

El deseo y la ciudad. L'H on y los límites del lenguaje

Desire and the city. L'H on and the limits of language

Manuela Frudà¹

Universitat de Barcelona
manuela.fruda@gmail.com

Resumen. Este artículo nace a partir del contacto directo con el contexto de l'Hospitalet del Llobregat tras el descubrimiento del proyecto *L'H on*. El proyecto pretende convertirla en una smart city fomentando un modelo de ciudad que no tiene en cuenta la buena vida de sus habitantes, sus identidades, sus deseos, sus afectos, sino que la ciudad sea moderna, que adquiera visibilidad y atraiga inversiones. Por eso, el artículo recoge la experiencia personal en el territorio mientras intenta ir más allá de la investigación teórica sobre el urbanismo con perspectiva de género, proponiendo la idea de una ciudad hembra. Es una mirada enfocada en los deseos no escuchados de los ciudadanos y en los límites y manipulaciones del lenguaje, tan evidentes en el caso de estudio analizado: la propaganda del proyecto *L'H on*. Por ello se han tomado en consideración la web www.lh-on.cat y el dossier online *L'Hospitalet, una ciutat amb molt futur*, ya que el lenguaje en ellos empleado enseña de manera clara los límites de la visión de tal proyecto, así como la techno-estructura en la que ha sido gestado.

Palabras clave. deseo; ciudadano; lenguaje; smart cities; bienestar.

Abstract. This article was born out of direct contact with L'Hospitalet del Llobregat, after discovering the *L'H on* project, which aims to turn it into a smart city, encouraging a city model which does not consider the good life of its citizens, their identities, their wishes, or their affections, but focuses only on making a modern city, visible and attractive to investment. The article collects personal experience in the territory and tries to go beyond theoretical research on city planning from a gender perspective, suggesting the idea of a female city. It provides a glance at the unheeded desires of its citizens, but also on the limits and manipulations of language, all of which becomes clear in the case study under review, the literature on the *L'H on* Project. The www.lh-on.cat website and online dossier *L'Hospitalet, una ciutat amb molt futur* were used for this, since the language employed clearly shows the limited vision of this project as well as the techno structure in which it was created.

Keywords. Desire; citizen; language; smart cities; well-being.

Que sea la ciudad de las personas, no de los hombres o mujeres, de manera individual. Que sea la ciudad corresponsable. Ana Sancho (2012).

Antes, siempre que oía hablar de urbanismo con perspectiva de género, desde el más completo desconocimiento me venía a la cabeza la imagen de una ciudad pensada, dibujada, construida y destinada *solo* a las mujeres. Debido al adoctrinamiento, los tópicos y las infraestructuras mentales con las que he crecido, el hecho de añadir las palabras género o feminista al concepto de ciudad reducía por defecto mi mirada a la idea de una ciudad hecha solo *por* y *para* mujeres, y excluyente de todos los demás².

Al contrario, no me cuestionaba si la ciudad estaba hecha y pensada solo por y para los hombres. Por ejemplo, hace unos días, al decirle a una compañera que soy feminista, me replicaba tajante que ella no es para el feminismo sino para la igualdad³. Así que me pregunto qué límites y prejuicios existen en nuestra sociedad si feminismo sugiere por

¹ Con la colaboración de Carlota Gelonch Nicolau (Universitat Autònoma de Barcelona).

² "El desafío es construir un espacio sin género ni orden patriarcal, por lo tanto, sin jerarquías, un espacio para visibilizar las diferencias, un espacio de todos y todas en igualdad de valoración de miradas, saberes y experiencias" (Zaida Muxi, 2014).

³ Sobre feminismo frente a igualdad. véase Charlotte Rachael Proudman (2015).

defecto extremismo y cierta idea de exclusión⁴. Aunque con el tiempo haya descubierto que esto no es cierto, sigue extrañándome la necesidad de implicar la perspectiva de género porque me parece redundante: ¿por qué es necesario mencionar el 'feminismo' cuando se habla de la ciudad?, ¿por qué hay que *decir* que este organismo debe desarrollarse teniendo en cuenta la perspectiva de género?, ¿no debería una ciudad ser inclusiva ya de por sí, es decir, pensada para todos/todas?

Me pregunto entonces si no deberíamos ir más allá de implicar una perspectiva, si no deberíamos enfocar en los deseos de todas las personas y llamar directamente a la ciudad 'hembra'. En las mujeres "*tradicionalmente han recaído [...] las responsabilidades afectivas y los trabajos cotidianos*" (María José Lasaosa, 2000); por lo tanto, la ciudad hembra sería una ciudad pensada, dibujada y plasmada para que *todos* estén incluidos, ya que la mirada femenina (y, por extensión, el cuerpo) tiene implícita la tendencia a incluir, a contener y abrazar, a escuchar deseos y atender necesidades.

Necesidad y deseo son justamente dos importantes parámetros urbanos (María José Lasaosa, 2000); sin embargo, quien planifica y gobierna las ciudades a menudo olvida o no quiere atender las necesidades y los deseos de sus habitantes. ¿Por qué no dan respuesta a sus múltiples condiciones físicas, mentales, sociales y económicas? Si el diseño de las ciudades determina nuestra calidad de vida⁵, ¿por qué el modelo urbanista hegemónico ha dividido el tejido urbano en usos y funciones, provocando guetos y barreras, segregación, desigualdades y conflictos, negando oportunidades, dando lugar a largos y continuos desplazamientos que dejan poco tiempo libre para cuidarse y cuidar y, en definitiva, generando dificultades para desarrollar relaciones sociales de calidad, para llevar a cabo una vida cotidiana sana, cómoda, segura, llena y agradable⁶?

La respuesta es que quienes las han proyectado han olvidado que en esos espacios viven personas que, al no responder a un patrón único, tienen necesidades y deseos diferentes, han olvidado que somos todos diferentes, todos 'diversamente abili'⁷. El desarrollo y el crecimiento de las ciudades reflejan los intereses de una élite blanca, de clase alta, en perfectas condiciones físicas, que se desplaza en coche, que tiene sus necesidades cubiertas y cuenta con muchos recursos, pero que poco tiene que ver con la mayoría de la población. Así es como se crea una ciudad que no acoge, que no incluye, que no escucha, que no deja desear, sino que ignora, marginaliza, cohibe, capta y violenta. Asimismo, estamos en frente de un uso fast food de la ciudad: una ciudad consumida rápidamente, *usada*, sin cariño, sin reflexión, sin observación ni exploración, vista de prisa desde el interior de un coche, mientras el semáforo está en rojo.

⁴ "Lo que conocemos como femenino en el patriarcado, no sería lo que las mujeres son o han sido [...], sino lo que los hombres [...] han construido para ellas, han dicho que ellas" (María Milagros Rivera-Garreta, 2003, citado en Zaida Muxi, 2006).

⁵ "En 1950 una tercera parte de la población mundial vivía en ciudades. Sólo 50 años después, esta cifra aumentó a la mitad y continuará aumentando hasta los dos tercios, esto es, unos 6.000 millones de personas en 2050. En las ciudades reside ahora la mitad de la humanidad" (Ana Sancho, 2012).

⁶ "Urban design has never unpacked the requirements specifically of women [...] [they] use public space as transit from one private space to another" (Williams, 2014).

⁷ En italiano, esta expresión se refiere a las personas minusválidas, pero me he tomado la libertad de usarla en un contexto muy distinto y manipularla a mi antojo, ya que la considero adaptada al contexto descrito arriba.



“Actualmente [...] en casi todas las grandes ciudades, el espacio público ha pasado de ser el lugar de encuentro y socialización a transformarse en uno de simple tránsito entre uno y otro punto de la ciudad” (Jaime Iregui, 2006, p. 83)

Cómo llegamos a l’Espai Salamina

To be able to be in the city, in the way you want to be, shows in a really clear way what your chances in society are. (Megan Williams)⁸

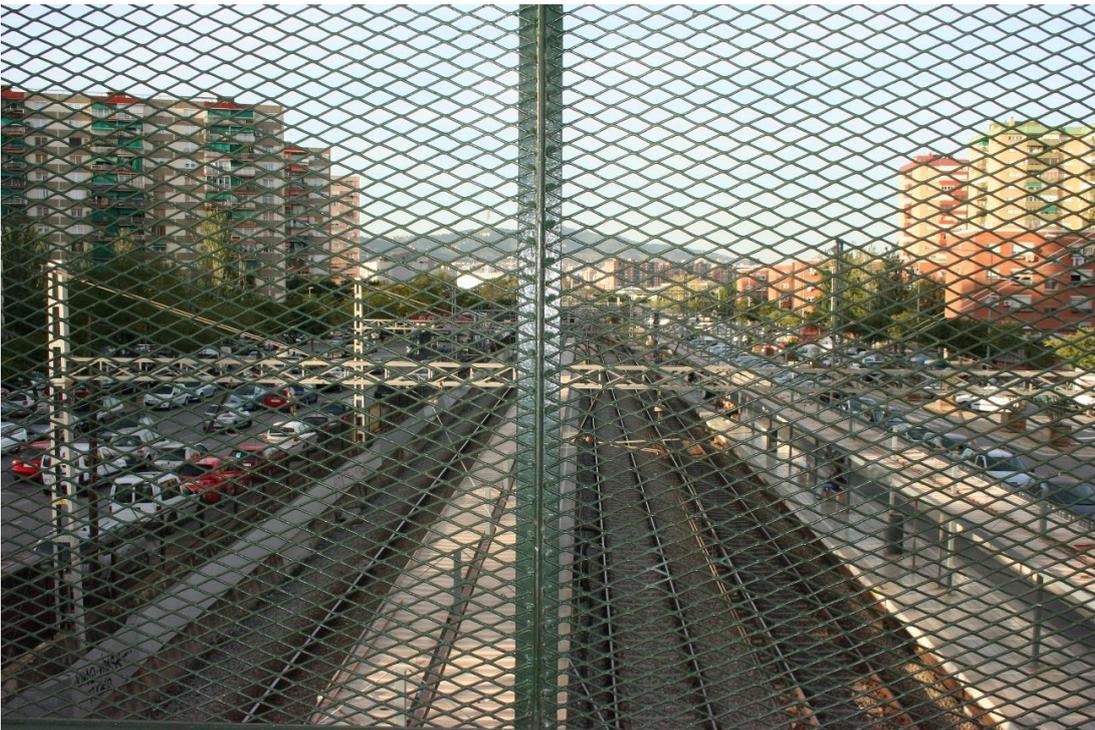
Desde esta premisa teórica llegamos a un ejemplo concreto que se ciñe al contexto que venimos investigando desde hace meses, L’Hospitalet de Llobregat. El pasado invierno acudíamos a un encuentro para discutir sobre políticas culturales y el proyecto del polémico distrito cultural *L’H on*. El encuentro tenía lugar en el *Espacio Salamina*, pero encontrar el camino fue una verdadera odisea: en tanto entramado de calles, carreteras y túneles, ni google maps ni el gps eran capaces de orientarnos, faltaba señalización, y ni siquiera los autóctonos lo tenían claro. Llegamos a preguntarnos si de verdad existía ese lugar. Finalmente lo encontramos, pero no antes de haber cruzado un paso elevado a oscuras, un paso subterráneo digno de *Irreversible*⁹ y varias escaleras. En definitiva, un camino incierto, sin lógica, mal iluminado, peligroso, incómodo, totalmente esquizofrénico, que no puede ser transitado de manera fácil y segura por padres con cochecitos, niños, mujeres, abuelos y no residentes.

⁸ <http://www.cbc.ca/news/how-city-planners-could-help-women-feel-safer-1.2790046>

⁹ Película francesa dirigida por Gaspar Noé en 2002, y producida por Nord-Ouest Productions, Eskwad, 120 Films, Les Cinemas de la zone y Studiocanal.



El paso elevado que conduce al Espacio Salamina



Las vías del tren literalmente separan el barrio en dos partes

Fue en aquel momento que entendimos por qué nos habíamos perdido: porque este área ha sido construida de espaldas a sus habitantes, a quienes la viven, la caminan, a quienes llevan un carrito, a quienes no disponen de un mapa o de un smartphone, a quienes tienen movilidad reducida, a quienes no la conocen. Y es que la ciudad está absolutamente partida, troceada, desgarrada. Aquella tarde, delante de tantos parches que pretenden juntar zonas ilógicamente separadas, hemos experimentado con y en nuestros cuerpos la verdadera fragmentación, hemos percibido y entendido qué es una herida urbana. Y nos hemos acordado de haber experimentado la misma sensación cruzando el puente de la estación Renfe de Bellvitge, donde las vías de los trenes literalmente separan el barrio en dos partes, una frontera que fractura e interrumpe la comunicación y la comunión fluida entre quien está por aquí y quien está por ahí. Las líneas del tren laceran el tejido urbano causando disgregación social y un día a día duro para sus habitantes.

Las preguntas necesarias que surgieron ahí fueron: ¿son los gestores conscientes de estas heridas?, ¿qué bienestar pretenden ofrecer a sus ciudadanos/votantes? Y, ya que estamos, ¿qué significa bienestar para ellos?, ¿acaso es el mismo concepto que tienen en la cabeza las personas a pie de calle, las que cruzan la ciudad para ir al mercado, para acompañar a sus niños al colegio, las que la habitan sin más? Nos preguntamos esto porque sabemos que el lenguaje nunca es neutral, inocuo o inocente, sino que está perfectamente situado en la sociedad, reflejando su estructura social, cultural, económica, su historia, su pasado, su presente y sus anhelos de futuro.

“El hecho de comunicar es sólo una de las funciones de la lengua [...] en verdad, la más importante de ellas es nombrar las cosas que vemos según las vemos. La función de nombrar está insertada en la cultura a la que pertenecemos, [...] con el idioma, nombramos la realidad y [...] le damos sentido [...] al tiempo que manifestamos el sentido que previamente, socialmente, se le dio” (Carlos Lenkersdorf, 1998, citado en Camila Joselevich, 2009).

Naturalmente, el lenguaje oficial refleja lo que es hegemónico, lo que está reconocido y compartido de manera más o menos evidente, todos aquellos discursos y referencias en las que más o menos todos deben y están de acuerdo. Los vencedores, los ricos, los poderosos son los que han dictado y definido el qué, el cómo y el dónde del mundo, la perspectiva desde donde mirar los lugares¹⁰. De la misma manera, al tener el poder de decidir cómo hay que nombrar las cosas y qué cosas hay que nombrar, desde qué perspectiva nombrarlas, son los que han definido el lenguaje, el vocabulario que usamos. En la tecnoestructura en la que vivimos, el lenguaje está situado, y también las mujeres lo están: “cada mujer aprende desde la infancia cuáles son los lugares y los tiempos en que no puede hacer uso de la ciudad” (Isabel Velázquez, 2000, p.20).

“Ciudades diseñadas para mantener en el hogar a las mujeres las constriñen física, social y económicamente” (Dolores Hayden, 1981, citada en Zaida Muxi, 2006).

¹⁰ “Desde una perspectiva geopolítica no etnocéntrica, cada lugar tiene su propio Occidente, y cada lugar es un Occidente desde otro lugar [...] si el continente europeo se asignó esa posición es porque su dominación moderna del planeta le dio poder cartográfico” (Néstor García Canclini, 2010, p. 82).

El caso: la campaña de L'H on

Los límites de mi lenguaje significan los límites de mi mundo
Ludwig Wittgenstein (1922, p. 116)

Para llevar las reflexiones anteriores a un terreno concreto, y dándose la casualidad de estar investigando sobre *L'H on*¹¹, se nos ocurrió analizar el lenguaje usado por la propaganda de este proyecto, que condensa en sí muchas de las cuestiones y problemáticas apuntadas a lo largo de este artículo. Queríamos entender de qué manera los discursos oficiales usan conceptos como ciudad, ciudadanía, derechos, bienestar, mejorar, servicios, participación, y la ambigüedad de los mismos. Empezando a explorar el dossier *L'Hospitalet, una ciutat amb molt futur*¹², nos percatamos de que el ayuntamiento plantea la así llamada 'tercera' transformación de L'Hospitalet del Llobregat como algo no sólo querido y apoyado por toda la ciudadanía, sino también planificado, discutido y evaluado a través de un proceso colectivo, posible gracias a la participación y el deseo de todos y todas las ciudadanas.

“No ha estat una estratègia feta des de dalt o per un grup d'experts. És una estratègia feta mitjançant la participació activa dels ciutadans i de les ciutadanes”¹³.

Tras el urbanismo de la recuperación de los años ochenta, y el urbanismo estratégico de los años noventa, ha llegado la hora de la tercera transformación, que es la que llevará la ciudad al progreso económico y cultural necesario para consolidar el estado del bienestar. Para aclarar la ecuación 'progreso económico y cultural = estado del bienestar', se mencionan unos retos indiscutibles, universales e inevitables para el siglo XXI: favorecer la digitalización y la innovación tecnológica, así como la productividad, que viene siendo el reto desde la Revolución Industrial. La suma de todo esto beneficiará en términos de retorno social al estado del bienestar. Es decir, la economía de mercado, ahora con el sello cultural, digital y de innovación tecnológica, y siempre con el sello de la productividad, se colocan en el centro absoluto de esta transformación, convirtiéndose, una vez más, en el objetivo prioritario, el cumplimiento del cual promete un mayor bienestar, entendido como la 'acumulación de las cosas' ya mencionada. Pero, ¿qué ocurre cuando ponemos en el centro de nuestras vidas la economía de mercado capitalista? O, mejor dicho, ¿qué tipo de estado de bienestar genera el hecho de tener la productividad como objetivo vital del sistema?, ¿qué tipo de ciudadanos y ciudadanas quieren poner en el centro de sus vidas al mercado?, ¿existen otras opciones?

El discurso oficial del dossier afirma que la cultura debe entrar en el mercado, que debe tener un papel en la nueva economía bajo la forma de industrias creativas, pero ¿quiénes son los sujetos legitimados?, ¿y qué ciudadanos¹⁴ han participado en esta transformación? Para analizar este punto nos centraremos, como ya dicho, en el lenguaje, pero también en la campaña visual del susodicho dossier.

¹¹ Consúltese la web <http://www.lh-on.cat/>

¹² Consúltese el pdf online en <http://www.lh-on.cat/pdfs/LHON-2013-CAT.pdf>

¹³ <http://www.lh-on.cat/pdfs/LHON-2013-httpCAT.pdf> p.8

¹⁴ Según el Instituto Nacional de Estadística de España se trata de no más de 10.000 personas sobre una población que en 2014 contaba con un total de 257.055 habitantes.



Una calle de l'Hospitalet

En el apartado *Formulació de l'estratègia: Projectes i proposicions*, después de hablar de la centralidad de la ciudad en el área metropolitana, de su renovada relación con Barcelona y del uso compartido de la Marca Barcelona, dentro de un apartado dedicado a la digitalización de la ciudad bajo la nueva filosofía de las smart cities, se menciona finalmente a la ciudadanía de l'Hospitalet, esta ciudadanía que deberá ser responsable y comprometida con la ciudad. A nivel estratégico (el único contemplado), se deberá construir una identidad común, fuerte, moderna y atractiva, en sintonía con la nueva relación con la vecina Barcelona. Y a partir de aquí se empieza a apelar a sentimientos y emociones: se quiere a unos ciudadanos con una autoestima renovada, dando por hecho que estaban hasta ahora deprimidos. Por otro lado, también se expresa la necesidad de que esta nueva identidad común incorpore las nuevas realidades demográficas, culturales y económicas.

Para ver cómo se contradice o refuerza el discurso de las imágenes con el discurso de las palabras vamos a observar las caras de los nuevos ciudadanos junto al texto *Aixequem el cap. Tenim molt futur. L'Hospitalet i tu*¹⁵. Nueve personajes miran, sonriendo, hacia arriba, hacia lejos: todos en la misma posición, todos entre 30 y 50 años, representados de los hombros hacia arriba, todos blancos, europeos y de clase media, la mayoría hombres (seis de nueve). En primer lugar, la frase *Aixequem el cap* es ya en sí una imposición, pues no deja lugar a otras posiciones corporales: solo se contempla la mirada hacia arriba, en plena actitud positivista. En segundo lugar, el hecho de exigir (el imperativo de *aixequem*) una

¹⁵ <http://www.lh-on.cat/#sabies-que-01>

mirada hacia arriba crea un eje vertical a la vez que hace que los personajes no puedan mirarse (¿a quién o qué miran?) ni hablarse, y tampoco participar en los cambios propuestos en su ciudad: falta empatía, contacto y comunicación. Están ubicados en un lugar abstracto, sobre un fondo blanco, y además se les niega el cuerpo, cosa que les convierte en imágenes estáticas, hieráticas y universales, congelados en sus sonrisas.



Sabies que ...? la campaña gráfica de comunicación de *L'H on*. Fuente: <http://www.lh-on.cat/#sabies-que-01>

Esta imagen complementa perfectamente el texto del que hablábamos antes en cuanto a la estrategia que la ciudad pretende seguir respecto a la identidad de su ciudadanía: uniformes, homogéneos, sin diferencias, ni cuerpo ni vulnerabilidades, icónicos y atractivos, de buena salud y felices. Este es el modelo de ciudadanía esperado: masculino en su mayoría, blanco y europeo¹⁶, de clase media, en plena edad adulta y productiva (para trabajar). Y es un modelo que se contradice con el manifiesto de intenciones, en donde se proclamaba que la nueva identidad ciudadana tendría en cuenta las nuevas demografías/culturas/economías.

Si vamos a analizar la web, el registro no cambia. Por empezar, siempre se repite el verbo deber¹⁷: no se plantean opciones o posibilidades, cuanto deberes y obligaciones. Asimismo, se habla a menudo de aprovechar, apelando otra vez a la idea de beneficio. Por ejemplo, se

¹⁶ En una ciudad donde el 27,10% de la población no es española.

¹⁷ Por ejemplo, en el apartado *Fer del Cente d'art Tecla Sala un referent cultural dins de les arts visuals*, disponible en <http://www.lh-on.cat/#arts-formacio-professional>

explica que la oferta formativa debe responder a la demanda de las empresas, dejando claro que el modelo a la base de este proyecto es neoliberal, neocapitalista, posfordista, patriarcal, pero, además, dejando evidente una voluntad casi desesperada, espasmódica, de transformar la ciudad en algo diferente, de imponer modelos foráneos exitosos, a la vez que se transmite la idea de la misión, la vocación del cambio, cueste lo que cueste. Otra imagen elocuente es la que acompaña el apartado *Consell de Ciutat* (Consejo de Ciudad): de más de cien miembros, solo pueden contarse veintiocho mujeres; así como en *D'On venim?* (*¿De dónde venimos?*) se habla de ciudadanos expertos y varones, apelando, por un lado, a la expertez como elemento positivo, y, por el otro, mencionando solo a hombres expertos. Más adelante¹⁸ se apelará a la potencia, la fuerza, es decir, a atributos tradicionalmente viriles. Giramos página y llegamos a la sección *A on anem?* (*¿A dónde vamos?*), donde leemos que tras las “exitosas” transformaciones urbanísticas sería “necesaria” (*¿por qué y para quién?*) una transformación cultural y económica (referencia a las industrias culturales), un modelo que apueste para el progreso y la cohesión social, sin decirnos sin embargo cómo se llevará a cabo. Y eso se justifica en la página siguiente, donde se explica que la susodicha tercera transformación mejorará la ocupación, la cultura, la educación y el bienestar de los ciudadanos/as. Como ya nos preguntamos antes: ¿a qué tipo de bienestar se refieren?

Seguimos y vemos cómo en otra sección¹⁹ se habla de facilitar la vida a las empresas pero no a la gente. Desde luego, la prioridad es ser parte de Barcelona, beneficiarse de una marca consolidada, así que, cuando se habla de la singularidad de L'Hospitalet, solo se entiende en el marco de una sinergia que incluye las dos ciudades. Para reforzar este argumento, se propone incluir a ciertas zonas de L'Hospitalet en las rutas turísticas. Sin embargo, los supuestos iconos de la ciudad se ubican, según el ayuntamiento, en la zona de la Fira, en la plaza de Europa, etc., es decir, en lugares que en realidad no significan nada para la ciudadanía de l'Hospitalet, y que son más bien percibidos como intrusos que conforman una memoria ficticia y postiza, construida a posteriori en pro del marketing: “la capacidad turística de una ciudad es inversamente proporcional a la pérdida de lugares simbólicos para su ciudadanía”²⁰.

Y en la misma línea, en el apartado *Més enllà d'una smart city, aspirem ser una smart SOCIAL city*²¹ (Más allá de una *smart city*, aspiramos a ser una *smart SOCIAL city*) se proponen varios modelos de ciudad, distintas ciudades-marca que vienen a ser distintas opciones de negocio, todas inspiradas en el referente/mentor Barcelona: la ciudad creativa, promotora, emprendedora, relacional. Y en la misma sección, resulta demasiado general y positivista afirmar que se fomentará una *smart social city* que utilice los progresos en favor de la calidad de vida y el bienestar de las personas: habría que explicar cómo puede y

¹⁸ Por ejemplo, en el apartado *El clúster biomèdic de Bellvitge, un hub sanitari d'excel·lència per a L'H*, disponible en <http://www.lh-on.cat/#cluster-biomedicina-lhon>

¹⁹ *Creació d'una agència de desenvolupament econòmic a la ciutat*, disponible en <http://www.lh-on.cat/#agencia-desenvolupament-economic-lhon>

²⁰ *Cómo gentrificar una plaza en 10 pasos*, disponible en <https://cantarranasay.files.wordpress.com/2014/04/fanzine-gentrificac3b3n.pdf>

²¹ Disponible en <http://www.lh-on.cat/#smart-city-lhon>

pretende hacerlo, habría que definir, otra vez, de qué bienestar y de qué calidad de vida hablamos.

En *Deshacer el género*, Judith Butler se preguntaba qué es la buena vida²², un concepto que se confunde fácilmente con el de bienestar. Según la propaganda recién analizada, bienestar tiene más a ver con los útiles, las oportunidades de negocio, el progreso, que con la felicidad de las personas²³. En nuestra sociedad, occidente-céntrica, pro-capitalista, neoliberal, bienestar es exactamente lo que afirma el diccionario de la RAE: “el conjunto de las cosas necesarias para vivir bien”, una “vida holgada o abastecida de cuanto conduce a pasarlo bien y con tranquilidad”. Aquí, conjunto sugiere peligrosamente la idea de amasar, coleccionar. Acumular, en tanto y en cuanto cosas, remite a objetos tangibles, que se pueden cuantificar, pues, comprar y poseer, y una vida abastecida también reconduce a la idea de provisión: otra vez comprar y poseer. En ningún momento la definición de la RAE traduce bienestar en términos de ‘estar bien’, así como en ningún momento la propaganda de *L'H on* apela a la buena vida, auspiciando una vida llena, completa, feliz, para sus ciudadanos y ciudadanas: “el ser humano es el elemento central del desarrollo sostenible, que incluye la vivienda adecuada para todos y unos asentamientos humanos sostenibles, y tiene derecho a llevar una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza” (Ana Sancho, 2012).

Parece ser que en la renovada L'H no habrá sitio para los deseos, la reproductividad, los afectos, los cuidados, la memoria. Será ‘smart’, pero muy lista no es.

Bibliografía

- Butler, Judith (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós.
- García Canclini, Néstor (2010). *La sociedad sin relato*. Buenos Aires: Katz.
- Hayden, Dolores (1981). What would a non sexist city be like? *Speculations on housing, urban design and human work*. *Signs*, 5(3), 170-187.
- Iregui, Jaime. (2007). Los espacios del espacio público. *Zehar: Revista de Arteleku-ko Aldizkaria*, 62, 82-87. Disponible en http://blogs.arteleku.net/zehar/wp-content/uploads/2008/01/iregui_espindd.pdf
- Joselevich, Camila (2009). “Bienestar” vs. “buen vivir”: ¿crecimiento y bienestar en favor de quién? *Democracia y territorio*, disponible en <http://bit.ly/19cIMZn>
- Lasaosa, María José (2000). La ciudad: un espacio para los afectos y la memoria. *Zehar: Revista de Arteleku-ko Aldizkaria*, 43, 8-11.
- Lenkersdorf, Carlos (1998). *Cosmovisiones*. México, D.F.: CEIICH-UNAM.

²² “¿Cómo se ha concebido la buena vida de forma que las vidas de las mujeres no hayan sido incluidas en su conceptualización? ¿Qué sería la buena vida para las mujeres?” (Judith Butler, 2006, p. 290).

²³ “Acumular riqueza y bienes, discursivamente, es la condición de posibilidad de la «estabilidad»; salir de vacaciones se ha vuelto sinónimo de «bienestar» (y no hacerlo será sinónimo de «estrés»); adquirir nuevos aparatos electrónicos –del tipo que fuera– se ha vuelto imprescindible para cada vez más sectores sociales, algo sin lo cual la vida sería invivable” (Camila Joselevich, 2009).

- Muxi, Zaida (2006). Ciudad Próxima. Urbanismo sin género. *Café de las Ciudades*, 5, 49. Disponible en: http://www.cafedelasciudades.com.ar/politica_49_1.htm
- Muxi, Zaida (2014). El urbanismo sin género. Disponible en <https://masquecondicionados.wordpress.com/2014/10/21/zaida-muxi-el-urbanismo-sin-genero-3/>
- Proudman, Charlotte Rachael (2015). Why I want feminism and not equality (and why they are not the same thing). *Left Foot Forward*. Disponible en <http://leftfootforward.org/2015/02/why-i-want-feminism-and-not-equality-and-why-they-are-not-the-same-thing/>
- Rivera-Garreta, María Milagros (2003). *Nombrar el mundo en femenino. Pensamiento de mujeres y teoría feminista*. Barcelona: Icaria.
- Sancho, Ana (2012). Ciudad y perspectiva de género a raíz de Hábitat II. Disponible en <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ciudad/3840270.html>
- Velázquez, Isabel (2000). El tiempo de las cerezas. *Zehar: Revista de Arteleku-ko Aldizkaria*, 43, 20-25.
- Williams, Megan (2014). How city planners could help women feel safer. *CBC News*, 7 octubre 2014. Disponible en <http://www.cbc.ca/m/touch/news/story/1.2790046>
- Wittgenstein, Ludwig (1922). *Tractatus logico-philosophicus*, Disponible en http://www.ub.edu/procol/sites/default/files/Wittgenstein_Tractatus_logico_philosophicus.pdf

Historia editorial

Recibido: 31/08/2015

Primera revisión: 8/09/2015

Publicado: 4/11/2015

Formato de citación

Frudà, Manuela (2015). El deseo y la ciudad. *L'H on y los límites del lenguaje. URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 5(2), 281-291. <http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/fruda>



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros hacer cualquier uso permitido por la licencia.

