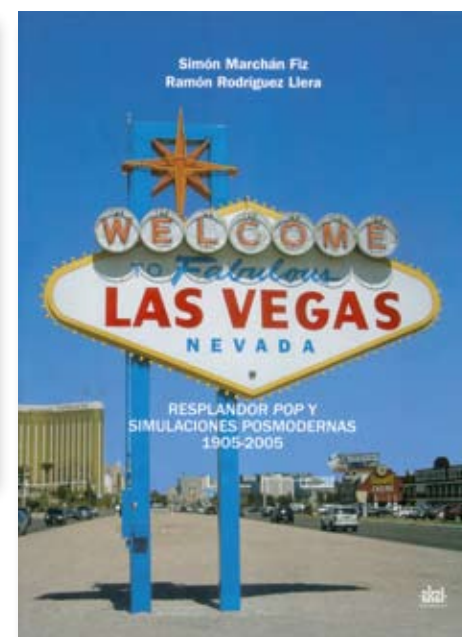
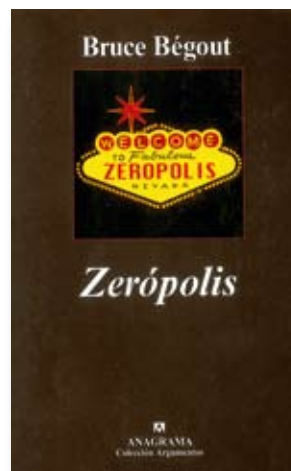


lectures

secció a càrrec de **Carles Martí Arís** i **Joan Llecha**

Enseñanzas de Las Vegas

Josep Crosas



Ensenyaments de Las Vegas

Dos libros sobre Las Vegas relativamente recientes, tot i que amb enfocaments contraposats, coincideixen en tema i propòsit a l'hora de cercar alguna mena d'exemplaritat o dimensió instructiva a la ciutat dels casinos, ahora que amb això al·ludeixen de manera directa o indirecta al famós assaig de R. Venturi, la seva dona D. Scott Brown i S. Izenour, *Learning from Las Vegas* (1972), una referència ja clàssica a l'hora de ressenyar el gir postmodern en l'arquitectura i l'urbanisme contemporanis.

Un d'aquests llibres és *Las Vegas: resplandor pop y simulaciones posmodernas (1905-2005)* (Madrid: Akal, 2006), l'autor principal del qual, Simón Marchán Fiz, que comparteix l'autoria del volum amb Ramón Rodríguez Llera, relata la història d'aquesta ciutat —des del primer assentament al desert de Nevada, no gaire lluny del gran canyó del Colorado i de la vall de la Mort, fins a la seva conversió en la capital mundial del joc—, tot centrant-se en la seva evolució arquitectònica.

Va ser l'explosió d'aquesta ciutat els anys cinquanta i seixanta el que inspirà el text de Robert Venturi, un llibre que formula una explícita proposta antiarquitectònica a partir del reconeixement del protagonisme visual dels neons i els grans anuncis lluminosos. Las Vegas esdevé, per als Venturi, un contra-model dels "avorrits" somnis de paper dels arquitectes clau de la primera meitat del segle ("less is a bore"), una invitació a rebutjar el "purisme i l'exclusivisme formal" dels mestres moderns i a acceptar la "vulgaritat" del nostre entorn. Aprendre dels anuncis dels casinos i els edificis comercials, de la seva vocació persuasiva, de reclam. Tot un discurs pop-art que va precedir el moviment postmodern en arquitectura i urbanisme.

No hem de recordar sinó els temes centrals del llibre de Robert Venturi: acceptació dels valors i dels mètodes comercials, del llenguatge i de les estratègies publicitàries, rebuig de l'espacialitat arquitectònica a favor del simbolisme..., temes que queden resumits en alguns dels seus títols: "L'arquitectura com a símbol", "L'arquitectura de la persuasió", "L'arquitectura del que és lleig i de l'ordinari". I, sobretot, reconeixement de la importància dels anuncis a la ciutat capitalista, que queda sintetitzada en l'afirmació següent: "El rètol és més important que

Teachings from Las Vegas

Two relatively recent books on Las Vegas, although with opposing focuses, coincide in terms of theme and purpose by seeking some kind of exemplarity or instructive dimension in the city of casinos, while simultaneously alluding directly or indirectly to the famous essay by R. Venturi, his wife D. Scott Brown and S. Izenour, *Learning from Las Vegas* (1972), a now classic reference when it comes to reviewing the post-modern turnaround in contemporary architecture and urban planning.

One of these books is *Las Vegas: resplandor pop y simulaciones posmodernas (1905-2005)* (Madrid: Akal, 2006), whose main author, Simón Marchán Fiz, who shares authorship of the volume with Ramón Rodríguez Llera, tells the history of this city — from the first settlement in the Nevada desert, not far from the Grand Canyon of Colorado and Death Valley, to its conversion into the worldwide gaming capital — focusing on its architectural evolution.

It was the explosion of this city in the 1950s and 1960s that inspired Robert Venturi's text, in a book that formulates an explicit anti-architectural proposal based on the recognition of the visual protagonism of the neon lights and the great illuminated signs. For the Venturis, Las Vegas becomes a counter-model of the "boring" paper dreams of the key architects of the first half of the twentieth century ("less is a bore"), inviting the rejection of the "purism and formal exclusivism" of the modern masters and the acceptance of the "vulgarity" of our surroundings. Learning from the advertisements of the casinos and commercial buildings, from their persuasive vocation, as a lure. An entire pop-art discourse that preceded the post-modern movement in architecture and urban planning.

It is only necessary to remember the central themes of Robert Venturi's book: acceptance of commercial values and methods, of advertising language and strategies, rejection of architectural spatiality in favour of symbolism, etc., issues that are summarised in some of his titles: "Architecture as symbol", "The architecture of persuasion", "Ugly and ordinary architecture". And, above all, recognition of the importance of the adverts in the capitalist city, which is synthesised in the following

Dos libros relativamente recientes sobre Las Vegas, aunque con enfoques contrapuestos, coinciden en tema y propósito al buscar algún tipo de ejemplaridad o dimensión instructiva en la ciudad de los casinos, a la vez que con ello aluden directa o indirectamente al célebre ensayo de R. Venturi, su esposa D. Scott Brown y S. Izenour, *Aprendiendo de Las Vegas* (1972), referencia ya clásica a la hora de reseñar el giro posmoderno en la arquitectura y el urbanismo contemporáneos.

Uno de estos libros es *Las Vegas: resplandor pop y simulaciones posmodernas (1905-2005)* (Madrid: Akal, 2006), cuyo autor principal, Simón Marchán Fiz, que comparte la autoría del volumen con Ramón Rodríguez Llera, relata la historia de dicha ciudad —desde el primer asentamiento en el desierto de Nevada, no muy lejos del gran cañón del Colorado y del valle de la Muerte, hasta su conversión en la capital mundial del juego—, centrándose en su evolución arquitectónica.

Fue la explosión de esta ciudad en los años cincuenta y sesenta la que inspiró el texto de Robert Venturi, un libro que formula una explícita propuesta antiarquitectónica a partir del reconocimiento del protagonismo visual de los neones y los grandes anuncios luminosos. Las Vegas se convierte, para los Venturi, en contramodelo de los "aburridos" sueños de papel de los arquitectos clave de la primera mitad de siglo ("less is a bore"), invitando al rechazo del "purismo y exclusivismo formal" de los maestros modernos y a la aceptación de la "vulgaridad" de nuestro entorno. Aprender de los anuncios de los casinos y edificios comerciales, de su vocación persuasiva, de reclamo. Todo un discurso pop-art que precedió al movimiento posmoderno en arquitectura y urbanismo.

No hay más que recordar los temas centrales del libro de Robert Venturi: aceptación de los valores y métodos comerciales, del lenguaje y las estrategias publicitarias, rechazo de la espacialidad arquitectónica a favor del simbolismo..., temas que quedan resumidos en algunos de sus títulos: "La arquitectura como símbolo", "La arquitectura de la persuasión", "La arquitectura de lo feo y de lo ordinario". Y, sobre todo, reconocimiento de la importancia de los anuncios en la ciudad capitalista, que se sintetiza en la siguiente afirmación: "El rótulo es más importante

l'arquitectura". Una claudicació flagrant que té diverses traduccions efectives: o el rètol, estrident, és un element aïllat en competència amb l'arquitectura, o bé s'encasta en el mateix edifici tot convertint-lo en un mer suport publicitari, si és que no esdevé tot ell un anunci. Sobretot és l'abundància dels rètols el que acaba eclipsant qualsevol element arquitectònic en la selva comercial de l'Strip.

Trenta anys després del llibre dels Venturi, Las Vegas ha experimentat un creixement vigorós. Ho sabem pels innombrables fullets turístics i les pel·lícules, però també gràcies a l'exhaustiu estudi del catedràtic d'estètica de Madrid, Simón Marchán, especialista de les avantguardes i ara estudis aplicats del fenomen de Las Vegas, que sembla que s'ha pres molt seriosament el lema de Venturi.

En tot cas, val la pena comprovar, tal com queda reflectit en aquest llibre, l'evolució de la ciutat dels casinos des dels neons dels anys cinquanta fins a l'actual cultura del parc temàtic i els simulacres arquitectònics. Molts dels anuncis admirats per Venturi (i que continuen fascinant sincerament Marchán Fiz) han desaparegut o han estat substituïts per altres. Alguns, però, s'han reproduït de nou, d'acord amb el model antic, participant així del gran espectacle de la còpia en què s'ha convertit Las Vegas.

Ara, a més dels neons, el protagonisme absolut el tenen els nous edificis que hi prevalen, fonamentalment recreacions kitsch i imitacions hiperrealistes i grotesques de construccions antigues: còpies, reduïdes o no, de monuments egipcis; d'edificis i escultures romans; de palaus, ponts i canals venecians; de la torre Eiffel i l'Òpera de París; de l'estàtua de la Llibertat i els gratacels clàssics de Nova York... El que s'hi ha erigit és una col·lecció inaudita de rèpliques i simulacres que busquen atorgar identitat a aquesta mena de "no llocs" que són els mastodòntics complexos turístics de Las Vegas. A banda de la reproducció de llocs emblemàtics d'altres èpoques i parts del món, amb la construcció d'un decorat explícit que evoca Egipte, Roma, Venècia, París, Manhattan (i que es completa amb personal disfressat, amb diàlegs prefixats...), aquests grans *resorts* recreen també llocs de faula i fantasia, com també entorns naturals deliberadament ficticis, amb falses cascades i llacs artificials, jardins exòtics i oasis simulats.

Amb la seva proliferació delirant d'atraccions i simulacres, més enllà del casino ininterromput i el gran centre comercial obert 24 hores al dia —controlat durant dècades per la màfia i ara per les grans corporacions—, Las Vegas respon pel que sembla al prototipus de paradís turístic de masses, d'acord amb la identificació creixent entre oci, consum i espectacle. També constitueix una condensació exemplar d'un tipus d'arquitectura-espectacle, un pur disbarat, que sembla que triomfa a qualsevol part del món. (¿No ha estat Venturi també un dels arquitectes de Disney?)

Són força diferents el to i les conclusions del breu assaig del professor de filosofia francès Bruce Bégout, titulat *Zerópolis* i publicat per Anagrama (Barcelona, 2007). Si, per a Venturi, Las Vegas era la ciutat dels neons i els anuncis lluminosos i, d'acord amb la descripció que en fa Marchán, avui tota ella és un parc d'atraccions, per a l'autor francès aquesta ciutat apareix finalment com l'encarnació del no-res. D'aquí el títol amb què s'identifica polèmicament el fenomen de Las Vegas, un recurs deliberadament irònic amb el qual es pretén, a més, ridiculitzar els reiterats intents d'urbanistes, filòsofs i arquitectes per trobar un nom amb què batejar la immaneable realitat urbana contemporània. Com explica Bégout, *zeròpoli* resulta un terme tan arbitrari i arcaïtzant com ara *megalòpoli*, *exòpoli*, *metàpoli*, *postmetròpoli*, *peripoli*, etc., però té l'avantatge d'alludir sense concessions a la

affirmation: "The sign is more important than the architecture". A flagrant backing down that has several effective translations: either the loud sign is an isolated element in competition with the architecture, or it is incrustated into the building itself converting it into a mere advertising support, when it does not become an advertisement in its entirety. Above all it is the abundance of signs that ends up eclipsing any architectural element along the commercial jungle of the Strip.

Thirty years on from the book by the Venturis, Las Vegas has experienced vigorous growth. We know this thanks to the numerous tourist leaflets and films, but also thanks to the exhaustive study by Madrid aesthetics chair professor Simón Marchán, a specialist in vanguards and now an applied academic of the Las Vegas phenomenon, who seems to have taken Venturi's slogan very seriously.

In any case, it is worthwhile confirming, as reflected in this book, the evolution of the city of casinos from the neon lights of the 1950s to the current theme park culture and architectural simulacra. Many of the advertisements admired by Venturi (and that continue sincerely fascinating Marchán Fiz) have disappeared or been substituted by others. Some, however, have been reproduced again, in accordance with the old model, thus participating in the great imitated copy show that Las Vegas has become.

Now, as well as the neon lights, also predominant is the absolute protagonism of the new buildings that are, fundamentally, kitsch recreation, the hyperrealist and grotesque imitation of old constructions: copies, on a reduced scale or not, of Egyptian monuments; of Roman buildings and sculptures; of Venetian palaces, bridges and canals; of the Eiffel Tower and the Paris Opera House; of the Statue of Liberty and the classic skyscrapers of New York, etc. What has been erected there is an unprecedented collection of replicas and simulacra that seek to confer identity on the kind of "non places" that are the colossal tourist complexes of Las Vegas. Apart from the reproduction of emblematic places from other eras and parts of the world, building an explicit set that evokes Egypt, Rome, Venice, Paris, Manhattan (and that is completed with personnel in fancy dress, with pre-set dialogues, etc.) these great resorts also recreate fairytale and fantasy places as well as deliberately fictitious natural environments with false waterfalls and artificial lakes and simulated oases.

With its delirious proliferation of attractions and simulacra, beyond the non-stop casino and the great 24-hour shopping centre —controlled for decades by the mafia and now by the great corporations— Las Vegas apparently responds to the mass tourism paradise prototype, in line with the growing identification between leisure, consumption and show business. It also represents an exemplary condensation of the architecture-entertainment, pure absurdity, that seems to be triumphing in any part of the world. (Wasn't Venturi also one of the architects of Disney?)

Quite different are the tone and conclusions of the short essay by French philosophy professor Bruce Bégout, titled *Zerópolis* and published by Anagrama (Barcelona, 2007). If, for Venturi, Las Vegas was the city of neon lights and illuminated advertisements, and in accordance with the description of Marchán, the said city is today entirely an amusement park, for the French author it appears finally as the incarnation of nothingness. Thus the title with which the Las Vegas phenomenon is controversially identified, a deliberately ironic resource with which it is aimed furthermore to ridicule the repeated attempts of urban planners, philosophers and architects to find a name with which to baptise the unmanageable contemporary

que la arquitectura". Una claudicació flagrante que tiene diversas traducciones efectivas: o el rótulo, estridente, es un elemento aislado en competencia con la arquitectura, o se incrusta en el propio edificio convirtiéndolo en un mero soporte publicitario, cuando no deviene todo él un anuncio. Sobre todo es la abundancia de rótulos lo que acaba eclipsando cualquier elemento arquitectónico en la selva comercial del Strip.

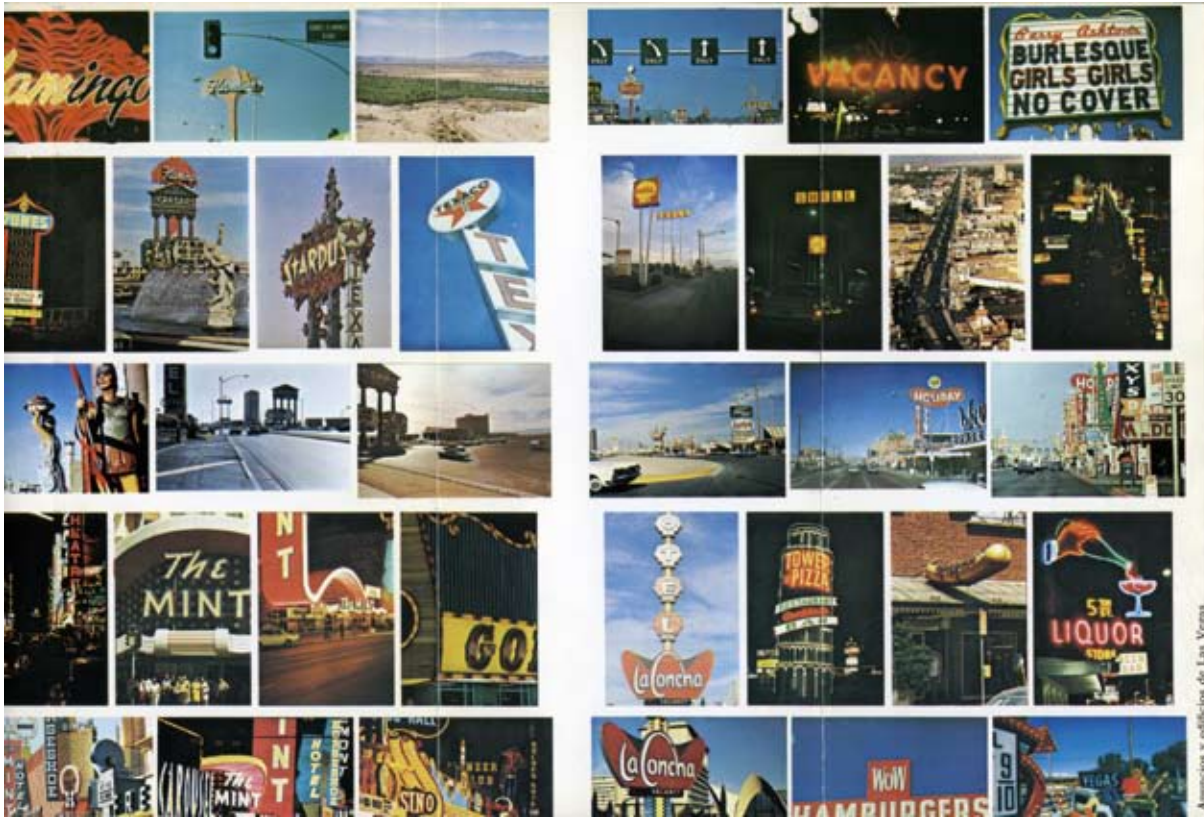
Treinta años después del libro de los Venturi, Las Vegas ha experimentado un crecimiento vigoroso. Lo sabemos por los innumerables folletos turísticos y las películas, pero también gracias al exhaustivo estudio del catedrático de estética de Madrid, Simón Marchán, especialista de las vanguardias y ahora estudioso aplicado del fenómeno de Las Vegas, el cual parece haberse tomado muy en serio el lema de Venturi.

En cualquier caso, vale la pena comprobar, tal como queda reflejado en dicho libro, la evolución de la ciudad de los casinos desde los neones de los años cincuenta hasta la actual cultura del parque temático y los simulacros arquitectónicos. Muchos de los anuncios admirados por Venturi (y que siguen fascinando sinceramente a Marchán Fiz) han desaparecido o han sido sustituidos por otros. Algunos, sin embargo, se han reproducido de nuevo, de acuerdo con el modelo antiguo, participando así del gran espectáculo de la copia en que se ha convertido Las Vegas.

Ahora, además de los neones, prima el protagonismo absoluto de los nuevos edificios que son, fundamentalmente, la recreación kitsch, la imitación hiperrealista, grotesca, de construcciones antiguas: copias, reducidas o no, de monumentos egipcios; de edificios y esculturas romanos; de palacios, puentes y canales venecianos; de la torre Eiffel y la Ópera de París; de la estatua de la Libertad y los rascacielos clásicos de Nueva York... Lo que allí se ha erigido es una colección inaudita de réplicas y simulacros que buscan conferir identidad a esa especie de "no lugares" que son los mastodónticos complejos turísticos de Las Vegas. Aparte de la reproducción de sitios emblemáticos de otras épocas y partes del mundo, construyendo un explícito decorado que evoca Egipto, Roma, Venecia, París, Manhattan (y que se completa con personal disfrazado, con diálogos prefijados...), estos grandes *resorts* recrean también lugares de cuento y fantasía, así como entornos naturales deliberadamente ficticios, con falsas cascadas y lagos artificiales, jardines exóticos y oasis simulados.

Con su proliferación delirante de atracciones y simulacros, más allá del casino ininterrompido y el gran centro comercial de 24 horas al día —controlado durante décadas por la mafia y ahora por las grandes corporaciones—, Las Vegas responde por lo visto al prototipo de paraíso turístico de masas, de acuerdo con la creciente identificación entre ocio, consumo y espectáculo. También supone una condensación ejemplar de un tipo de arquitectura-espectáculo, puro esperpento, que parece estar triunfando en cualquier parte del mundo. (¿No ha sido Venturi también uno de los arquitectos de Disney?)

Bastante distintos son el tono y conclusiones del breve ensayo del profesor de filosofía francés Bruce Bégout, titulado *Zerópolis* y editado por Anagrama (Barcelona, 2007). Si, para Venturi, Las Vegas era la ciudad de los neones y anuncios luminosos y, de acuerdo con la descripción de Marchán, dicha ciudad es hoy toda ella un parque de atracciones, para el autor francés ésta aparece finalmente como la encarnación de la nada. De ahí el título con que se identifica polémicamente el fenómeno de Las Vegas, un recurso deliberadamente irónico con el que se pretende además ridiculizar los repetidos intentos de urbanistas, filósofos y arquitectos de encontrar un nombre con el que bautizar la inmaneable realidad urbana contemporánea. Como explica Bégout, *zerópolis* resulta un término tan



Il·lustració a doble pàgina del llibre *Aprendiendo de Las Vegas*, de R. Venturi, D. Scott Brown y S. Izenour, editado por Gustavo Gili.

nul·litat de l'experiència de Las Vegas, dominada pel parpelleig immaterial dels neons i els simulacres arquitectònics que configuren l'escenari efectista i virtual d'aquesta ciutat. No solament això: el terme apunta, així mateix, al grau zero, al nivell mínim d'urbanitat que Las Vegas exemplifica.

De fet, el referent negatiu (l'absència, el no-res) presideix tot l'assaig i queda perfectament concretat en la refutació de la recerca venturiana que apareix al prefaci: "Em fa l'efecte que no estaria gaire lluny de la veritat si a algú que em plantejés per ventura la pregunta 'Què hi has après, a Las Vegas?', li respongués, simplement: 'No res'". I resulta encara millor l'aclariment que fa tot seguit: "Per mitjà d'aquesta resposta no volia dir únicament que la ciutat s'assembla en si al no-res, el pur caos urbà, sinó que també voldria dir que no hi he vist res que no sàbés d'antuvi".

El text de Bégout il·lustra magistralment aquest "no-res urbà" propi de la ciutat dels casinos, tan apreciat, com hem vist, per altres autors i arquitectes contemporanis. La publicitat invasora, la voluntat d'atracció dels recintes temàtics, l'omnipresència dels simulacres... tot plegat no constitueix sinó una imitació de ciutat, un miratge. Ciutat sense memòria, sense sociabilitat, sense relació amb l'entorn, sense sentit...

"Las Vegas destaca per no res. Tots els qualificatius negatius que puguem atribuir en general a una ciutat li convienen [...]: *no man's land*, terra erma, no-lloc, ciutat fantasma, simulacre urbà, ciutat d'enlloc, etc. Per a nosaltres és Zeròpoli, la no-ciutat... La nul·litat que compta, el no-res de neó. Ciutat grau zero de la urbanitat, de l'arquitectura i de la cultura. Ciutat grau zero de la sociabilitat, de l'art i del pensament. Ciutat del vacant, del no-res i de l'absència que, no obstant això, compon ciutat. Ciutat del massa que esdevé sense, de l'excés que es transforma en defecte, de la profusió que es torna privació. Àtom de ciutat, ciutat atòmica, deliri arquitectònic i confusió social."

La definició de Las Vegas com a deliri, com a bogeria urbana i arquitectònica, ens remet a un altre llibre quasi contemporani del de Venturi: *Delirious New York*, de Rem Koolhaas

urban reality. As Bégout explains, *zeropolis* turns out to be such an arbitrary and old-fashioned term as *megalopolis*, *exopolis*, *metapolis*, *postmetropolis*, *peripolis*, etc., but it has the advantage of alluding without concessions to the nullity of the experience of Las Vegas, dominated by the immaterial flickering of the neon lights and the architectural simulacra that configure the sensationalist and virtual stage set of that city. Not only that: the term points also to zero degree, to the minimum urbanity level exemplified by Las Vegas.

In fact, the negative reference (absence, nothingness) presides over the whole essay and is perfectly expressed in the refuting of the Venturian search that appears in the preface: "I get the impression that it wouldn't be far from the truth if somebody ventured to ask me what I have learned in Las Vegas and I said: 'Nothing'". And even better is his immediate clarifying remark: "With this answer I do not only mean that the city itself is like nothing, pure urban chaos, but I would also mean that I haven't seen anything that I didn't know already"

Bégout's text brilliantly illustrates that "urban nothingness", typical of the city of casinos, so appreciated, as we have seen, by other contemporary authors and architects. The invasive advertising, the will to attract of the thematic sites, the omnipresence of the simulacra... all of it goes to constitute no more than an imitation of a city, a mirage. A city without memory, without sociability, without any relation with the surrounding environment, without sense...

"Las Vegas marks itself out by nothingness. All the negative descriptions that can generally be used in labelling a city apply to it, for its absence of consistency actually makes its existence doubtful: *no man's land*, waste ground, non-place, ghost town, urban simulacrum, nowhere city, etc. For us it is Zeropolis, the non-city which is the very first city, just as zero is the very first number. The nothing that counts, the nothingness of neon... Zero degree city of urbanity, of architecture and culture. Zero degree city of sociability, art and thought. City of the vacant, of nothing and of absence that nevertheless makes up the city. City of the too much that turns into without, of the excess

arbitrario y arcaizante como *megalópolis*, *exópolis*, *metápolis*, *posmetrópolis*, *perípolis*, etc., pero tiene la ventaja de aludir sin concesiones a la nulidad de la experiencia de Las Vegas, cuyo escenario efectista y virtual aparece dominado por el parpadeo inmaterial de los neones y los simulacros arquitectónicos. No sólo eso: el término apunta asimismo al grado cero, al nivel mínimo de urbanidad que Las Vegas ejemplariza.

De hecho, el referente negativo (la ausencia, la nada) preside todo el ensayo y queda perfectamente plasmado en la refutación de la búsqueda venturiana que aparece en el prefacio: "Tengo la impresión de que no estaría muy lejos de la verdad si a alguien que me planteara por ventura la pregunta de qué he aprendido en Las Vegas, le respondiera simplemente: 'Nada'". Y aún mejor resulta su aclaración inmediata: "Por medio de esta respuesta no quería decir únicamente que la ciudad se parece en sí a la nada, puro caos urbano, sino que también significaría que no he visto nada que no supiera ya".

El texto de Bégout ilustra magistralmente esa "nada urbana", propia de la ciudad de los casinos, tan apreciada, como hemos visto, por otros autores y arquitectos contemporáneos. La publicidad invasora, la voluntad de atracción de los recintos temáticos, la omnipresencia de los simulacros... todo ello no constituye más que un remedo de ciudad, un espejismo. Ciudad sin memoria, sin sociabilidad, sin relación con el entorno, sin sentido...

"Las Vegas destaca por nada. Todos los calificativos negativos que podamos atribuir en general a una ciudad le convienen (...): *no man's land*, tierra baldía, no-lugar, ciudad fantasma, simulacro urbano, ciudad de ninguna parte, etc. Es para nosotros Zerópolis, la no ciudad... lo nulo que cuenta, la nada de neón. Ciudad grado cero de la urbanidad, de la arquitectura y de la cultura. Ciudad grado cero de la sociabilidad, del arte y del pensamiento. Ciudad de lo vacante, de la nada y de la ausencia que sin embargo compone ciudad. Ciudad del demasiado que se convierte en sin, del exceso que se transforma en defecto, de la profusión que se vuelve privación. Átomo de ciudad, ciudad atómica, delirio arquitectónico y confusión social."

La definició de Las Vegas com a deliri, com a bogeria urbana i arquitectònica, nos remite a otro libro casi

(1978), amb una visió de Manhattan igualment postmoderna en la qual la gran ciutat no és res més que un espectacle gegantí i continu. També Koolhaas hi polemiza amb l'avantguarda racionalista i el mateix Le Corbusier, al qual refuta amb contundència. Recordem la valoració negativa que feia Le Corbusier de Manhattan els anys trenta: gran, esplèndida catàstrofe, congestió, manca de verd... convertits per Koolhaas en valors positius. Manhattan com a encarnació de l'ideal: no ciutat que s'ha de reformar de dalt a baix com volia Le Corbusier, sinó veritable utopia moderna realitzada. Davant la racionalització productivista, el deliri especulatiu, consumista i mercantil; en lloc del culte a l'ordre, la celebració del caos (al capdavant no són sinó dues cares d'una mateixa moneda). A més, Nova York ha estat, segons Koolhaas, un vast laboratori d'un tipus d'evolució cultural cap a una forma de vida íntegrament artificial, completament allunyat de la natura ("existir en un món totalment fabricat per l'home, viure dins una fantasia"). També Las Vegas és presentada per Bégout com una utopia construïda del capitalisme postmodern: una entitat urbana, feta d'espectacles i simulacions, que obeeix exclusivament a motius consumistes. Tot i que aquesta condició, ens recorda, sotja qualsevol gran urbs, un cop erigida la ciutat dels casinos en model de tota ciutat actual i venidora:

"Las Vegas no representa una cosa diferent del que m'envolta en tant que simple *homo urbanus*. Aquesta constatació podria semblar estranya, fins i tot errònia. És que potser la capital mundial del joc no és, als ulls de tothom, l'expressió de la fantasia pura i de l'excentricitat sense límits que no es troba enlloc? És que no constitueix una ciutat pròpiament excepcional que, a causa de la seva passió per la desmesura, suscita la sorpresa o els sarcasmes del món sencer?"

"Si hem de ser francs, crec que, davant qualsevol objecció possible, persistiria en el meu parer: 'Las Vegas no és res més que el nostre horitzó urbà'. Tot el que ha estat erigit en ple desert de Mojave, la superpotència de l'*entreteniment* que dicta el curs de la vida, l'organització de la ciutat en funció de les galeries comercials i dels parcs d'atraccions, l'animació permanent que regna dia i nit als carrers i les avingudes cobertes, l'arquitectura temàtica que combina seducció comercial i imaginació infantil, la submissió manyaga dels ciutadans per mitjà d'un *opium* espectacular i televisiu (atès que els hotels-casino de Las Vegas equivalen a la representació dels xous televisius de forma tridimensional), tot plegat ja ho coneixem i encara se'ns conduirà a viure-ho d'una manera més sovintejada. La cultura consumista i lúdica que va transfigurar Las Vegas fa quasi trenta anys guanya nou terreny cada dia en la nostra relació quotidiana amb la ciutat, allà on visquem: París, Ciutat del Cap, Tòquio, São Paulo, Moscou. Tots som habitants de Las Vegas, malgrat la molta distància que ens separi del sud de Nevada. El seu nom ja no és un fantasma. Habita en les nostres ments, s'expressa en els nostres gestos quotidians." ♦

Josep Crosas

Traduït per Jordi Palou

that is transformed into a defect, of the profusion that becomes deprivation. Atom of a city, atomic city, architectural delirium and social confusion."

The definition of Las Vegas as delirium, as urban and architectural madness, refers us to another book almost contemporary to that of Venturi: *Delirious New York*, by Rem Koolhaas (1978), with an equally post-modern view of Manhattan in which the great city is no more than a gigantic and continuous show. Koolhaas also argues there with the rationalist vanguard and Le Corbusier himself, whom he categorically refutes. Let's remember Le Corbusier's negative valuation of Manhattan in the 1930s: large, a splendid catastrophe, congestion, lack of green... converted by Koolhaas into positive values. Manhattan as the incarnation of the ideal: not a city to be reformed from top to bottom as Le Corbusier wished, but a true modern utopia come true. Against productivist rationalisation, speculative, consumer and mercantile delirium; instead of the cult of order, the celebration of chaos (which end up being two sides of the same coin). Furthermore New York has been, according to Koolhaas, a vast laboratory of a type of cultural evolution towards a completely artificial, against nature ("to exist in a totally manmade world, to live inside a fantasy"). Las Vegas too is presented by Bégout as a constructed utopia of post-modern capitalism: an urban entity, made up of shows and simulations, which exclusively obeys consumer dictates. Although, he reminds us, this condition threatens any large urban centre, once the city of the casinos is erected as the model of all current and future cities:

"Las Vegas represents nothing different to what surrounds me as a simple *homo urbanus*. This affirmation could seem strange, even mistaken. Is not the world's gaming capital, in everyone's eyes, an expression of pure fantasy and limitless eccentricity that is found nowhere else? Does it not constitute a city exceptional in itself, which, due to its passion for the disproportionate, arouses the amazement or the sarcasm of the entire world?"

"In truth, I believe that before any possible objection, I would persist with my opinion: 'Las Vegas is nothing more than our urban horizon'. All that has been erected at the heart of the Mojave desert, the superpower of the *entertainment* that dictates the course of life, the city's organisation with its shopping malls and theme parks, its covered streets and avenues permanently animated day and night alike, its thematic architecture combining commercial seduction and childish imagination, the willing submission of citizens to a spectacular and made-for-TV opium (since the casino-hotels of Las Vegas are the equivalent of television shows in three-dimensional format) are things we already know and we are even going to be led towards experiencing them in a more habitual way. The consumer and leisure culture that transfigured Las Vegas nearly thirty years ago gains new ground apace in our everyday relationship with the city, wherever we live: Paris, Cape Town, Tokyo, São Paulo, Moscow. We are all inhabitants of Las Vegas, however large the distance that separates us from the south of Nevada. Its name is no longer a ghost. It lives in our minds and is expressed in our everyday gestures." ♦

Josep Crosas

Translated by Debbie Smirthwaite

contemporáneo del de Venturi: *Delirio de Nueva York*, de Rem Koolhaas (1978), con una visión de Manhattan igualmente posmoderna en la que la gran ciudad no es más que un gigantesco y continuo espectáculo. También Koolhaas polemiza allí con la vanguardia racionalista y el propio Le Corbusier, al que refuta con contundencia. Recuérdese la valoración negativa que hacía Le Corbusier de Manhattan en los años treinta: grande, espléndida catástrofe, congestión, falta de verde... convertidos por Koolhaas en valores positivos. Manhattan como encarnación del ideal: no ciudad a reformar de arriba abajo como quería Le Corbusier, sino verdadera utopía moderna realizada. Frente a la racionalización productivista, el delirio especulativo, consumista y mercantil; en lugar del culto al orden, la celebración del caos (lo que son finalmente dos caras de la misma moneda). Además, Nueva York ha sido, según Koolhaas, un vasto laboratorio de un tipo de evolución cultural hacia un modo de vida íntegramente artificial, alejado en todo de la naturaleza ("existir en un mundo totalmente fabricado por el hombre, vivir dentro de una fantasía"). También Las Vegas es presentada por Bégout como utopía construïda del capitalismo posmoderno: una entidad urbana, hecha de espectáculos y simulaciones, que obedece exclusivamente a motivos consumistas. Aunque esta condición, nos recuerda, acecha a cualquier gran urbe, una vez erigida la ciudad de los casinos en modelo de toda ciudad actual y venidera:

"Las Vegas no representa algo distinto de lo que me rodea en cuanto simple *homo urbanus*. Esta constatación podría parecer extraña, incluso errónea. ¿Acaso la capital mundial del juego no es, a los ojos de todos, la expresión de la fantasía pura y de la excentricidad sin límites que no se encuentra en ninguna parte? ¿Acaso no constituye una ciudad propiamente excepcional que, por su pasión por lo desmesurado, suscita el asombro o los sarcasmos del mundo entero?"

"A decir verdad, creo que ante cualquier objeción posible persistiría en mi juicio: 'Las Vegas no es nada más que nuestro horizonte urbano'. Todo lo que ha sido erigido en el seno del desierto de Mojave, la superpotencia del *entretenimiento* que dicta el curso de la vida, la organización de la ciudad en función de las galerías comerciales y de los parques de atracciones, la animación permanente que reina día y noche en las calles y avenidas cubiertas, la arquitectura temática que combina seducción comercial e imaginación infantil, la sumisión mansa de los ciudadanos por medio de un *opium* espectacular y televisivo (pues los hoteles-casino de Las Vegas equivalen a la representación de los shows televisivos en una forma tridimensional), lo conocemos ya y aún vamos a ser conducidos a vivirlo de manera más habitual. La cultura consumista y lúdica que transfiguró Las Vegas hace casi treinta años gana cada día nuevo terreno en nuestra relación cotidiana con la ciudad, allà donde vivamos: París, El Cabo, Tokio, São Paulo, Moscú. Todos somos habitantes de Las Vegas, por mucha que sea la distancia que nos separa del sur de Nevada. Su nombre ya no es un fantasma. Habita en nuestras mentes, se expresa en nuestros gestos cotidianos." ♦

Josep Crosas