

Presentación del número: Paisajes urbanos en la era de la comunicación (acerca de la comunicación urbana)

Emilio Martínez

UCM

e-mail: emilmmar@ucm.es

Aina López

UCM

e-mail: adlopez@ucm.es

<https://dx.doi.org/10.5209/ciyc.96555>

Los textos que se ofrecen en el presente monográfico abordan en distintos planos la vinculación existente entre los medios de comunicación y el entorno urbano, siendo nuestro propósito general la defensa teórica y académica de esta relación. No esperamos que el planteamiento suscite objeciones, dada la amplitud, complejidad y visibilidad de las interacciones entre la ciudad y el sistema mediático. Más bien al contrario, creemos que puede resultar gratuito cualquier esfuerzo de organización académica orientado a articular y sistematizar el estudio de un aspecto de la realidad que se da por sentado. Ya Auguste Comte se sorprendía cuando se olvidaba o postergaba el abordaje intelectual de aquellos hechos de la realidad que parecen obvios, como si la evidencia restase valor a su estudio o lo tornara menos importante. Así parece haber ocurrido con el campo de estudio que aquí planteamos, el de la comunicación urbana.

La ciudad ha sido y es reconocida como el escenario de comunicación por excelencia; también el medio donde tienden a concentrarse las actividades, las innovaciones y la población, lo que constituye una de las direcciones definidas del cambio social. Como resultado de esta tendencia se ha venido consolidando una transformación urbana de las sociedades que recientemente ha alcanzado un punto de inflexión crucial, cuando los indicadores estadísticos revelaron que en la primera década del siglo XXI la población urbana mundial superaba a la población rural por primera vez en la historia. A ello se añade que el ritmo de crecimiento de las ciudades en los últimos tiempos ha sido extraordinario. Todavía en 1950 menos de un tercio de la población mundial habitaba en núcleos urbanos de todo tipo, sobre todo en los países occidentales, donde las tasas de urbanización eran elevadas y la ciudad era una realidad histórica sobre la cual se había conformado una cultura característica. En el presente las proyecciones de los organismos internacionales avanzan que en 2030 la población urbana mundial alcanzará un porcentaje próximo al 60%, mientras que para 2050 la tasa de urbanización en el planeta podría ser del 70%. Al mismo tiempo proliferan nuevos tipos de aglomeraciones urbanas inimaginables hasta hace poco: megalópolis, megápolis, metápolis, regiones urbanas, etc. No obstante, esta tendencia responde a un proceso de transformación urbana iniciado a mediados del siglo XIX. Con la revolución industrial tuvo lugar el tránsito hacia una nueva forma de asentamiento caracterizada por un doble proceso de implosión-explosión (caracterizado por la acumulación de actividades económicas, capital, tecnología, población, etc.) que consolida el rol secular de las ciudades como encrucijada, crisol y foco de irradiación. Por supuesto, los

factores que han favorecido el proceso han sido diversos —demográficos, económicos, políticos, culturales, etc.—, pero desde luego nada de esto habría sido posible sin el desarrollo de los medios de comunicación y los dispositivos de transporte e información. Su desarrollo y composición están tras las sucesivas modificaciones de los núcleos urbanos en forma, extensión y complejidad; y naturalmente, en las más recientes.

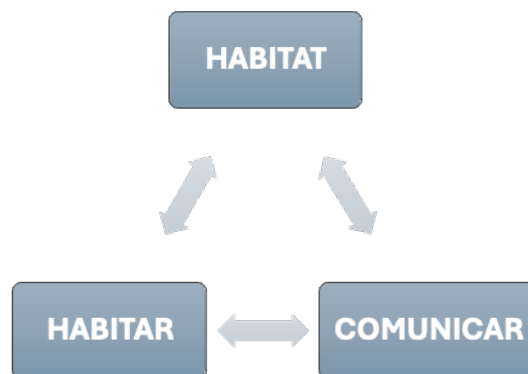
En efecto, las últimas tendencias de cambio en la extensión urbana y, en consecuencia, en el alcance de su densificación (elevadísima en algunos sectores del centro o zonas residenciales consolidadas, paulatinamente más tenue en los bordes urbanos) constituyen transformaciones morfológicas con repercusiones en la trama de relaciones sociales que se muestran íntimamente asociadas, cuando no han sido directamente posibilitadas, por los cambios acontecidos en el ámbito de la comunicación. Advertimos una correspondencia entre los cambios en la estructura urbana y los cambios en el ámbito de la comunicación; y viceversa. Detengámonos en un ejemplo.

En la periferia de ciertos núcleos de población las ampliaciones continuas de tejido urbano, infraestructura viaria y construcción residencial —asociadas a las posibilidades que las tecnologías de transporte, información y comunicación ofrecen al sector inmobiliario especulativo— vienen a configurar un dilatado paisaje construido que puede ser considerado la ilustración paradigmática de la *urbanización sin ciudad* (entramado urbano sin entramado social). Son entornos anodinos, en ocasiones abiertamente hostiles y ajenos. Ahora bien, como apuntara en su día Melvin Webber (1971) respecto a los suburbios norteamericanos, en la medida en que los dispositivos de comunicación habían contribuido a esa dispersión territorial, estos mismos dispositivos hacían posible la conexión de las distintas secciones urbanas, segregadas y espaciadas. En este sentido Webber especuló con la posibilidad de que surgiera una “comunidad sin propinuidad” donde los individuos y grupos sociales pudieran conformar relaciones a distancia, donde se diera un sentido de pertenencia articulada sobre el empleo de dispositivos y medios de comunicación que nos sitúan en un mundo (urbano) “inmaterial”. Este *dominio urbano ilocalizado* avanza el futuro de las estrategias relacionales en entornos residenciales de tipología unifamiliar de gran dispersión, típicamente norteamericanos, aunque son emulados en otros medios sociales. Cuando Frank Lloyd Wright planteó algo parecido en su ficción espacial Broadacre City (1932), el modelo ya contaba con un componente comunicativo, aunque menos marcado. Hoy, en cambio, sería imposible concebir el paisaje urbano de los EE. UU., un auténtico archipiélago suburbial, sin esa dimensión comunicativa. Por cierto que la fusión de este tipo de forma urbana, de tipologías arquitectónicas y de medios de comunicación favorece en un plano micro, y como tendencia aparentemente contrapuesta, una marcada privatización: favorece la clausura en un universo reducido, autocomplaciente y autosuficiente que ahora es posible en virtud de las posibilidades tecnológicas. Del *cocooning* al *telecocooning*. Pero no es este sino un ejemplo de los efectos espaciales del vector comunicativo y mediático, un vector que nutre aquí y allá el mito de telépolis: una ciudad a distancia articulada por relaciones telemáticas e informaciones mediadas. Aunque este mundo virtual poseía un desarrollo considerable antes de 2019, la epidemia de COVID-19 revelaría en qué medida habría de convertirse en una parte sustancial de nuestra vida cotidiana, dando lugar a formas híbridadas en la constitución del hogar —que combina relaciones domésticas, públicas y laborales— y también en la generación de nuevos tipos profesionales y de urbanitas flotantes: los nómadas digitales. Más que habitantes, usuarios sin compromiso.

Parece necesario, pues, incorporar la perspectiva comunicacional en el estudio de lo urbano como realidad hegemónica. Cuenta con una tradición reconocible, como lo atestiguan los trabajos de Robert Park (1999), quien realizó un esfuerzo pionero y refinado acerca de la relación entre la comunicación y la conformación del entorno metropolitano. Conforme a su enfoque podríamos decir que la sociedad (urbana) sólo existe en y por la comunicación, que es esta la que hace posible una vida individual en el marco de una existencia colectiva. Temáticas como la circulación de los periódicos en los suburbios, la formación de la opinión pública, los procesos de aculturación y el papel de la prensa como agente de socialización en el entorno metropolitano fueron abordadas en sus trabajos. Pero si en tiempos de Park las metrópolis eran los entornos privilegiados de la cultura y la comunicación urbanas, hoy lo es la urbanización globalizada,

constituida de acuerdo con un “modo informacional de desarrollo” (Castells, 1994) basado en las revoluciones de los sistemas de telecomunicaciones y de información. La ciudad global traduce la nueva espacialidad de flujos y lugares, lo que exige una perspectiva más ambiciosa y plural para dar cuenta de la constitución contemporánea de la realidad urbana.

Efectivamente las recientes transformaciones de los fenómenos urbanos y comunicativos revelan límites en el acervo del conocimiento y de las prácticas tradicionales en el ámbito del urbanismo, lo que apunta a la necesidad de un nuevo cambio de paradigma. Una primera revolución teórica fue ya alentada por las ciencias sociales. Durante etapas tempranas de su desarrollo, los estudios urbanos fueron concebidos como un dominio fundamentalmente técnico, tanto en lo teórico como en lo práctico. Esta lectura correspondía a un recorte analítico donde la ciudad se perfilaba como un artefacto material. No obstante, y no sin esfuerzo, las ciencias sociales fueron modificando esta perspectiva cosificadora, dando pruebas de su aptitud para mejorar y ampliar la comprensión de la vida urbana gracias a un corpus teórico cada vez más consistente y capaz de dar cuenta de la ciudad como construcción social y cultural de sujetos y grupos sociales. Los estudios urbanos ya han atravesado, pues, revoluciones teóricas que los han obligado a la apertura disciplinar. Aunque la interdisciplinariedad se invoque más de lo que se practica (efecto de la acción de intereses diversos), sabemos que su asimilación general sí entraña la sincera toma de conciencia de la impotencia relativa de las distintas disciplinas ante la realidad urbana: ningún conocimiento parcial aprehende la totalidad del fenómeno urbano, dinámico y cambiante ni es instrumento suficiente en los esfuerzos de intervención. La sociedad requiere una planificación urbana orientada a la satisfacción de necesidades sociales, razón por la que se reclama una estrategia comprehensiva ante la ciudad, objeto multifacético, que por su propia naturaleza y complejidad requiere vías diferentes y múltiples de aproximación. No obstante, y pese a esta perspectiva, las interacciones de lo urbano y los sistemas mediáticos han sido obviadas hasta la fecha, lo que justifica la demanda de un nuevo giro teórico, que aquí nos ocupa: defender una perspectiva de conocimiento de lo urbano que integre a todos los efectos el campo de la comunicación. En este caso, la estrategia analítica que proponemos se fundamenta en la consideración de que a una forma de ubicación en el espacio (un tipo de hábitat) le corresponde una forma de habitar y de comunicar; que, por lo mismo, a un modo de habitar le corresponde una forma de hábitat y unos tipos o dispositivos de comunicación; que a un modo y medios de comunicación le corresponden una forma de habitar y una forma típica de hábitat. Esta “triléctica”, representada en el siguiente esquema, incorpora elementos que asumimos como fundamentales a la realidad urbana.



Esta perspectiva nos parece capaz de abordar infinidad de situaciones y circunstancias que emergen en la metrópoli contemporánea y que, pese a su difusión e importancia sociales, vienen quedando en una zona de sombras: la exposición de la ciudad como una pantalla continua de información y propaganda; la articulación de la ciudad- cámara de vigilancia, a modo de panóptico digital; la planificación urbana tendente a consolidar la calidad comunicativa de

los entornos (vecindarios, barrios, plazas...); la confluencia o la disputa entre imaginarios urbanísticos y mediáticos; el desarrollo de la “smart city”; la comunicación ubicua de los habitantes urbanos, consumidores y productores de información; la vitalidad de los espacios públicos en tanto que estructuras materiales, escenarios de representación y espacios de comunicación; la conformación de comunidades de carácter local y virtual mediante dispositivos y redes digitales; la importancia creciente de los media locales; la configuración del hogar como un entramado híbrido de privacidad y publicidad... No es preciso cerrar aquí una la relación de posibilidades temáticas y analíticas sobre las que muchos autores vienen trabajando y otros podrán imaginar con el desarrollo de este nuevo campo de estudio.

Hablamos de la comunicación urbana como campo de estudio, si bien otras denominaciones serían válidas, como la de perspectiva analítica o la de especialidad científica. No es el caso de la idea de disciplina, reservada a aquellas ramas del saber que gozan de una historia y un acervo teórico-metodológico mucho más dilatados.

En realidad, el impulso a la incorporación de la perspectiva comunicacional en el ámbito de los estudios urbanos es reciente, aunque sea múltiple. Contamos, por ejemplo, con propuestas formuladas desde ámbitos disciplinares diversos atentas a la emergencia de lo que han denominado “ciudades comunicativas” y/o “comunicación urbana”. En el marco de la acción institucional debemos destacar que la UNESCO haya asumido la conveniencia de reconocer una guía de *Comunicación para el desarrollo urbano y el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad* (2003), avanzando por el vector de lo que se ha dado en llamar las “ciudades comunicativas”. En esa misma línea ha venido actuando la *Urban Communication Foundation*, fomentando la colaboración entre académicos de la comunicación, planificadores urbanos y políticos, a la vez que ha promovido diferentes investigaciones tendentes a incrementar el acopio de conocimientos teóricos y prácticos sobre los patrones comunicativos característicos del entorno urbano (Gumpert & Drucker, 2008). Otro impulso procede de una literatura específica cada vez más abundante y sugestiva, en diferentes medios académicos, que convierte un esfuerzo sistemático por perfilar el contenido y alcance de la comunicación urbana como un campo distintivo. Respecto a la literatura en español, un notable trabajo de revisión documental sobre los abordajes teóricos y las líneas de investigación desarrolladas en España e Hispanoamérica es el que nos ofrecen Cuesta Moreno y Sandra (2017). Por su parte, Scott McQuire (2020) entiende, desde una mirada muy general, que la comunicación urbana trata de la mediación de la experiencia urbana y el análisis de la ciudad como entorno comunicativo (lo que conlleva considerar el espectro de las diferentes prácticas y rutinas de comunicación que afectan a la vida urbana). El campo aparece constituido especialmente por las aportaciones de las ciencias sociales (sociología, geografía, comunicación), pero se muestra también permeable a las reflexiones elaboradas desde la arquitectura y el urbanismo. En efecto, hemos visto cómo estas disciplinas, típicamente dominantes en la cuestión urbana, se muestran cada vez más interesadas en el impacto de las tecnologías y prácticas de la comunicación en el diseño espacial, y a la inversa, a conformar una atmósfera ambiente comunicativa en las ciudades, movilizand variables fijas y semifijas del espacio construido para fomentar estímulos perceptivos y directivos del medio; así se explican los diseños sociópetos o sociófugos del medio construido (salas, pasillos, plazas, etc.), según se incite o inhiba la interacción entre los usuarios. En otra escala, la de la gobernanza urbana, los procesos de planificación y participación ciudadana también pueden verse afectados por la transmisión de información y la incorporación de habilidades o gestiones comunicativas entre responsables.

Todos estos esfuerzos confirman nuestra propuesta de atender la dimensión mediática del espacio urbano. Somos conscientes de que esta imaginación comunicacional y mediática es percibida aún con cierto desdén entre algunos especialistas, partidarios de acometidas duras sobre la configuración del hecho urbano. Sin embargo, la vida y estructura urbana encuentran un despliegue práctico cada vez más amplio en los dispositivos y medios de comunicación de masas. La ciudad dista mucho de ser un mero artefacto material, es también una construcción cultural cuyas imágenes y representaciones articulan relatos que expresan valores relativos a la organización social, más o menos explícitos o subyacentes y en este contexto los *media* son

intérpretes y hacedores privilegiados de significados y representaciones que participan en la configuración cultural y finalmente material del espacio urbano

La edición de este número de la revista *Cuadernos de Información y Comunicación*, de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM) constituye, pues, un hito importante para la novedosa pero no menos necesaria perspectiva de la comunicación urbana. Expresamos aquí, por ello, nuestro más sincero agradecimiento a esta valiente y ya veterana publicación. Hacemos extensivo nuestro agradecimiento a su directora, la profesora Eva Aladro Vico, quien captó desde el principio el valor de futuro de la comunicación urbana, apoyando el proyecto incondicionalmente. Su colaboración y comentarios han sido fundamentales para el buen desarrollo de este proyecto.

Referencias

- Aurigi, A. & De Cindio, F. (eds). (2008). *Digital Cities: The Augmented Public Space*. Aldershot: Ashgate
- Castells, M. (1994). *La ciudad informacional*. Madrid: Alianza.
- Cuesta Moreno, Ó., & Meléndez-Labrador, S. (2017). Comunicación urbana: antecedentes y configuración de líneas de investigación en América Latina y España. *Territorios*, 37, 205-228. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.4889>
- Gumpert, G. & Drucker, Susan J. (2008). "Communicative cities". *The International Communication Gazette*, 70 83-4, pp. 195-208.
- Robert Park (1999). *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Ed. del Serbal.
- McQuire, S. & Wei, S. (2020). *Communicative Cities and Urban Space*. Londres: Routledge.
- Webber, Melvin M. (1971). "The Urban Place and the Nonplace Urban Real", en *Exploration into Urban Structure*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.