tópicos posibles de consumir. Si estos "compradores" se convierten en consumidores ciudadanos quizá podamos cambiar la faz de nuestras ciudades que, hoy por hoy, se construyen mayoritariamente con una arquitectura de mala calidad por la simple razón que existen personas que compran esa arquitectura.

in several Parisian high schools were organized. These talks produced emotional links between the youth and the filmmakers who visited them in order to explain their motivations, interests and production procedures. The young participants and their group of friends, when deciding which movie they should see, preferred those by filmmakers they personally "knew". Can this strategy be extrapolated to the realm of architecture? The youngsters in question were direct possible consumers of this cultural product, and it is obvious that in the case of architecture such could not be the case, due to the high cost it entails. It is possible, however, to think that at least two aspects of this strategy could be successfully assimilated: one is the importance of creating products of such a cost that they can be accessed by a larger group of citizens. The other is the importance of influencing the decision making process by keeping citizens informed about certain topics. If these "buyers" become consuming citizens, maybe we will be able to change the face of our cities, which are built nowadays mostly in a very low-level architecture, for the simple reason that there are people who buy it. ARQ